

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 диссертационной работы обусловлена происходящими изменениями в агропродовольственной сфере, связанными с цифровой трансформацией экономики, усилением конкурентного давления на мировых и национальных продовольственных рынках, изменением структуры потребительского спроса, необходимостью обеспечения продовольственной безопасности и реализацией принципов устойчивого развития.

Современный агропродовольственный рынок представляет собой сложную многоуровневую систему взаимодействия производителей, переработчиков, логистических структур, торговых организаций, государственных институтов и конечных потребителей. В этих условиях маркетинг приобретает значение как механизм координации интересов участников рынка, формирования устойчивых цепочек создания стоимости и повышения эффективности функционирования агропродовольственного комплекса. Особое значение приобретает разработка новых маркетинговых подходов, учитывающих процессы цифровизации, распространение электронных платформ и маркетплейсов, повышение требований к качеству и экологической безопасности продукции, а также необходимость интеграции экономических, социальных и экологических аспектов развития агропродовольственного сектора.

Учитывая изложенное, тема диссертационной работы Катеринец С. Л. является своевременной, актуальной и соответствует современным направлениям развития экономической науки и практики маркетингового управления.

Степень обоснованности научных положений и достоверность результатов исследования. Обоснованность научных положений, сделанных выводов и предложенных рекомендаций в диссертационной работе подтверждается следующими доводами:

Рецензируемая работа имеет стройную, логичную структуру и включает: введение, пять основных раздела, пятнадцать подразделов, заключение, список литературы и приложения. Структурные элементы диссертации отражают строгую методологическую подчиненность, последовательно и глубоко раскрывают тему исследования, ход решения

поставленных задач, что обеспечивает достижение сформулированной в диссертации цели, которая заключается в разработке научно-обоснованных теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по формированию маркетинговой стратегии устойчивого развития агропродовольственных рынков в условиях их трансформации.

Диссертация характеризуется высоким уровнем теоретической и методологической проработки исследуемой проблемы. Автором проведен обстоятельный анализ отечественных и зарубежных научных подходов к исследованию маркетинга агропродовольственных рынков, систематизированы концепции агромаркетинга, устойчивого развития, цифровой трансформации и продовольственной безопасности. Методологическую основу исследования составили системный, институциональный и междисциплинарный подходы. В работе использованы методы сравнительного анализа, экономико-статистического исследования, структурно-функционального анализа, маркетингового анализа, а также методы стратегического планирования и сценарного моделирования.

Информационная база исследования является репрезентативной и включает материалы Росстата, Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, Всемирного банка, Всемирной торговой организации, аналитические материалы ведущих российских и зарубежных исследовательских организаций, что обеспечивает высокий уровень достоверности полученных результатов.

Стиль и язык изложения материала диссертационной работы, выводов и рекомендаций соответствует требованиям научности и грамотности. Для диссертации характерны смысловая законченность, целостность и связность текста. Раскрытие главной идеи диссертации прослеживается как на этапе теоретического обоснования, так и на этапе разработки и обоснования соответствующих научных положений и выводов, а также практических предложений и рекомендаций.

Диссертационная работа прошла апробацию - по ней автором опубликовано 49 научных работ (включая 1 авторскую монографию и 2 раздела в коллективных монографиях, 23 статьи в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ), материалы диссертации докладывались и обсуждались на 21 научно-практической конференции, регионального, всероссийского и международного уровня в 2016-2025 гг.

Научные работы и автореферат диссертации объективно и в полной мере раскрывают решение поставленных в работе научных задач, базовые положения диссертационной работы, научные выводы и практические рекомендации, что свидетельствует о достаточно высоком уровне

информирования научного сообщества и специалистов-практиков о научных результатах, полученных в ходе выполнения исследований.

Достоверность результатов исследования подтверждает тот факт, что выводы и рекомендации, предложенные в диссертационной работе, утверждены и внедрены в деятельность Министерства сельского хозяйства и продовольствия Луганской Народной Республики (справка № 01-26/514-1 от 11 июня 2025 г.) и деятельность Общества с ограниченной ответственностью «ИМПЕРИЯ А» (справка № 275 от 27 мая 2025 г.), Общества с ограниченной ответственностью «Лутугинская сельхозтехника» (справка № 01/05 от 20 мая 2025 г.). Отдельные теоретические положения и практические результаты выполнения диссертационной работы используются в учебном процессе ФГБОУ ВО «Луганский государственный аграрный университет имени К. Е. Ворошилова» (справка № 1/948 от 18 июня 2025 г.).

Новизна полученных научных результатов. Ознакомление и детальный критический анализ материалов диссертации, представленных на соискание ученой степени, позволяет утверждать, что в них содержатся элементы научной новизны, вносящие значимый вклад в развитие экономической науки в рамках специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг). В частности, новизну для современной экономической науки представляют следующие положения диссертации:

1. Заслуживает положительной оценки разработанная автором концепция развития агропродовольственных рынков на основе маркетинга, в рамках которой агропродовольственный рынок рассматривается как многоуровневая социально-экономическая экосистема, объединяющая производителей, перерабатывающие предприятия, торговые структуры, государство и потребителей (с. 68-80). В отличие от существующих подходов концепция ориентирована на переход от решения краткосрочных сбытовых задач к обеспечению долгосрочной устойчивости агропродовольственного сектора посредством интеграции инструментов маркетинга, цифровых технологий, механизмов государственного регулирования и принципов устойчивого развития.

2. Автором разработан механизм совершенствования государственного регулирования функционирования предприятий агропромышленного комплекса, основанный на сочетании рыночных и административных инструментов управления, цифровых аналитических технологий и факторов устойчивого развития (с. 134-156). Научная новизна данного результата заключается в формировании маркетингово-ориентированной модели регулирования, обеспечивающей вовлечение субъектов малого предпринимательства в производственно-сбытовые цепочки, повышение

конкурентоспособности аграрного сектора и укрепление продовольственной безопасности государства.

3. Важным научным результатом является разработанная модель маркетинговой политики повышения конкурентоспособности сельского хозяйства, основанная на интеграции инструментов комплекса маркетинга, государственного регулирования и цифровых технологий (с. 160–173). Отличительной особенностью модели выступает учет специфики аграрного производства, включая сезонность, природно-климатические риски, социальную значимость продовольственной продукции и необходимость адаптации маркетинговой деятельности к условиям цифровой трансформации экономики.

4. Существенный научный интерес представляет разработанный интеграционный механизм функционирования агропродовольственных цепочек (с. 191–210), обеспечивающий взаимодействие производителей сельскохозяйственной продукции, перерабатывающих предприятий, логистических структур и организаций сбыта в рамках устойчивых производственно-сбытовых систем. Особое значение имеет обоснование механизмов интеграции малых фермерских хозяйств в цепочки создания стоимости совместно с крупными агрохолдингами, что способствует снижению транзакционных издержек, распределению рисков и формированию единого экономического пространства агропродовольственного рынка.

5. Автором предложен механизм реализации инноваций в инклюзивной модели развития сельского хозяйства, представляющий собой систему организационно-экономических, институциональных и технологических инструментов, направленных на расширение доступа различных категорий субъектов аграрного сектора к инновационным технологиям (с. 245–258). Новизна результата заключается в обеспечении широкого распространения инноваций среди всех участников аграрного производства – от крупных агрохолдингов до малых фермерских хозяйств и сельских сообществ, что способствует снижению социально-экономической дифференциации и повышению устойчивости аграрного развития.

6. К числу значимых результатов диссертационного исследования следует отнести систематизированную комплексную бизнес-модель устойчивого развития агропродовольственных рынков (с. 261–276). Предложенная модель представляет собой интегрированную систему организационно-экономических, институциональных и управленческих решений, основанную на внедрении ESG-принципов, развитии партнерских отношений между государством, бизнесом⁴ и потребителями, а также

сочетании механизмов государственного регулирования и рыночной самоорганизации. Реализация модели обеспечивает повышение устойчивости агропродовольственных систем к внешним воздействиям и формирование новых форм межсубъектного взаимодействия.

7. Автором разработана маркетинговая стратегия развития агропродовольственных рынков, основанная на использовании инновационных маркетинговых технологий, цифровых платформ и инструментов обеспечения прозрачности происхождения продукции (с. 276–291). Особенностью стратегии является сочетание внутреннего и экспортного векторов развития агропродовольственного сектора, ориентация на удовлетворение локального спроса и одновременно на расширение присутствия отечественной продукции на мировых рынках. Практическая реализация стратегии способствует укреплению доверия потребителей, развитию цифровых каналов продвижения продукции и снижению региональных диспропорций в доступе населения к качественным продуктам питания.

8. Научным результатом исследования является сформированная модель четырехэлементного механизма реализации стратегического плана, включающая целевой, ресурсный, организационно-институциональный и контрольно-оценочный элементы (с. 291–319). В отличие от существующих разработок модель обеспечивает интеграцию стратегического и операционного контуров управления, предусматривает наличие механизма обратной связи и возможность адаптации к различным уровням управления. Практическое значение модели заключается в повышении эффективности стратегического управления и обеспечении непрерывного цикла реализации маркетинговых решений в агропродовольственном секторе.

Обозначенные результаты диссертационного исследования соответствуют специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), в частности: 10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов; 10.6. Состояние и тенденции развития внешней и внутренней среды маркетинговой деятельности, сегментация рынков и определение рыночных ниш.

Замечания. Признавая безусловную актуальность диссертационного исследования, научную обоснованность и достоверность авторских выводов и рекомендаций, а также их ценность и значимость для современной экономической науки и практики, следует обратить внимание на отдельные замечания и дискуссионные положения работы:

1. В работе значительное внимание уделяется цифровизации агропродовольственных рынков, однако недостаточно подробно раскрыт вопрос оценки экономической эффективности отдельных цифровых маркетинговых инструментов применительно к различным категориям сельскохозяйственных производителей.

2. В рамках разработанного интеграционного механизма производственно-сбытовых цепочек (с. 196) целесообразно было бы более подробно рассмотреть механизмы распределения создаваемой добавленной стоимости между различными участниками цепочки.

3. Представленный в работе алгоритм разработки стратегического плана демонстрирует чёткую последовательность управленческих этапов (рис. 5.8, с. 312). В целях дальнейшего повышения его адаптивности к условиям структурной трансформации агропродовольственных рынков целесообразно дополнить данный механизм элементами риск-менеджмента, что позволит обеспечить предвидение неблагоприятных для агропредприятий тенденций.

4. В диссертационной работе концепт «инклюзивная модель развития сельского хозяйства» активно используется при анализе механизмов внедрения инноваций, цифровизации и кооперации в аграрном секторе. Вместе с тем, его содержательная характеристика не представлена в виде развернутой авторской дефиниции, что оставляет за рамками исследования сущностные признаки, критерии и отличительные особенности данной модели от традиционных подходов к развитию АПК. Кроме того, в тексте не в полной мере раскрыта прямая взаимосвязь инклюзивной модели с маркетингом, т.е. как элементы комплекса маркетинга, цифровые коммуникации, территориальный брендинг и стратегии продвижения интегрируются в инклюзивную модель, обеспечивая демократизацию доступа к рынкам и повышение конкурентоспособности малых производителей.

Указанные спорные моменты не умаляют вклада диссертанта в развитие современной экономической науки и не ставят под сомнение высокий уровень материалов диссертации, ее теоретическую и практическую значимость.

Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным Положением о присуждении ученых степеней, утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. № 842 (в действующей редакции). Диссертационная работа Катеринец Светланы Леонидовны представляет собой завершённое исследование, в котором получены новые научные положения, разработаны методические основы, обоснованы практические рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности в условиях трансформации агропродовольственных рынков.

Научные положения, разработки, результаты, выводы и рекомендации, выносимые на защиту, получены автором самостоятельно. Содержание автореферата и основные положения диссертации идентичны. Текст работы отличают формально-логический способ изложения материала, научный грамотный, точный стиль изложения мыслей.

Диссертация отвечает критериям актуальности, новизны, теоретической и практической значимости, а также достоверности полученных результатов. Автореферат и публикации автора по теме исследования отражают основное содержание диссертации.

По своей структуре, объему и оформлению диссертации соответствует требованиям п. 9-14 Положения о порядке присуждении ученых степеней, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 года № 842 (с изменениями), предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени доктора экономических наук, а ее автор – Катеринец Светлана Леонидовна – заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Ефременко Елена Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных

Официальный оппонент:

доктор экономических наук по
специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая
экономика (маркетинг), доцент,
заведующий кафедрой «Учет и аудит»
ФГБОУ ВО «Луганский государственный
университет имени Владимира Даля»

« 10 » июня 2026 г.



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»
291034, ЛНР, г.о. город Луганск, г. Луганск кв. Молодежный, 20а
тел.: +7 (8572) 34-48-28, факс: +7 (8572) 34-48-48,
e-mail: dahl.univer@yandex.ru
<http://daluniver.ru>