

ОТЗЫВ

**официального оппонента на диссертационную работу Катеринец
Светланы Леонидовны на тему «Маркетинг в условиях трансформации
агропродовольственных рынков», представленной на соискание ученой
степени доктора экономических наук по специальности
5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)**

Актуальность темы. Агропродовольственный комплекс играет ключевую роль в обеспечении продовольственной безопасности и повышении качества жизни населения, развитие которого подвержено воздействию современных макроэкономических и институциональных тенденций, оказывающих существенное влияние на эффективность функционирования субъектов аграрного бизнеса, а также процессы производства, распределения и потребления сельскохозяйственной продукции. В условиях санкционного давления и ухода с рынка ряда западных поставщиков технологий, средств производства и логистических сервисов актуализируется задача формирования устойчивых цепочек создания стоимости на основе отечественных ресурсов и адаптации маркетинговых стратегий к изменению структуры предложения и потребительских предпочтений. Сохранение высоких темпов инфляции, рост цен на энергоносители, минеральные удобрения, средства механизации и трудовые ресурсы формируют дополнительные вызовы для рентабельности аграрного производства. Несмотря на благоприятную конъюнктуру на отдельных сегментах рынка, данная ситуация обуславливает необходимость разработки гибких ценовых стратегий, инструментов хеджирования рисков и оптимизации структуры затрат в рамках маркетингового управления агропредприятиями.

Диссертация Катеринец С.Л. органично вписывается в реализацию Доктрины продовольственной безопасности РФ, Стратегии развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов до 2030 года, а также национальных проектов «Малое и среднее предпринимательство», «Цифровая экономика» и «Международная кооперация и экспорт». Особую значимость работа приобретает в контексте вхождения Донецкой и Луганской Народных Республик, Запорожской и Херсонской областей в состав Российской

Федерации, где требуется в сжатые сроки обеспечить продовольственную безопасность территорий, загрузить производственные мощности и наладить кооперацию с российскими партнерами.

В связи с этим возникает объективная необходимость в переосмыслении роли маркетинга как системообразующего механизма адаптации агропродовольственных рынков к новым условиям, что и составляет центральную научную проблему, решаемую в диссертации, а также свидетельствует об актуальности темы работы.

Степень обоснованности и достоверности научных положений, выводов и рекомендаций. Содержащиеся в диссертации положения, выводы и рекомендации обладают достаточной степенью обоснованности и достоверности, что обеспечено:

применением комплекса общенаучных и специальных методов исследования (системного и междисциплинарного подходов, диалектического метода, структурно-функционального анализа, сравнительного и институционального анализа, экономико-статистических методов, методов маркетингового анализа), что позволило обеспечить комплексность, целостность и достоверность выводов, а также сформировать системное представление о маркетинге в условиях трансформации агропродовольственных рынков;

использованием представительной информационно-эмпирической базы, включающей официальные статистические данные Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации (Росстат), отчеты Министерства экономического развития РФ, Министерства сельского хозяйства РФ, Федеральной таможенной службы, а также международные источники — статистические базы и аналитические обзоры Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО), отчеты Всемирной торговой организации (ВТО), аналитические отчеты международных консалтинговых компаний (McKinsey, PwC, KPMG, Deloitte), нормативно-правовые акты РФ и новые территорий, а также результаты авторских исследований.

Достоверность результатов диссертационной работы подтверждается:

корректным применением разработанных автором концептуальных положений (концепции развития агропродовольственных рынков на основе маркетинга, модели маркетинговой политики повышения конкурентоспособности сельского хозяйства, интеграционного механизма функционирования агропродовольственных цепочек, механизма реализации инноваций в инклюзивной модели развития сельского хозяйства, маркетинговой стратегии развития агропродовольственных рынков, модели четырехэлементного механизма реализации стратегического плана) применительно к действующим предприятиям и органам управления агропродовольственного сектора Луганской Народной Республики;

апробацией основных положений на 21 международной и всероссийской научно-практической конференции (включая конференции в Луганске, Донецке, Воронеже, Новосибирске, Пензе, Алчевске, Витебске, Брянске, Сочи, Петрозаводске и др.) и публикацией 48 научных работ, в том числе 1 авторской монографии, 2 разделов в коллективных монографиях, 22 статей (из которых публикации ВАК РФ составляют 10,25 печ. л., в том числе 7,75 авт. печ. л.);

внедрением результатов в деятельность Министерства сельского хозяйства и продовольствия Луганской Народной Республики, ООО «Империя А», ООО «Лутугинская сельхозтехника», а также в учебный процесс ФГБОУ ВО «Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова» при преподавании дисциплин «Агромаркетинг», «Аграрная экономика», «Аграрная политика и сельскохозяйственные рынки», «Кооперация и агропромышленная интеграция», что подтверждено соответствующими справками о внедрении.

Оценка структуры и содержания работы. Диссертация состоит из введения, пяти разделов (15 подразделов), заключения, списка литературы (307 источников, в т.ч. 15 на иностранных языках) и 8 приложений. Работа изложена на 394 страницах, включает 44 рисунка, 36 таблиц.

Изложение научной работы представляет логически обоснованную последовательность решения задач исследования и представления решений как научных результатов в виде научных положений, выводов и рекомендаций,

обладающую внутренним единством и отличающейся аргументированностью, высокой степенью детализации и визуализации излагаемого материала.

Во введении обоснована актуальность темы, показана степень изученности проблемы, сформулированы цель и задачи, определены объект и предмет исследования, представлены научная новизна, теоретическая и практическая значимость, приведены сведения об апробации.

В первом разделе «Теоретические и научно-методологические аспекты развития агропродовольственных рынков на основе маркетинга» автором проанализированы теоретические аспекты развития агропродовольственных рынков (с. 21-39), исследованы научно-методологические основы их развития в контексте маркетинга (с. 40-67), а также представлена концепция развития агропродовольственных рынков на основе маркетинга (с. 68-79). Теоретическая проработка отличается глубиной и системностью, автор раскрывает специфику агромаркетинга с учётом сезонности, природных и рыночных рисков, а также предлагает авторское видение дефиниции «агропродовольственный рынок».

Во втором разделе «Оценка современного состояния агропродовольственных рынков» проведена оценка современного состояния аграрных предприятий, в том числе на примере Луганской Народной Республики с анализом земельного фонда, посевных площадей, поголовья скота и производства продукции растениеводства и животноводства за период 2018-2025 гг. (с. 84-120), определены особенности развития элементов комплекса маркетинга в сельском хозяйстве (с. 121-133), а также предложен механизм совершенствования государственного регулирования функционирования предприятий агропромышленного комплекса, включающий концептуальную схему, принципы адаптивности и партнерства государства и бизнеса (с. 134-155). Особого внимания заслуживает анализ уровня самообеспеченности основными товарами агропродовольственного рынка ЛНР за 2021-2025 гг. (с. 115-117), а также предложенные мероприятия по достижению целей общей программы социально-экономического развития Луганской Народной Республики (117-119) и основные направления исследований в контексте формирования информационной базы обеспечения рыночной состоятельности предприятия АПК и маркетинговой политики (с. 138).

В третьем разделе «Формирование маркетинговой политики повышения конкурентоспособности сельского хозяйства» сформирована модель маркетинговой политики, направленной на повышение конкурентоспособности сельского хозяйства, включающая внешнюю среду, аналитическую основу, комплекс маркетинга, государственное регулирование и цифровизацию (с. 160-172), определены факторы устойчивого развития агропродовольственных рынков и проведена классификация инноваций в их деятельности (с. 173-190), а также разработан интеграционный механизм функционирования агропродовольственных цепочек, обеспечивающий объединение фермерских хозяйств, перерабатывающих предприятий, логистических структур и сбытовых организаций (с. 191-214). Предложения носят практико-ориентированный характер и могут быть использованы предприятиями агропродовольственного сектора различного масштаба.

В четвертом разделе «Цифровые технологии в развитии агропродовольственных рынков» проанализирован цифровой разрыв и цифровизационная трансформация агропродовольственных рынков (с. 215-230), исследованы технологии маркетинга в условиях трансформации в интернет-среде, включая электронную коммерцию, SEO, PPC, маркетинг в социальных сетях и контент-маркетинг (с. 230-245), а также изучены инновации в инклюзивных моделях ведения сельского хозяйства на контрактной основе, представлен механизм реализации инноваций в инклюзивной модели и алгоритм его внедрения (с. 245-260). Особого внимания заслуживают авторские разработки системы АИС в обработке информации о маркетинге инноваций и метода картирования (Net-Map) как инновационного ориентира маркетинга в сельском хозяйстве (с. 223-225).

В пятом разделе «Маркетинговая стратегия развития агропродовольственных рынков» систематизирована комплексная бизнес-модель устойчивого развития, интегрирующая производственные, кооперативные, инновационно-цифровые, экологические, социально-ориентированные и рыночные бизнес-модели (с. 261-275), предложена маркетинговая стратегия развития, включающая 8 последовательных этапов от диагностики и аналитики рынка до мониторинга, контроля и корректировки (с.

276-291), а также осуществлено стратегическое планирование и определены векторы устойчивого развития на основе модели четырехэлементного механизма реализации стратегического плана (целевой, ресурсный, организационно-институциональный, контрольно-оценочный элементы) (с. 291-322). Разработки автора отличаются системностью, практической применимостью и могут быть использованы как на уровне отдельных предприятий, так и на региональном уровне управления агропродовольственным комплексом.

