

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации **Пономаревой Дианы Андреевны** на тему: «Трансформация методов и форм управления коммуникационной деятельностью организаций ресторанного бизнеса в развивающейся диджитал-среде» на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.6 – Менеджмент

Изложенное в автореферате Пономаревой Д. А. исследование посвящено актуальной проблеме трансформации методов и форм управления коммуникационной деятельностью организаций ресторанного бизнеса в условиях развивающейся диджитал-среды. В работе исследуются вопросы и возможности децентрализации управления маркетинговыми коммуникациями, интеграции традиционных и цифровых каналов взаимодействия с потребителями, а также разработки механизма, направленного на повышение результативности управленческой деятельности в данной сфере.

Актуальность исследования обусловлена несколькими факторами. Во-первых, глобальная цифровизация и широкое проникновение интернета во все сферы бизнеса требуют переосмысления подходов к управлению коммуникациями, особенно в таких динамичных отраслях, как ресторанный бизнес. Во-вторых, усложнение коммуникационной среды, связанное с появлением новых каналов и инструментов взаимодействия, открывает возможности существенного повышения эффективности управления по сравнению с системой, основанной на использовании традиционных методов. В-третьих, возрастает значимость вовлечения стейкхолдеров, включая сотрудников и внешних агентов, в процесс коммуникации, что требует разработки новых форм и методов управления. Актуальность разработок этих аспектов подтверждаются и современными исследованиями, указывающими на необходимость адаптации маркетинговых стратегий к условиям цифровой экономики и омниканального взаимодействия.

Научная новизна работы представлена в ряде её ключевых аспектов. Автором уточнена сущность процесса управления маркетинговыми коммуникациями в диджитал-среде, предложена его дефиниция, учитывающая интеграцию онлайн- и офлайн-каналов. Также разработана модель децентрализованной формы управления, основанная на включении внутренних и внешних стейкхолдеров в процесс принятия решений, что способствует повышению гибкости и результативности коммуникационной деятельности. На базе выработанной формы управления сформирован комплекс методов управления, соответствующий принципам «бирюзовой»

парадигмы управления и стратегической школы обучения персонала. Также предложен открытый механизм управления коммуникациями, сочетающий стратегический и тактический циклы, и разработан метод комплексной оценки результативности, учитывающий функциональный, управленческий и системный уровни.

Теоретическая значимость исследования состоит в развитии концепции управления коммуникациями предприятий ресторанного бизнеса. Работа вносит вклад в теорию менеджмента, расширяя понимание возможностей децентрализованных форм управления и их применения в условиях омниканальной среды. Результаты диссертации дополняют существующие подходы к управлению маркетинговыми коммуникациями, предлагая новые решения для интеграции традиционных и цифровых каналов, а также вовлечения стейкхолдеров в коммуникационный процесс.

Ценность работы с практической точки зрения подтверждается апробацией предложенных методов и механизмов в реальных условиях ресторанного бизнеса. Внедрение децентрализованной формы управления коммуникациями в организациях ООО «Бар» и ООО «Маг» продемонстрировало положительные результаты, включая рост лояльности потребителей, увеличение частоты визитов и повышение выручки. Разработанные методики и инструменты обладают потенциалом внедрения в предприятия рынка общественного питания для оптимизации коммуникационной деятельности, а также включены в учебные программы по менеджменту.

В качестве замечаний к автореферату необходимо указать:

1. В автореферате недостаточно чётко отражена частота применения рекомендованного автором метода тактической оценки результативности управления, а также её обоснование.

2. По тексту автореферата автор переходит от употребления термина «диджитал-среда» к использованию понятия «омниканальная среда», как равнозначным, что видится дискуссионным решением.


3. При представлении результатов апробации автором используется показатель «тактической оценки результативности управления коммуникациями», рассчитанный за 1 месяц. Практический интерес представляет оценка результатов от внедрённых и реализуемых на основании научно-практических результатов диссертации программ за более продолжительный период (год и более).

Несмотря на выявленные недостатки, исследование Пономаревой Д. А. представляет собой целостную работу, в которой поставленные задачи решены на высоком научном уровне. Научная новизна подтверждается авторскими уточнениями дефиниций, методологическими разработками и практическими результатами. Работа сочетает теоретический анализ с прикладной

направленностью, что делает её значимой как для академического сообщества, так и для профессионалов ресторанного бизнеса.

Таким образом, диссертационная работа «Трансформация методов и форм управления коммуникационной деятельностью организаций ресторанного бизнеса в развивающейся диджитал-среде» полностью отвечает требованиям «Положения о присуждении научных степеней в ЮФУ» (Приказ №66-ОД от 29.03.2024 г.), а ее автор, Пономарева Диана Андреевна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.6 «Менеджмент».

Д.э.н., профессор, профессор кафедры
инновационного менеджмента и
предпринимательства Федерального
Государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего
образования «Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)»

 В.М. Джуха

Индекс, адрес ВУЗа:

344002, Ростовская обл., г. Ростов-на-Дону, ул.

Большая Садовая, д. 69

Телефон: 8(863) 227-16-12, E-mail:

dvm58@yandex.ru

Подпись Джуха Владимира Михайловича заверяю

Дата:

