

## ОТЗЫВ

на диссертацию на соискание учёной степени кандидата экономических наук  
Ежовой Лилии Альбертовны  
по теме «Интегрированная система маркетинговой информации в  
закупочной деятельности государственных организаций»  
доктора экономических наук, профессора  
Ксенофонтовой Татьяны Юрьевны,  
включённой в списочный состав диссертационного совета  
Финансового университета Д 505.001.104 по защите диссертаций  
на соискание ученой степени кандидата наук,  
на соискание ученой степени доктора наук

Ежова Лилия Альбертовна представила диссертацию на тему: «Интеграционная система маркетинговой информации в закупочной деятельности государственных организаций» на соискание ученой степени кандидата экономических наук к публичному рассмотрению и защите по научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (экономические науки).

Содержание диссертации соответствует п. 10.7. «Формирование и развитие интегрированных систем маркетинговой информации. Маркетинг и 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 ученой степени Ежову Л.А. к защите диссертации.

Диссертация Ежовой Л.А. основывается на анализе, критической оценке и обобщении результатов исследований отечественных и зарубежных ученых по проблемам развития инструментария повышения эффективности и прозрачности процедур осуществления государственных закупок, в том числе в рамках цифровизации процессов маркетингового анализа больших массивов данных, характеризующих рынок товаров и услуг, поставщиков и условий заключения и реализации контрактов.

Диссертация включает введение, три главы, заключение, список литературы, включающий 147 наименований, и 2 приложения.

Усиливающаяся роль централизованного государственного планирования обусловлена необходимостью поддержания конкурентных преимуществ в ключевых технологиях при сохранении высокого качества жизни и базовых социальных услуг населению. Эффективным инструментом достижения указанных целей является система государственных закупок, отражающая тенденции и динамику процессов потребления товаров, работ и услуг, реализуемых в условиях цифровой трансформации экономики.

Ряд опубликованных научных работ, содержащих элементы процессного подхода при интерпретации закупки, выделяют основные стадии и характерные особенности, которые необходимо учитывать при управлении государственными закупками. В этой связи тот факт, что автор диссертации Ежова Л.А. раскрывает в работе ключевые аспекты разработки нового подхода

к проведению эффективных маркетинговых исследований, планированию и контролю за исполнением контрактов в закупочной деятельности государственных организаций, делает результаты рецензируемой работы актуальными и востребованными. При этом необходимо подчеркнуть значимость введенных Ежовой Л.А. элементов научной новизны, формирующих новый взгляд на включение в процесс управления государственными закупками цифрового инструментария обработки больших массивов данных. Указанный инструментарий формирует возможность использовать интеллектуальную интегрированную систему для анализа маркетинговой информации, прогнозирования оптимизированных сроков и стоимости государственных контрактов на основе обработанной информации прошлых периодов с учетом аккумулированных данных о качестве и эффективности выполнения этапов работ различными подрядчиками.

Автор диссертационного исследования формирует систему большого массива данных государственных закупок, таких как: совокупность условий реализации отдельно взятой закупки и выполнения условий государственного контракта; услуг, необходимых для успешного выполнения контракта; особенностей специфической среды реализации контракта, жестких нормативно-правовой регламентации действий участников закупки (включая содержание и условия государственного контракта, требования к техническому заданию, определению поставщика и т.д.), критериев запланированного результата, который достигается посредством целенаправленных управленческих действий и может оцениваться совокупностью качественных и количественных параметров. Далее автор говорит о системе государственных закупок как определенной совокупности материальных, финансовых, технических и технологических элементов, объединяющих субъектов, участвующих в закупке, связей, имеющих нормативно-правовую, организационную и коммуникационную природу, эффективность которых обусловлена, в том числе уровнем развития цифровой среды.

В результате в диссертации Ежова Л.А. предлагает подход к интеграции методов, используемых в маркетинговых исследованиях закупочной деятельности государственных организаций, расширяющий существующие представления о функциях маркетинга и его роли в повышении эффективности государственных закупок. К интеллектуальной интеграции предлагаются методы прогнозной аналитики и экспертной оценки (методы Дельфи, индексная группировка) для более точного определения ценовой стратегии и выбора наиболее подходящих поставщиков; количественные и качественные методы анализа (АВС-анализ и прочие). (С. 42-57).

При этом предложенные в диссертационном исследовании современные инструменты (парсеры) сбора информации, использующие широкий охват различных предложений и предоставляющие актуальную и полную маркетинговую информацию государственным заказчикам для принятия управленческих решений (о товарах, ценах, конкурентах и участниках закупки) повышает эффективность функционирования системы при отборе поставщика

по цене, срокам и другим критериям; расширяет инструментарий маркетинговой аналитики на каждом этапе процедур заключения и исполнения контрактов в сфере государственных закупок.

Практика регулирования и оценки эффективности системы государственных закупок, основанная на существующих нормах, правилах и процедурах, показывает частичную эффективность. Можно отметить соответствие мониторинга и аудита принципам бюджетной эффективности и контроля целевого расходования средств, что является важным и необходимым условием контроля. Однако в сложившихся макроэкономических и геополитических условиях систему государственных закупок нельзя рассматривать как исключительно финансово-бюджетный инструмент. Именно поэтому автором диссертационного исследования сформирован механизм взаимодействия подсистем финансового планирования и маркетингового анализа больших массивов данных, характеризующих рынок товаров, работ/услуг и поставщиков.

Сегодня существенно расширена роль системы государственных закупок при распределении ресурсов в рамках целевых программ и проектов, имеющих стратегическое значение для государства, оптимизации доступа участников к закупкам, формировании прозрачной конкурентной среды. В этой связи определенный научный интерес представляет структурированный в диссертации Ежовой Л.А. инструментарий применения искусственного интеллекта поиска и обработки большого массива данных для сбора и анализа маркетинговой информации и проведения маркетинговых исследований на всех этапах жизненного цикла государственного контракта, а именно: поиска и выбора поставщиков в интернет-среде; определения ценовой стратегии; выбора наиболее подходящих поставщиков; проверки сведений по контрагентам; предзаполнения конкурсных заявок и выявления аномальных контрактов; обработки информации в рамках оценки предложений при разработке товарных спецификаций; составления прогноза при контроле исполнения контрактов; проверки условий и сроков исполнения контракта, что позволит повысить эффективность процедур государственных закупок и сократить затраты времени и ресурсов на их проведение.

Отметим, что сложившаяся в настоящее время система аудита и мониторинга исполнения подрядчиками государственных контрактов выполняет только узкую часть функций контроля. Более того, разработанные методические подходы контролирующих ведомств не позволяют глубоко исследовать причины возникающих отклонений и нарушений при исполнении этапов контрактов, расторжения государственных контрактов. Дискуссионным является вопрос и о подходе к определению эффективности закупки.

Учитывая описанные выше особенности проведения процесса реализации государственных закупок очень своевременными и востребованными выглядят сформированные диссертантом в рецензируемой научной работе модели регрессии и классификации в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, позволяющие заказчикам

оценивать риск неисполнения контрактов, осуществляя более точный SWOT-анализ рынка государственных закупок (С. 76-116).

Систематизация методических работ по оценке эффективности системы управления государственными закупками показала, что преобладающий в научной среде ведомственный подход направлен на узкую область бюджетных критериев, не отражающих качественное содержание закупок и причинно-следственные связи между полученным результатом и процессом управленческих действий при заключении государственных контрактов. Методики, содержащиеся в научных работах, не систематизированы, отсутствуют универсальные критерии, позволяющие адаптировать их для развития маркетингового управления системой анализа входящих данных при реализации государственных закупок. Основываясь на положительных результатах применения различных методических подходов к многоаспектному маркетинговому исследованию при отборе поставщика с учетом системы критериев диссертант предлагает собственную архитектуру интеллектуальной интегрированной системы анализируемой маркетинговой информации. При этом предложенный интегрированный подход использует возможности, которые предоставляют современные интеллектуальные технологии и аналитические средства в интернет-среде (С. 120-142).

С целью научного теоретического приращения в области методологии маркетинга процесса закупочной деятельности Ежовой Л.А. предложен алгоритм проверки соответствия характеристик товара и поставщиков заявленным требованиям в закупочной документации (на основе технологии автоматизированного сбора или парсинга (англ. parsing) данных о рыночных ценах). Необходимые при применении данного алгоритма проверки платформ электронной коммерции маркетплейсов (англ. marketplace), таких как Яндекс.Маркет, Озон, проводятся с последующей их систематизацией, что позволяет устранить влияние человеческого фактора и обеспечить оперативность принятия решения при осуществлении государственной закупки.

Отличительной чертой вышеуказанного алгоритма является результирующая система актуальной обработанной маркетинговой информации о товарах, ценах, конкурентах и участниках закупки, необходимой для принятия управленческих решений государственными заказчиками (С. 59-68). Практическое применение указанного алгоритма в сочетании с прочими количественными и качественными критериями позволяет сделать выводы о научно обоснованных тенденциях развития процедуры закупочной деятельности и прогнозировать ряд целевых показателей.

Система государственных закупок основана на контракте и состоит из вовлеченных субъектов: заказчика – государственного заказчика (производящего закупки через федеральный или региональный бюджет), участника закупки – торгового юридического лица или физического лица (зарегистрированного в специализированных электронных системах государственных закупок, реализующего свои товары и услуги в соответствии с договорными правилами через подачу заявки об участии и согласия с

контрактными данными), и уполномоченного органа, наделенного полномочиями проводить государственные закупки.

В этой связи разработанная Ежовой Л.А. укрупненная схема формирования структурированного контракта в машиночитаемой форме на осуществление государственной закупки в маркетинговой интернет-среде имеет значимое практико-ориентированное значение. Машиночитаемая технология применяется здесь с целью составления заявки на закупку в автоматическом режиме, и формирует возможность анализа и обработки объемных текстов, сопоставления старых и новых законодательных актов, проверки различных документов в автоматическом режиме, что исключает риски ошибок и потерь важных сведений. Диссертант показывает, что машиночитаемая технология способна качественно влиять на процесс принятия управленческих решений в сфере государственных закупок и вносит значительный вклад в оптимизацию маркетинговых коммуникаций и структурирование клиентского опыта у государственных заказчиков. При этом цифровой инструментарий проведения всех этапов государственной закупки здесь можно рассматривать как элемент развития современного тренда формирования «Цифрового Правительства» в РФ (С. 66-76).

В результате можно сделать вывод, что проведенное в диссертации структурирование системы управления государственными закупками, включающее, в том числе использование алгоритма сравнительного анализа характеристик товара и поставщиков, схемы формирования цифрового контракта на осуществление государственной закупки в интернет-среде, методики оценки достижимости условий исполнения контрактов по государственным закупкам на основе применения прогнозных моделей (С. 136-140) при практическом внедрении обеспечит достаточную точность и актуальность маркетингового исследования все аспектов рынка, что приведет к повышению эффективности закупок.

Замечание по диссертационной работе: в представленной сравнительной схеме механизмов разрешения споров в случае расторжения государственного контракта Заказчиком в одностороннем порядке (рисунок 7, С.41) в предлагаемом автором варианте системы требует уточнения следующий вопрос: в какой момент Исполнитель получает официальное уведомление о запущенной процедуре расторжения контракта с тем, чтобы иметь возможность исправить/оспорить ряд факторов и остановить/приостановить запущенную процедуру через суд.

Приведенное замечание носит скорее характер рекомендаций, поскольку компенсируется достоинствами работы и не снижает впечатления, производимого диссертационным исследованием в целом.

Таким образом, представленные диссертантом выводы и научные результаты вносят теоретический и практический вклад в методологию развития функционала маркетинга в рамках применения новых подходов и интеллектуально-емких инструментов, что позволит повысить эффективность и прозрачность маркетинговых исследований на всех этапах жизненного цикла

процесса реализации государственных закупок; поставленная цель достигнута, задачи решены.

Основные научные результаты опубликованы автором в рецензируемых научных изданиях, а именно: 7 работ общим объемом 3,42 п.л. (авторский объем – 2,42 п.л.) опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России.

Содержание диссертации полностью соответствует 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).

Исходя из изложенного, полагаю, что представленная к защите диссертация Ежовой Лилии Альбертовны соответствует заявленной научной специальности и может быть допущена к защите.

К

Ксенофонтова Татьяна Юрьевна  
доктор экономических наук, профессор  
12.05.2025



Т.Ю.

ета  
ова  
г.