В заключении подведены итоги исследования, сформулированы основные выводы, соответствующие поставленным задачам.

Таким образом, диссертационное исследование характеризуется внутренним единством, логической взаимосвязанностью научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

Новизна научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации. Новизна исследования заключается в разработке и обосновании теоретико-методических подходов и практических инструментов маркетинга на агропродовольственных рынках в условиях их трансформации, что позволяет интегрировать классические и цифровые методы маркетинга, учитывать многоуровневую структуру рынка и интересы ключевых участников, а также вырабатывать стратегические рекомендации для повышения конкурентоспособности отечественной продукции, оптимизации производственно-сбытовых цепочек и обеспечения устойчивого развития агропродовольственного сектора.

Научные результаты, выносимые на защиту, их научная новизна и личный вклад автора раскрыты в следующих положениях, представленных в формулировках автора, с которыми можно согласиться.

1. Разработана концепция развития агропродовольственных рынков на основе маркетинга (с. 74-79), интегрирующая элементы классического комплекса маркетинга с особенностями агропродовольственного сектора и современными процессами цифровизации и рассматривающая агропродовольственный рынок в качестве многоуровневой социально-экономической экосистемы, которая предусматривает переход от товарно-

сбытовой ориентации к долгосрочному устойчивому развитию и укреплению продовольственной безопасности (п. 10.5 Паспорта специальности).

2. Сформирован механизм совершенствования государственного регулирования предприятий АПК как маркетингово-ориентированная модель, сочетающая рыночные инструменты, цифровую аналитику и вовлечение малых форм хозяйствования в производственно-сбытовые цепочки (с. 140-143), реализация которого повысит конкурентоспособность предприятий агропродовольственного комплекса, минимизирует отраслевые риски и обеспечит продовольственную безопасность страны (п. 10.6 Паспорта специальности).

3. Разработана модель маркетинговой политики в условиях повышения конкурентоспособности сельского хозяйства (с. 168-170), основанная на интеграции инструментов комплекса маркетинга, государственного регулирования и цифровых технологий с целью формирования устойчивых конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий (п. 10.5 Паспорта специальности).

4. Представлен интеграционный механизм функционирования агропродовольственных цепочек (с. 195-198), обеспечивающий объединение фермерских хозяйств, переработчиков, логистических структур и сбытовых организаций в устойчивые производственно-сбытовые системы с распределением рисков и минимизацией транзакционных издержек (п. 10.5, 10.6 Паспорта специальности).

5. Разработан механизм реализации инноваций в инклюзивной модели развития сельского хозяйства (с. 251-254), представляющий собой систему организационно-экономических, институциональных и технологических инструментов, обеспечивающих внедрение инноваций с целью распределения выгоды от их использования максимально широко среди всех участников аграрного сектора (п. 10.5 Паспорта специальности).

6. Представлена комплексная бизнес-модель устойчивого развития агропродовольственных рынков (с. 269-274) как интегрированная система организационно-экономических, институциональных и управленческих решений, направленной на обеспечение устойчивого развития

агропродовольственного сектора в долгосрочной перспективе (п. 10.5 Паспорта специальности).

7. Предложена маркетинговая стратегия развития агропродовольственных рынков (с. 287-291), которая является системой долгосрочных управленческих решений и мероприятий, направленных на формирование и поддержание конкурентоспособности агропродовольственного сектора, удовлетворение потребностей населения и обеспечение устойчивого развития продовольственных систем (п. 10.5 Паспорта специальности).

8. Сформирована модель четырехэлементного механизма реализации стратегического плана (с. 313-315), являющаяся концептуальной конструкцией, включающей четыре взаимосвязанных элемента (целевой, ресурсный, организационно-институциональный, контрольно-оценочный), обеспечивающих эффективное воплощение стратегического плана в практику управления в соответствии с механизмом, где каждый элемент выполняет определенную функцию в общем процессе (п. 10.6 Паспорта специальности).

Теоретическая и практическая значимость результатов диссертационной работы. Теоретическая значимость исследования заключается в развитии теоретико-методологических основ маркетинга в условиях трансформации агропродовольственных рынков, включая интеграцию цифровых и инновационных инструментов, принципов устойчивого развития и ESG-подходов, обоснование концептуальных моделей и стратегий взаимодействия участников цепочек, а также формирование методологических подходов к оценке эффективности маркетинговых стратегий с учётом экономических, социальных и экологических факторов, что позволяет рассматривать маркетинг как механизм повышения устойчивости агропродовольственных систем.

Практическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что разработанные автором теоретико-методологические положения и методические рекомендации доведены до уровня конкретных инструментов, моделей и стратегий, пригодных для непосредственного использования в

деятельности предприятий агропромышленного комплекса, органов регионального и отраслевого управления, а также отраслевых объединений.

