

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА 24.2.490.01,
СОЗДАННОГО НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО» МИНИСТЕРСТВА НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО ДИССЕРТАЦИИ
НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ ДОКТОРА НАУК

аттестационное дело № _____
решение диссертационного совета 24.2.490.01 от 30.06.2026 г. № 48

О присуждении Катеринец Светлане Леонидовне гражданке Российской Федерации ученой степени доктора экономических наук

Диссертация «Маркетинг в условиях трансформации агропродовольственных рынков» по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг) принята к защите «30» марта 2026 г., протокол № 25 диссертационным советом 24.2.490.01 на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 150/нк от 20 февраля 2024 г.

Соискатель Катеринец Светлана Леонидовна, 26.10.1973 года рождения, в 2000 году защитила диссертацию на тему: «Основные проблемы и направления формирования предпринимательских отношений в аграрном секторе экономики Украины» в диссертационном совете К-063.57.32 на базе Санкт-Петербургского государственного университета на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.01 - Политическая экономия. В 2009 году прошла повторную защиту диссертационной работы по переаттестации специалиста в диссертационном совете Д 38.806.01 Николаевского государственного аграрного университета по специальности 08.00.03 - Экономика

и управление национальным хозяйством. В 2011 году присвоено ученое звание доцента.

Работает в должности доцента кафедры экономики предприятия, управления трудовыми ресурсами в АПК и права федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова» Министерства сельского хозяйства Российской Федерации.

Диссертация выполнена на кафедре экономики предприятия, управления трудовыми ресурсами в АПК и права федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова» Министерства сельского хозяйства Российской Федерации.

Научный консультант – Шевченко Мария Николаевна, доктор экономических наук, профессор, декан факультета экономики и управления АПК, заведующий кафедрой экономики предприятия и управления трудовыми ресурсами в АПК и права, член-корреспондент Международной Академии науки и практики организации производства федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова».

Официальные оппоненты:

Безрукова Татьяна Львовна, доктор экономических наук, профессор, академик Российской Академии Естествознания, почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова», и.о. заведующего кафедрой экономики и финансов;

Петенко Ирина Валентиновна, доктор экономических наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет», профессор кафедры маркетинга и логистики;

Ефременко Елена Владимировна, доктор экономических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», заведующий кафедрой «Учет и аудит»

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация – федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донбасский государственный технический университет» в своем положительном заключении, подписанном Коваленко Натальей Валерьевной, доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедрой экономики и управления, и утвержденном врио ректора, кандидатом технических наук, доцентом Смекалиным Евгением Сергеевичем, указала, диссертация представляет собой завершенную научно-исследовательскую работу на актуальную тему. Новые научные результаты, полученные автором, имеют существенное значение для экономической науки и практики. Выводы и рекомендации достаточно обоснованы. Автореферат соответствует содержанию диссертации. Научные работы, опубликованные автором по теме диссертационной работы, в полном объеме отражают положения, выводы и рекомендации, которые являются результатом проведенного исследования. В целом, диссертационная работа отвечает требованиям пунктов 9-14 Раздела II. Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. №842 (ред. от 25.01.2024 г.) «О порядке присуждения ученых степеней», предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор – заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Соискатель имеет 55 опубликованных работ, в том числе по теме диссертации опубликовано 49 работ, из них в рецензируемых научных изданиях опубликовано 23 работы.

Наиболее значимыми научными работами по теме диссертации являются:

1. Катеринец, С.Л. Положительные и негативные стороны создания и организации деятельности свободных экономических зон / В.И. Богачев, М.Н. Шевченко, С.Л. Катеринец // Вестник Донского государственного аграрного университета. – 2016. – Вып. № 2 (20.1), Часть 1. – С. 79-85. *Личный вклад: проведен анализ развития СЭЗ, которое происходит в условиях осуществляемой экономической реформы в масштабах страны.*

2. Катеринец, С.Л. Влияние деятельности маркетингового отдела предприятия на конкурентоспособность продукции / М.Н. Шевченко, С.Л. Катеринец // Научный вестник ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет». – 2018. – №1. – С. 381-387. *Личный вклад: систематизированы преимущества и недостатки деятельности маркетингового отдела на предприятиях.*

