

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104,
д.э.н., доцента Фирсовой Ирины Анатольевны (профиль научной
специальности «Управление маркетингом») на диссертацию

Ежовой Лилии Альбертовны

на тему «Интегрированная система маркетинговой информации в закупочной
деятельности государственных организаций», представленную на соискание
учёной степени кандидата наук по научной специальности

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг

Ежова Лилия Альбертовна представила диссертацию на тему:
«Интегрированная система маркетинговой информации в закупочной
деятельности государственных организаций» на соискание учёной степени
кандидата наук к публичному рассмотрению и защите по научным
специальностям 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг.

Содержание диссертации полностью соответствует пунктам Паспорта
научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика:
маркетинг (экономические науки): п. 10.7. «Формирование и развитие
интегрированных систем маркетинговой информации. Маркетинговая
аналитика», п. 10.15. «Технологии маркетинга в интернет-среде» Паспорта
научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика:
маркетинг (экономические науки).

Полагаю возможным допустить соискателя учёной степени к защите
диссертации.

Отмечаю, что:

1. соискатель учёной степени Ежова Лилия Альбертовна:
предложил значимое для науки и практики решение актуальной научной
задачи по формированию комплексного подхода к проведению эффективных
маркетинговых исследований в закупочной деятельности государственных
организаций, планированию и контролю на основе интеллектуальной
интегрированной системы маркетинговой информации с учетом прогноза и
оптимизации сроков и стоимости государственных контрактов.

2. соискатель учёной степени Ежова Лилия Альбертовна: ввел в научный
оборот следующие новые научные результаты:

- 1) Обоснованы принципы комплексного подхода к проведению эффективных
маркетинговых исследований в области закупочной деятельности
государственных организаций, рассмотрены количественные и
качественные методы анализа, позволяющие повысить эффективность
маркетинговых исследований и сократить затраты времени и ресурсов на
проведение государственных закупок (С. 42-57).
- 2) Разработана схема проверки соответствия характеристик товара и
поставщиков заявленным требованиям в закупочной документации на
основе автоматического сбора информации с маркетплейсов. Новизной

является применение современных инструментов (парсеров) сбора информации, использующих широкий охват различных предложений и предоставляющих актуальную и полную маркетинговую информацию для принятия управленческих решений государственными заказчиками (С. 59–68).

- 3) Предложена укрупненная схема формирования структурированного контракта на осуществление государственной закупки в маркетинговой интернет-среде, в которой выделено применение машиночитаемой технологии с целью составления заявки на закупку в автоматическом режиме. В отличие от традиционных способов машиночитаемая технология способна к анализу и обработке объемных текстов, сопоставлению старых и новых законодательных актов, проверке различных документов в автоматическом режиме, что исключает риски ошибок и потерь важных сведений, качественно 9 влияет на процесс принятия управленческих решений в сфере государственных закупок, и вносит значительный вклад в оптимизацию маркетинговых коммуникаций и улучшение клиентского опыта государственных заказчиков (С. 66-76).
- 4) Построены модели регрессии и классификации в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, направленных на: оценку риска неисполнения заказчиком, более точный SWOT-анализ рынка государственных закупок (С. 76-116).
- 5) Сформулированы рекомендации по применению интегрированного подхода в проведении маркетинговых исследований закупочной деятельности государственных заказчиков, реализуемых через создание архитектуры интеллектуальной интегрированной системы маркетинговой информации. В отличие от существующих, предложенный интегрированный подход использует маркетинговые инструменты и возможности, которые предоставляют современные интеллектуальные технологии и аналитические средства в интернет-среде (С. 120–142).

3. Диссертация «Интегрированная система маркетинговой информации в закупочной деятельности государственных организаций», представленную на соискание учёной степени» обладает внутренним единством, основанном на использовании общенаучных и специализированных методов познания: экономико-математические методы, маркетинговые исследования, анализ и синтез, сравнительный анализ, систематизация, аналогия, формализация, системный подход, использование статистических данных из открытых источников.

Теоретическая значимость выводов исследования заключается в построении и тестировании различных моделей машинного обучения (далее – МО) для классификации государственных контрактов по степени риска их срывов, прогнозирования сроков исполнения и стоимости.

Теоретико-методологические положения работы могут быть применены при подготовке учебных программ по дисциплинам «Информационные технологии в профессиональной деятельности» для направления подготовки

38.03.05 «Бизнес-информатика» по профилям подготовки «ИТ-менеджмент в бизнесе» и «Технологии цифровых бизнес-моделей».

Практическая значимость исследования состоит в решении задач сопоставления стоимости и выбора поставщиков товаров государственных закупок; систематизации и стандартизации критериев оценки заявок, что в 10 целом обеспечит информационное сопровождение закупочной деятельности от момента составления заявки до ее исполнения. Выводы, содержащиеся в работе, дают комплексное представление о внедрении ИТ и маркетинговых исследований в систему государственных закупок.

Материалы диссертации использованы:

- в работе компании АО «Единая электронная торговая площадка» (далее – Росэлторг). Ряд положений исследования, связанных с оптимизацией закупочных процессов посредством маркетинга, цифровизации, применение смарт контрактов, интеллектуализацией ИТ-решений для поддержки принятия управленческих решений в сфере закупок использованы для обучения клиентов Росэлторг в вопросах эффективной организации работы закупочных служб и подразделений; также предложения учтены при разработке поддерживающих сервисов аналитики и товарных справочников для заказчиков, развертываемых на основе Business Intelligence (далее – BI) 12 систем. Системное внедрение результатов исследования и разработок в деятельности площадки Росэлторг позволили повысить капитализацию компании на рынке и способствуют повышению технологичности всей сферы государственных закупок в целом.
- Материалы исследования используются Кафедрой бизнес-информатики Факультета информационных технологий и анализа больших данных Финансового университета в преподавании учебной дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» для направления подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика» по профилям подготовки «ИТ-менеджмент в бизнесе» и «Технологии цифровых бизнес-моделей».