Замечания и вопросы по диссертационной работе. В целом положительно оценивая диссертационное исследование, следует высказать ряд замечаний дискуссионного характера.

1. В первом разделе диссертации достаточно подробно систематизированы теоретические подходы, критерии и факторы оценки конкурентоспособности продукции АПК (с. 60-64), что свидетельствует о глубоком владении автором данной проблематикой. Вместе с тем, в структуре работы не выделен самостоятельный исследовательский блок, демонстрирующий результаты диагностического анализа конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции исследуемого региона, наличие которого позволило бы усилить научно-практическую значимость проведенного исследования.

2. В подразделе 2.2 подробно рассматриваются особенности развития элементов комплекса маркетинга в сельском хозяйстве (с. 121-133), однако материал представлен преимущественно в описательной форме. Для придания ему большей структурной четкости представляется целесообразным систематизировать результаты исследования с указанием сильных и слабых сторон реализации маркетинговой политики в условиях трансформации агропродовольственных рынков, что является основой для дальнейшей разработки маркетинговых стратегий.

3. В диссертационной работе обоснованно подчёркивается возрастающая значимость ESG-принципов в формировании маркетинговой стратегии агропродовольственных рынков (с. 135, 208, 270, 288). Тем не менее, для большей измеримости и прикладной ценности желательно дополнить концептуальные положения конкретными инструментами операционализации параметров устойчивого развития. В частности, рассмотрение возможности внедрения метрик для оценки «зелёного» вклада в стоимость бренда или расчёта социального возврата на маркетинговые инвестиции позволит трансформировать общие принципы ESG в рабочие индикаторы целеполагания маркетинговой политики.

4. В подразделе 4.1 автором акцентируется внимание на проблеме цифрового неравенства в аграрном секторе и его влиянии на трансформацию агропродовольственных рынков (с. 215-230), однако, термин «цифровой разрыв» используется без четкого методологического обоснования и количественных индикаторов его измерения, что не позволяет изучить динамику трансформационных процессов. Соискателю целесообразно пояснить, какие именно измеримые параметры наиболее точно отражают масштаб цифрового разрыва в агропродовольственном секторе новых территорий, и как они могут быть интегрированы в авторскую методику диагностики рынков?

5. Представленные в диссертации комплексная бизнес-модель устойчивого развития агропродовольственных рынков (рис. 5.2, с. 270) и маркетинговая стратегия развития предприятий агропродовольственных рынков (рис. 5.4, с. 288) демонстрируют комплексный подход к развитию агропродовольственных рынков. Для повышения практической ценности исследования было бы целесообразно рассмотреть возможность дополнительной дифференциации рекомендаций с учётом специфики различных форм хозяйствования: от личных подсобных хозяйств и крестьянско-фермерских хозяйств до крупных агрохолдингов с учетом различий в ресурсной базе, уровне цифровой зрелости и доступности мер государственной поддержки, что могло бы способствовать

Высказанные замечания не снижают общей высокой оценки диссертационной работы, носят рекомендательный характер и могут быть учтены в дальнейших исследованиях автора.

Заключение. Диссертационное исследование представляет собой завершённую научно-квалификационную работу, в которой на основании выполненных автором исследований разработаны теоретико-методологические положения и практические рекомендации, в совокупности, решающие крупную научную проблему – формирование маркетинговой политики устойчивого развития агропродовольственных рынков в условиях структурной трансформации. Работа обладает внутренним единством, содержит элементы научной новизны. Теоретическая и практическая значимость результатов

обоснована. Работа выполнена в соответствии с паспортом специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг). Автореферат полно и точно отражает содержание диссертации.

Таким образом, диссертационная работа Катеринец Светланы Леонидовны на тему «Маркетинг в условиях трансформации агропродовольственных рынков» по актуальности, научной новизне, обоснованности выводов и практической значимости соответствует требованиям п. 9-14 Положения о присуждении ученых степеней (утв. Постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013), предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Безрукова Татьяна Львовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Официальный оппонент:

доктор экономических наук, профессор,
академик РАН, почетный работник высшего
профессионального образования РФ,
и. о. заведующего кафедрой экономики и
финансов ФГБОУ ВО «Воронежский
государственный лесотехнический
университет им. Г.Ф. Морозова»

 Т.Л. Безрукова

« 10 » июня 2026 г.

Контактная информация:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова»
394087, Россия, г. Воронеж, Тимирязева, 8
Тел.: +7(473)225-39-03
e-mail: bezrukovz_t_l@mail.ru
Веб-сайт: <https://vgltu.ru/>



Подпись: *Т.Л. Безрукова*
Подтверждаю: *ВЗД*
Дата: *10.06.2026*