3. Катеринец, С.Л. Маркетинговая стратегия повышения конкурентоспособности предприятий АПК / С.Л. Катеринец, А.А. Катеринец // Научный вестник ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет». – 2019. – № 6 (1). – С. 37-51. *Личный вклад: предложены наиболее эффективные каналы сбытового распределения с учетом маркетинговой стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятий в АПК.*

4. Катеринец, С.Л. Совершенствование государственного регулирования функционирования предприятий АПК / М.Н. Шевченко, С.Л. Катеринец, С.В. Пономаренко // Научный вестник ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет». – 2020. – № 8(3). – С. 506-521. *Личный вклад: разработана концептуальная схема по совершенствованию государственного регулирования функционирования предприятий АПК с учетом становления экономики Луганской Народной Республики.*

5. Катеринец, С.Л. Исследование факторов влияющих на конкурентоспособность предприятий АПК / М.Н. Шевченко, С.Л. Катеринец, Е.В. Коваленко // Научный вестник ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет». – 2020. – № 9. – С. 333-341. *Личный вклад: проанализированы*

основные подходы относительно классификации факторов формирования конкурентоспособности предприятий АПК.

6. Катеринец, С.Л. Особенности развития инновационной деятельности в сельском хозяйстве / М.Н. Шевченко, С.Л. Катеринец, Е.В. Коваленко // Научный вестник ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет». – 2021. – № 2(11). – С. 297-306. *Личный вклад: определены перспективные направления развития научно-технического прогресса в сельском хозяйстве в части формирования инновационной среды.*

7. Катеринец, С.Л. Основные направления обеспечения защищенности и предотвращения угроз экономической безопасности предприятия / М.Н. Шевченко, С.Л. Катеринец, Е.В. Коваленко // Научный вестник Луганского государственного аграрного университета. – 2022. – № 2(15). – С. 275-283. *Личный вклад: разработан алгоритм информационного направления стратегии экономической безопасности предприятия.*

8. Катеринец, С.Л. Современные особенности развития инновационной деятельности аграрных предприятий / С.Л. Катеринец // Научный вестник Луганского государственного аграрного университета. – 2022. – № 4(17). – С. 194-201.

9. Катеринец, С.Л. Факторы устойчивого развития агропродовольственных рынков: маркетинговые предпосылки / С.Л. Катеринец // Торговля и рынок. – 2022. – Вып. №4'(64), том 2, часть 1. – С. 169-174.

10. Катеринец, С. Л. Инновации в инклюзивной модели развития сельского хозяйства / С. Л. Катеринец // Индустриальная экономика. – 2022. – Т. 4, № 1. – С. 326-330. DOI: 10.47576/2712-7559_2022_1_4_326.

11. Катеринец, С.Л. Интеграция фермеров в устойчивые производственно-сбытовые цепочки в сельском хозяйстве / С.Л. Катеринец // Индустриальная экономика. – 2022. – №4. – Том 4. – С. 380-384.

12. Катеринец, С.Л. Маркетинг в деятельности агропродовольственных рынков / С.Л. Катеринец // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2023. – № S2. – С. 98–103.

13. Катеринец, С.Л. Технологии маркетинга в условиях трансформации агропродовольственных рынков в интернет-среде / С.Л. Катеринец // Первый экономический журнал. – 2023. – № 8(338). – С. 79-85. DOI: 10.58551/20728115_2023_8_79.

14. Катеринец, С.Л. Особенности развития инновационной деятельности в сельском хозяйстве: маркетинговые ориентиры / С.Л. Катеринец // Modern Economy Success. – 2023. – № 5. – С. 202-206.

15. Катеринец, С.Л. Оценка современного состояния аграрных предприятий Луганской Народной Республики / С.Л. Катеринец // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 13. – № 12. – С. 106–111. DOI: 10.36871/ek.ur.p.r.2023.12.13.015.

16. Катеринец, С.Л. Теоретические аспекты развития агропродовольственных рынков на основе маркетинга / С. Л. Катеринец // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 14, № 12(141). – С. 5-12. DOI: 10.36871/ek.ur.p.r.2023.12.14.001.

17. Катеринец, С.Л. Формирование маркетинговой политики развития сельского хозяйства / С.Л. Катеринец // Экономика строительства. – 2024. – № 2. – С. 29-32.

18. Катеринец, С.Л. Стратегические векторы развития агропродовольственных рынков: маркетинговые инсайты / С.Л. Катеринец // Региональная и отраслевая экономика. – 2024. – № 1. – С. 32–37. DOI: 10.47576/2949-1916.2024.1.1.004.

19. Катеринец, С.Л. Использование метода картирования в сельском хозяйстве как инновационного ориентира маркетинга / С.Л. Катеринец // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – Т. 4. – № 6 (147). – С. 282-286. DOI: 10.36871/ek.ur.p.r.2024.06.04.036.

20. Катеринец, С.Л. Векторы устойчивого развития агропродовольственных рынков: маркетинговый аспект / М.Н. Шевченко, С.Л. Катеринец // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – Т. 27. – № 12(153). – С. 189-195. DOI:

10.36871/ek.ur.p.r.2024.12.27.020. *Личный вклад: представлено авторское видение структурной основы устойчивого развития агропродовольственных рынков.*

21. Катеринец, С.Л. Маркетинговая стратегия развития агропродовольственных рынков / М.Н. Шевченко, С.Л. Катеринец // Экономическое развитие России. – 2025. – Т. 32. – № 5. – С. 118-121. *Личный вклад: представлена модель стратегических векторов развития маркетинга агропродовольственных рынков.*

22. Катеринец, С. Л. Концепция развития агропродовольственных рынков на основе комплекса маркетинга / С.Л. Катеринец // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2025. – № 1. – Т. 16. – С. 220–226. DOI: 10.36871/ek.ur.p.r.2025.01.16.024.

23. Катеринец С. Л. Модель маркетинговой политики в условиях повышения конкурентоспособности сельского хозяйства: интеграционные и инновационные аспекты / С.Л. Катеринец // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2025. – № 2. – Т. 15. – С. 217–225. DOI: 10.36871/ek.ur.p.r.2025.02.15.027.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1. Отзыв доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры управления и делового администрирования, директора Института экономики и управления ФГБОУ ВО «Мичуринский государственный аграрный университет» (г. Мичуринск) Анциферовой Ольги Юрьевны. Отзыв положительный. Замечания: 1) автору целесообразно было дать более развернутую характеристику системообразующим факторам концептуальных основ формирования стратегии развития маркетинга агропродовольственных рынков (рисунок 1), в частности пояснения содержания «экосистемных факторов», «факторов бизнес-решений» и «структурных факторов»; 2) рассматривая механизм реализации инноваций в инклюзивной модели развития сельского хозяйства, следовало отразить какие именно инновации автор считает приоритетными для развития агропродовольственного рынка; 3) при рассмотрении маркетинговой стратегии развития предприятий агропродовольственных рынков следовало бы больше внимания уделить практической значимости и результатам реализации данной

стратегии с указанием ключевых показателей ее эффективности.

2. Отзыв доктора экономических наук, профессора, доцента кафедры экономической теории ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет Петра Великого» (г. Санкт-Петербург) Пеньковой Инессы Вячеславовны. Отзыв положительный. Замечания: 1) не в достаточной степени автором показана роль маркетинга в представленном на с. 15-16 механизме совершенствования государственного регулирования функционирования предприятий агропродовольственного комплекса; 2) на стр. 19 автореферата автор указывает, что «...Маркетинговая политика формирует адаптивную, инклюзивную и устойчивую стратегию». Между тем характеристика данных стратегий не нашла должного отражения в автореферате.

3. Отзыв доктора экономических наук, профессора-консультанта Аграрного института ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет» (г. Тюмень) Горохова Александра Алексеевича. Отзыв положительный. Замечания: 1) автор на с. 21 автореферата указывает на возникновение экологических, социальных и экономических эффектов, требующих непрерывного мониторинга, регулярной оценки результатов функционирования цепочек и аналитического выявления факторов, обусловивших их трансформацию, однако не раскрывает их; 2) на с. 30 (рис. 6) автореферата автор приводит маркетинговую стратегию развития предприятий агропродовольственных рынков. В данном случае речь скорее идет о процессе разработки маркетинговой стратегии, а не о ее содержании.

