

## **Рецензия**

### **на статью «Трансформация маркетинговой деятельности компаний под воздействием цифровых технологий»**

**С.В. Лепнухов**

В представленной статье рассматриваются современные изменения маркетинговой деятельности компаний, происходящие под влиянием цифровых технологий. Автор анализирует ключевые аспекты трансформации маркетинговой среды, обусловленные развитием цифровизации, и показывает, каким образом цифровые решения меняют традиционные подходы к маркетинговым стратегиям, взаимодействию с потребителями и управлению маркетинговыми процессами.

В работе последовательно раскрываются основные направления трансформации маркетинга в условиях цифровой экономики. Автор рассматривает снижение транзакционных издержек, развитие маркетинга на цифровых платформах, усиление сетевых эффектов и переход компаний к персонализированным формам взаимодействия с потребителями. Особое внимание уделяется роли больших данных и цифровой аналитики в формировании индивидуализированных предложений, а также расширению участия потребителей в совершенствовании маркетинговых стратегий. Статья опирается на научные публикации отечественных и зарубежных исследователей, а также на концепции современной маркетинговой теории.

#### **Сильные стороны статьи**

Актуальность исследования обусловлена активным распространением цифровых технологий и их значительным влиянием на маркетинговую деятельность компаний. Рассматриваемая тема представляет интерес как для научного сообщества, так и для практиков в области маркетинга и управления бизнесом.

Автором проведена систематизация ключевых изменений, происходящих в маркетинговой сфере под воздействием цифровой

трансформации, что позволяет сформировать целостное представление о современных тенденциях развития маркетинга.

Работа отличается логичной структурой и последовательным изложением материала. В статье рассматриваются такие важные аспекты, как развитие платформенных моделей маркетинга, усиление сотрудничества между компаниями, рост роли инновационной деятельности и повышение гибкости маркетинговых стратегий.

Практическая значимость исследования заключается в том, что представленные выводы могут быть использованы при разработке современных маркетинговых стратегий компаний, ориентированных на использование цифровых технологий, аналитических инструментов и персонализированных форм взаимодействия с клиентами.

### **Перспективы исследования**

Перспективным направлением дальнейших исследований может стать более детальный анализ практических кейсов внедрения цифровых маркетинговых технологий в деятельности компаний различных отраслей. Дополнительный интерес представляет изучение эффективности использования аналитических инструментов и технологий больших данных в формировании персонализированных маркетинговых предложений.

### **Заключение**

Статья С.В. Лепнухова посвящена актуальной проблематике трансформации маркетинговой деятельности компаний в условиях цифровой экономики. Работа отличается научной аргументированностью, логичностью изложения и актуальностью рассматриваемых вопросов.

Полученные результаты имеют теоретическую и практическую значимость для дальнейшего развития исследований в области цифрового маркетинга и управления маркетинговыми стратегиями компаний.

**Рекомендуется к публикации в журнале.**

Рецензент – Гребеник Виктор Васильевич, доктор экономических наук, профессор, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

Reviewer – Grebenik Victor Vasilyevich, Doctor of Economics, Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Гребеник' (Grebenik).