

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации 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)

Современные агропродовольственные рынки находятся в состоянии глубокой трансформации, обусловленной ускоренной цифровизацией, ростом глобальной конкуренции, сдвигом потребительских предпочтений в сторону экологичности и устойчивого развития, а также институциональными изменениями в сфере продовольственной безопасности, что снижает эффективность традиционных маркетинговых инструментов. В связи с этим возникает объективная потребность в разработке адаптивных маркетинговых стратегий, интегрирующих цифровые платформы, прозрачность цепочек поставок, ESG-принципы, инструменты территориального брендинга и баланс экономических и социальных эффектов. Актуальность исследования определяется необходимостью переосмысления роли маркетинга, создания новых теоретико-методологических основ его стратегий и решения прикладных задач повышения конкурентоспособности, экспортного потенциала и долгосрочной устойчивости национального агропродовольственного сектора в условиях динамичной рыночной среды.

Работа выполнена в соответствии с комплексным планом научно-исследовательских работ кафедр экономической теории и маркетинга; аграрной экономики, управления и права, отдельные аспекты диссертации рассмотрены в рамках научной темы кафедры экономической теории и маркетинга Луганского национального аграрного университета в рамках темы: «Разработка методологических основ и критериев инновационного и инвестиционного развития агропромышленных предприятий» (номер регистрации 0110U001566).

В работе четко поставлены задачи исследования, что позволило обеспечить их реализацию через использование широкого теоретико-методологического аппарата и современных методов исследования.

Автором на защиту вынесены восемь положений, имеющих научную новизну и практическую ценность для развития современных предприятий агропродовольственной сферы.

Заслуживают внимания концепция развития агропродовольственных рынков на основе маркетинга заключается в интеграции элементов классического комплекса маркетинга с особенностями агропродовольственного сектора и современными процессами цифровизации; 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; 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.

Практическая ценность исследования состоит в возможности использования полученных результатов для разработки и внедрения эффективных маркетинговых стратегий и инструментов в агропродовольственном секторе, направленных на повышение конкурентоспособности отечественных производителей, оптимизацию цепочек поставок и продвижение локальных брендов.

Основные идеи, положения и рекомендации диссертационной работы прошли апробацию на 21 конференциях различных уровней, что свидетельствует о достаточной апробации научных взглядов автора. По результатам исследования автором опубликовано 49 научных работ, среди которых 23 – в изданиях, рекомендованных ВАК для публикации результатов диссертационных исследований, что подтверждает широкое освещение полученных автором результатов в рецензируемых научных изданиях.

Структура работы логичная, позволяющая раскрыть тему исследования.

В качестве замечания к тексту работы, следует отметить, что в контексте цифровой трансформации не раскрыты вопросы подготовки и переподготовки кадров, необходимых для реализации предлагаемых инновационных моделей, что является критическим фактором их успешного внедрения. Однако данное замечание не снижает научной и практической ценности работы.

Заключение. Диссертация Катеринец Светланы Леонидовны «Маркетинг в условиях трансформации агропродовольственных рынков» является завершённой, самостоятельно выполненной научно-квалификационной работой, содержащей решение важной научно-прикладной проблемы – разработки теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по формированию маркетинговой стратегии устойчивого развития агропродовольственных рынков. По уровню актуальности, научной новизны, теоретической и практической значимости работа полностью соответствует требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней» (утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 № 842), предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор, Катеринец Светлана Леонидовна, заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Шабунова Александра Анатольевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук (специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством), доцент, директор ФГБУН «Вологодский научный центр Российской академии наук» Российской академии наук

Шабунова Александра Анатольевна



10 июня 2026

Место работы: Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Вологодский научный центр Российской академии наук», директор

Адрес места работы:

160014, Российская Федерация, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а

Сайт: [www://https://volnc.ru](http://www.volnc.ru)

Тел.: (8172) 59-78-03,

e-mail: common@volnc.ru