4. Отзыв доктора экономических наук, доцента, профессора кафедры логистики ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (г. Москва) Капустиной Надежды Валерьевны. Отзыв положительный. Замечания: 1) автором на стр. 11 автореферата сформулировано научное определение «агропродовольственный рынок», рассматривались ли особенности маркетинга данного рынка; 2) на стр. 24 рис. 3 автореферата автором разработан механизм реализации инноваций в инклюзивной модели развития сельского хозяйства, возникает вопрос: имеет ли инновационная деятельность в АПК свою специфику и нашло ли это отражение в диссертационном исследовании автора?

5. Отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой менеджмента и маркетинга ФГАОУ ВО «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского» (г. Омск) Апенько Светланы Николаевны. Отзыв положительный. Замечания: 1) автором разработана модель маркетинговой политики в условиях повышения конкурентоспособности сельского хозяйства (рисунок 2, стр. 18), в которой выделен блок - внешняя среда, которая включает глобальные вызовы, динамику спроса, конкурентное давление, меры государственного регулирования и климатические риски, однако изучение автореферата не позволило сделать вывод о том рассматривались ли в работе факторы внутренней среды предприятия? 2) в автореферате представлена комплексная бизнес-модель устойчивого развития агропродовольственных рынков. Данная модель разработана для конкретного региона, или является универсальной для любого региона Российской Федерации?

6. Отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующего отделом государственного регулирования и планирования экономики ГБУ «Институт экономических исследований» (г. Донецк) Бражниковой Ларисы Николаевны. Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате на рис. 3 (с. 20) представлена концептуальная модель интеграции фермеров в устойчивые производственно-сбытовые цепочки в сельском хозяйстве, где автор выделяет интернет-торговлю. Видится целесообразным уточнить, для каких именно предприятий это актуально, а также для каких групп товаров это предусмотрено; 2) на рис. 6 (с. 30) предложена маркетинговая стратегия развития предприятий агропродовольственных рынков, в которой автору следовало разграничить, какие из предложенных этапов ориентированы на локальные рынки, а какие на мировые, что позволило бы более четко проработать комплекс маркетинговых стратегий.

7. Отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой маркетинга ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет» (РИНХ) (г. Ростов-на-Дону) Пржедецкой Натальи Витовны. Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 20, рис.3 автореферата автором представлена концептуальная модель интеграции фермеров в устойчивые

производственно-сбытовые цепочки в сельском хозяйстве, автору следовало бы рассмотреть, что понимается под производственно-сбытовой цепочкой? 2) на стр. 24 рис. 4 автореферата автором разработан механизм реализации инноваций в инклюзивной модели развития сельского хозяйства, возникает вопрос: была ли автором рассмотрена сущность инклюзии в ходе исследования?

8. Отзыв доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры экономики и внешнеэкономической деятельности, декана экономического факультета ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина» (г. Краснодар) Тюпакова Константина Эдуардовича. Отзыв положительный. Замечания: 1) из текста автореферата не совсем ясно каким образом будет обеспечена разработка гибких ценовых стратегий, учитывающих социальную значимость продовольствия (с. 13); 2) автору также целесообразно было показать место программы маркетинга в предлагаемом четырехэлементном механизме реализации стратегического плана.

9. Отзыв доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры математики, экономики и методик их преподавания ФГБОУ ВО «Луганский государственный педагогический университет» (г. Луганск) Ждановой Ольги Сергеевны. Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате представлены концептуальные основы формирования стратегии развития маркетинга агропродовольственных рынков (рис. 1, стр. 12), однако отсутствуют пояснения относительно того, чем вызвано дополнение инновационнообразующих факторов в данную стратегию? 2) в результате чего сформирована и какие подходы демонстрирует модель маркетинговой политики в условиях повышения конкурентоспособности сельского хозяйства (рис.2, стр. 18)?

10. Отзыв доктора экономических наук, доцента, директора ФГБУН «Вологодский научный центр Российской академии наук» (г. Вологда) Шабуновой Александры Анатольевны. Отзыв положительный. Замечание: в контексте цифровой трансформации не раскрыты вопросы подготовки и переподготовки кадров, необходимых для реализации предлагаемых инновационных моделей, что является критическим фактором их успешного внедрения.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается известностью их достижений в области специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), наличием публикаций в соответствующей сфере исследования и способностью определить научную и практическую ценность диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработаны: концепция развития агропродовольственных рынков на основе маркетинга, которая заключается в интеграции элементов классического комплекса маркетинга с особенностями агропродовольственного сектора и современными процессами цифровизации; модель маркетинговой политики в условиях повышения конкурентоспособности сельского хозяйства, основанная на интеграции инструментов комплекса маркетинга, государственного регулирования и цифровых технологий с целью формирования устойчивых конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий;

предложены: механизм совершенствования государственного регулирования функционирования предприятий агропромышленного комплекса, заключающийся в разработке маркетингово-ориентированной модели с интеграцией рыночного и государственного инструментария с цифровыми аналитическими элементами в контексте факторности устойчивого развития; интеграционный механизм функционирования агропродовольственных цепочек как система организационно-экономических и маркетинговых инструментов, обеспечивающих объединение сельскохозяйственных производителей, перерабатывающих предприятий, логистических структур и сбытовых организаций в устойчивые производственно-сбытовые цепочки;

доказана перспективность использования новых идей в науке и практике, а также выявлены закономерности, связи и зависимости между цифровой трансформацией маркетинговых стратегий, инклюзивными моделями интеграции субъектов АПК и устойчивым развитием агропродовольственных рынков в условиях структурных преобразований;

введены: механизм реализации инноваций в инклюзивной модели развития сельского хозяйства, 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 (от крупных агрохолдингов до малых фермерских хозяйств и сельских сообществ).

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказаны положения о том, что переход от краткосрочной товарно-сбытовой ориентации к долгосрочной устойчивой парадигме развития агропродовольственных рынков возможен исключительно при интеграции классического маркетинг-микс с цифровыми платформами, ESG-принципами и институциональными механизмами государственного регулирования, что расширяет границы применимости маркетинговой теории в условиях структурной трансформации аграрного сектора и формирует новый концептуальный базис для обеспечения продовольственной безопасности;

применительно к проблематике диссертации результативно *использован* комплекс системно-институциональных, сценарно-аналитических методов исследования, включая метод картирования социальных сетей (Net-Map), авторскую автоматизированную информационную систему (АИС) обработки данных о маркетинге инноваций, а также интегральные методики оценки маркетинговой зрелости и устойчивости цепочек создания стоимости, что позволило получить обладающие научной новизной результаты в части верификации гипотез об адаптивности маркетинговых стратегий к изменяющейся среде;

изложены концептуальные положения, идеи и аргументы о многоуровневой природе агропродовольственного рынка как социально-экономической экосистемы, в которой маркетинг выступает не только инструментом коммерциализации, но и механизмом институциональной координации, демократизации доступа к ресурсам и снижения социально-экономической дифференциации; последовательность формирования адаптивной маркетинговой политики и стадии интеграции малых фермерских хозяйств в устойчивые производственно-сбытовые контуры;

раскрыты существенные проявления теории маркетинга в условиях трансформации – выявлены противоречия между традиционными сбытовыми практиками и требованиями цифровой прозрачности цепочек создания стоимости, несоответствия классических моделей ценообразования и коммуникаций современным ESG-императивам, а также сформулированы проблемы инклюзивного распределения инновационных ресурсов, преодоления цифрового разрыва и институционализации маркетинговой ответственности в аграрном секторе;

изучены причинно-следственные связи между применением маркетинговых инструментов, уровнем цифровой зрелости субъектов АПК и показателями региональной продовольственной безопасности; генезис и факторы структурной трансформации агропродовольственных рынков, включая влияние институциональных преобразований, санкционных ограничений, логистических и климатических рисков, а также динамики потребительских предпочтений на формирование адаптивных маркетинговых стратегий;

проведена модернизация существующих концептуальных моделей стратегического управления и бизнес-моделирования за счёт разработки четырехэлементного механизма реализации стратегического плана («цели – ресурсы – организация – контроль»), бизнес-моделей устойчивого развития агропродовольственных рынков и алгоритма интеграции ESG-критериев в маркетинговую деятельность.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны и внедрены рекомендации по инновационному развитию агропромышленных предприятий на основе маркетинга, что нашло отражение в госбюджетной теме «Разработка методологических основ и критериев инновационного и инвестиционного развития агропромышленных предприятий» (номер регистрации 0110U001566);