Обоснованность положений и выводов диссертации «Интегрированная система маркетинговой информации в закупочной деятельности государственных организаций» подтверждена следующими аргументами: вынесенные на защиту положения научной новизны можно интерпретировать как дальнейшее развитие теории и практики в разработке комплексного подхода к проведению эффективных маркетинговых исследований в закупочной деятельности государственных организаций, планированию и контролю на основе интеллектуальной интегрированной системы маркетинговой информации с учетом прогноза и оптимизации сроков и стоимости государственных контрактов.

Достоверность выносимых на защиту положений и результатов исследования опирается на выверенную логику исследования, использование надежных методов и алгоритмов решения исходных задач, достоверность

исходных данных и подтверждается использованием результатов в практической деятельности.

Самостоятельную практическую значимость имеет авторский алгоритм проверки соответствия характеристик товара и поставщиков заявленным требованиям в закупочной документации на основе автоматического сбора информации с маркетплейсов (С. 59–68); укрупненная схема формирования структурированного контракта на осуществление государственной закупки в маркетинговой интернет-среде, в которой выделено применение машиночитаемой технологии с целью составления заявки на закупку в автоматическом режиме (С. 66–76); модели регрессии и классификации в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, направленных на: оценку риска неисполнения заказчиком, более точный SWOT-анализ рынка государственных закупок (С. 76–116); рекомендации по применению интегрированного подхода в проведении маркетинговых исследований закупочной деятельности государственных заказчиков, реализуемых через создание архитектуры интеллектуальной интегрированной системы маркетинговой информации (С. 120–142).

4. Диссертация содержит сведения о личном вкладе Ежовой Лилии Альбертовны, который выразился в четкой формулировке актуальности темы исследования, степени научной разработанности темы исследования; установлении объекта исследования, предмета исследования, области исследования, целей и задач исследования; разработке теоретической основы диссертационного исследования; определении информационной базы исследования; обосновании научной новизны исследования и положений, выносимых на защиту, теоретической и практической значимости исследования, степени достоверности и апробации результатов исследования.

5. Все материалы или отдельные результаты, заимствованные Ежовой Лилии Альбертовны, из чужих текстов (работ), оформлены в тексте диссертации надлежащим образом с указанием источника заимствования.

6. Основные научные результаты исследования опубликованы в 9 работах общим объемом 3,82 п.л. (авторский объем – 2,82 п.л.), в том числе 7 работ общим объемом 3,42 п.л. (авторский объем – 2,42 п.л.) опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России. Все публикации по теме диссертации.

7. Соискатель учёной степени Ежова Лилия Альбертовна в ходе работы над диссертацией и подготовки к публичной защите показал себя как квалифицированный исследователь, способный четко поставить и разработать научную задачу. Автор продемонстрировал все необходимые профессиональные умения и навыки в процессе написания диссертационного исследования.

8. Заявленная автором научная новизна исследования связана с улучшением системы государственных закупок в части многоаспектного анализа маркетинговой информации при отборе поставщика по цене, срокам и

другим критериям, расширения методов и инструментов маркетинговой аналитики на каждом этапе процедур заключения и исполнения контрактов сфере государственных закупок.

Замечания и рекомендации

1. Не раскрыт пункт новизны «Обоснование необходимости и целесообразности интеграции методов, используемых в маркетинговых исследованиях закупочной деятельности государственных организаций, расширяющая существующие представления о функциях маркетинга и его роли в повышении эффективности государственных закупок (С.42 - 57). Не приведены задачи для кот эти методы могут быть использованы.
2. В п. 2.2, возможно было бы более корректно назвать параграф в следующей интерпретации «Применение цифровых маркетинговых инструментов и машинного обучения в процессах формирования и ведения государственной закупки».
3. На стр. 63 представлен, по мнению автора, алгоритм, который не в полной мере отражает взаимосвязь этапов. Не совсем понятно на каких этапах возможен возврат, например, при неблагоприятных условиях или не выполнении критериев.
4. На стр. 64–66 в табл. 9 описан механизм работы виртуального ассистента на всех этапах процесса государственных закупок. Не понятно, как он работает.
5. В п. новизны 3 предложена укрупненная схема формирования структурированного контракта на осуществление государственной закупки в маркетинговой интернет-среде, в которой выделено применение машиночитаемой технологии с целью составления заявки на закупку в автоматическом режиме. По тексту работы рис. 22, стр. 72 представлена схема формирования заявки и контракта в государственных закупках на основе внедрения машиночитаемой технологии. Не понятно – это одна и та же схема? Если да, то в чем ее укрупненность? Недостаточно четко описаны отличия данной схемы от традиционных способов машиночитаемой технологии, и в чем вклад автора.
6. В главе 3 в основном описана технология реализации закупочной деятельности с применением инструментов маркетингового анализа, однако отсутствует информация и обоснование рекомендаций по применению интегрированного подхода в проведении маркетинговых исследований закупочной деятельности государственных заказчиков.
7. В работе и автореферате присутствуют стилистические, орфографические ошибки.

Исходя из изложенного, полагаю, что представленная к защите диссертация Ежовой Лилии Альбертовны:

- 1) соответствует заявленным научным специальностям и может быть допущена к защите;
- 2) соответствует установленным критериям и требованиям.

д.э.н., доцент, Фирсова Ирина Анатольевна
« 20 » мая 2025 г.

Ф
В
«

Г
Л
:



2.
—
итета
хова
5 г.