определены возможности реализации теоретических разработок по основным положениям диссертационной работы, которые целесообразно использовать в учебном процессе ФГБОУ ВО «Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова», при преподавании учебных

дисциплин: «Агромаркетинг», «Аграрная экономика», «Аграрная политика и сельскохозяйственные рынки», «Кооперация и агропромышленная интеграция» (справка № 1/948 от 18.06.2025 г.);

созданы комплекс рекомендаций по внедрению механизма реализации стратегического плана, включающего четыре взаимосвязанных элемента (целевой, ресурсный, организационно-институциональный, контрольно-оценочный), обеспечивающих эффективное воплощение стратегического плана в практику управления (справка от ООО «ИМПЕРИЯ А» № 275 от 27 мая 2025 г.); рекомендации по реализации маркетинговой стратегии развития агропродовольственных рынков (справка от ООО «Лутугинская сельхозтехника» № 01/05 от 20 мая 2025 г.).

представлены маркетинговые ориентиры инновационной деятельности предприятий на агропродовольственных рынках, авторская разработка системы АИС по обработке информации о маркетинге инноваций в сельском хозяйстве (справка от Министерства сельского хозяйства и продовольствия Луганской Народной Республики № 01-26/514-1 от 11 июня 2025 г.);

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория основывается на обобщении научных работ ведущих отечественных и зарубежных учёных в области маркетинга агропродовольственных рынков, а также репрезентативных данных, полученных в ходе проведённого соискателем эмпирического исследования, которые согласуются с теоретическими разработками, опубликованными официальными данными Росстата, Минсельхоза России, Минэкономразвития России и выводами, полученными другими авторами по проблематике трансформации агропродовольственных систем.

идея базируется на научных трудах отечественных и зарубежных учёных, посвящённых проблемам развития агромаркетинга, формирования адаптивных маркетинговых стратегий в условиях цифровизации, структурных вызовов и перехода к устойчивым моделям развития агропродовольственных рынков, а также на результатах анализа современных тенденций интеграции маркетинговых инструментов с государственными механизмами регулирования и ESG-подходами.

использованы результаты сравнительного анализа полученных автором данных с ранее рассмотренными теоретическими и практическими подходами;

установлено качественное совпадение ряда результатов, полученных автором в ходе исследования, с результатами, представленными в других научных источниках по данной тематике;

использованы современные методики сбора и обработки исходной информации с помощью пакета прикладных программ.

Личный вклад соискателя состоит в обосновании целей, задач, методов исследования, связанных с разработкой научных и практических рекомендаций по разработке и реализации маркетинговой стратегии развития агропродовольственных рынков в условиях трансформации экономики; систематизации, анализе и обобщении теоретического и практического материала; разработке научно-практических рекомендаций; личном участии в обсуждении результатов исследования на научно-практических конференциях различного уровня; подготовке публикаций по результатам исследования.

В ходе защиты были высказаны следующие критические замечания и пожелания. Доктор экономических наук, доцент Антошина Ксения Анатольевна отметила целесообразность расширения блока маркетинговых инструментов за счет включения цифровых маркетплейсов и онлайн-платформ, формирования коротких цепочек поставок, брендинга, рекламы в представленной на рисунке 3 автореферата концептуальной модели интеграции фермеров в устойчивые производственно-сбытовые цепочки в сельском хозяйстве. Соискатель согласился с высказанными в ходе заседания замечаниями, отметив, что они будут учтены в дальнейших научных исследованиях.

На заседании 30.06.2026 года диссертационный совет 24.2.490.01 принял решение присудить Катеринец Светлане Леонидовне ученую степень доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг) за решение актуальной научно-прикладной проблемы по совершенствованию маркетинговой деятельности на агропродовольственных рынках в условиях их трансформации.

При проведении тайного голосования с использованием системы электронного блокчейн голосования «Криптовече» диссертационный совет в количестве 20 человек, из них 8 докторов наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), участвовавших в заседании, из 27 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – «20», против – «нет», воздержались – «нет».

Председатель

диссертационного совета 24.2.490.01

д.э.н., профессор

Е.М. Азарян

Ученый секретарь

диссертационного совета 24.2.490.01

д.э.н., доцент



А.Н. Германчук

«30» июня 2026 г.