

ОТЗЫВ

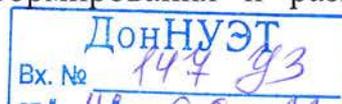
официального оппонента на диссертацию

Крыловой Людмилы Вячеславовны на тему: «Агromаркетинг на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям», представленную на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

Актуальность выбранной темы. Современные условия хозяйствования, связанные с расширением рыночного пространства, усложнением конкурентных условий для структурных сдвигов в производстве продукции и спросе потребителей, определяют необходимость своевременного анализа платежеспособных потребностей и эффективного функционирования товаропроизводителей на рынке сельскохозяйственной продукции. Это возможно благодаря эффективному исследованию рынка, выявлению рыночных тенденций, лучшему обслуживанию клиентов и их удовлетворенности, ориентации на клиента и постоянному отслеживанию их предпочтению. Агromаркетинг включает в себя множество действий, начиная от производственного процесса и заканчивая его розничной продажей, охватывающих такие виды деятельности, как планирование производства, сбор и сбор урожая, складирование, сортировку, транспортировку и окончательное распределение сельскохозяйственной продукции.

Поэтому особую значимость приобретает формирование концепции агromаркетинга как эффективного инструмента совершенствования деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей, переход от узкой ориентации на рост объемов производства продукции к ориентации на максимальное удовлетворение потребностей покупателей и достижение максимальной выгоды от производства аграрной продукции.

Между тем, недостаточно разработанными остаются вопросы адаптации агromаркетинга к современным условиям хозяйствования, исследования тенденций трансформации агromаркетинговой деятельности, механизма реализации агromаркетинговых преобразований, формирования и развития



интегрированных систем информации в агромаркетинге, подходы к развитию агротуризма. Это свидетельствует об актуальности избранной автором темы диссертационной работы.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций. Диссертационная работа Крыловой Л.В. отличается внутренним единством, логичностью и последовательностью изложения. Научные положения, вынесенные на защиту, аргументированы и являются закономерным результатом проведенного исследования. Выводы и рекомендации получены автором в процессе решения поставленных в исследовании задач, изучения фундаментальных и прикладных работ как отечественных, так и зарубежных авторов по вопросам комплексного решения проблемы формирования теоретических, методологических и практических основ развития агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям.

Достижению цели способствовала постановка системы задач исследования, которые, как следует из содержания диссертации и публикаций автора, полностью решены. Материал в диссертации изложен последовательно в соответствии с планом исследования, а выводы позволяют выделить элементы научной новизны и констатировать завершенность диссертационной работы, а также значительную теоретическую и практическую ценность диссертации.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций результатов исследования подтверждается глубоким анализом представительного массива информации с применением различных методов, в частности теоретического обобщения, структурно-логического анализа, анализа и синтеза, индукции и дедукции, обобщения и группировки, SWOT-анализа, моделирования, системного подхода, экономико-математических и статистических методов. Положительно следует оценить использование автором программного обеспечения VPwin 4.1 построения диаграмм IDEF0 для формирования бизнес-моделей и бизнес-процессов агромаркетинга.

Обоснованность результатов диссертационной работы подтверждается анализом репрезентативного массива научной литературы (библиография

диссертационной работы включает 317 источников), а также использованием в процессе исследования законодательных и нормативных актов, регулирующих деятельность предприятий на рынке агропродовольственной продукции, финансовой и статистической отчетности.

Терминология, стиль и язык изложения материала соответствует принятым нормам научной литературы. Работа оформлена в соответствии с установленными Министерством образования и науки Донецкой Народной Республики требованиями и стандартами. Содержание автореферата отражает основные положения диссертации.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций. Заявленные диссертантом результаты достоверны, что, в частности, обеспечивается: подробной аргументацией научных положений, выводов и рекомендаций, полученных в работе; методикой проведения анализа решаемой исследовательской задачи, основанной на принципах проведения научного исследования; аргументированным процессом их формализации и интерпретации результатов.

В первом разделе диссертации «Теоретические основы развития агромаркетинга» рассмотрена специфика агромаркетинга в системе управления предприятием; определены современные формы агромаркетинга на этапе адаптации к современным рыночным условиям; разработаны концептуальные основы развития агромаркетинга.

В ходе проведенного исследования изучена эволюция развития агромаркетинга в контексте парадигм маркетинга, что позволило сформулировать специфические характеристики и определить целевую направленность каждого из этапов, а также выделить особенности маркетинга 4.0 на основе использования цифровых технологий, экосистем, «зеленой» экономики, точного земледелия с учетом трансформационных процессов, являющихся следствием Четвертой промышленной революции; рассмотрена специфика агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям и представлена его типология с учетом расширения объектов агромаркетинга за счет агроинноваций и агротуризма.

Положительно следует отметить представленные в работе концептуальные основы развития агромаркетинга, направленные на полное удовлетворение потребностей населения в продукции сельского хозяйства и обеспечение продовольственной безопасности на основе совершенствования инфраструктурного обеспечения агропромышленного комплекса и сельского хозяйства, рыночной инфраструктуры, агрорынков, агротуризма, агрогостиниц и агробизнеса, управлении технологическими процессами производства и сбыта готовой продукции.

Во втором разделе диссертационной работы «Состояние, тенденции и диагностика развития агрорынков» проведена оценка современного состояния и тенденций развития агрорынков; определены основные векторы современного развития АПК; представлена сегментация агрорынков на основе инновационных преобразований в развитии агропродовольственного комплекса.

На основании проведенных исследований состояния развития агропродовольственного комплекса с использованием SWOT-анализа автором определены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы дальнейшего развития АПК и сельского хозяйства, что позволило определить перспективные направления развития агромаркетинга в агропромышленном комплексе республики.

Автором сделан вывод о необходимости разработки политики импортозамещения и развития пищевой промышленности, реализации целевых программ развития сельского хозяйства в целях обеспечения удовлетворения потребностей населения в продуктах питания, развития бизнес-взаимодействия с международными партнерами для налаживания новых хозяйственных связей и выход на внешние рынки сбыта. Это послужило основой для расчета прогнозных значений импорта и экспорта по сельскохозяйственному сырью и продовольствию Донецкой Народной Республики в 2022 г.

Значительное внимание в работе уделено инновационным тенденциям агромаркетинга. С этой целью рассмотрена мировая практика реализации инновационных проектов в сельском хозяйстве, разработанных с учетом маркетинговых инноваций, дана характеристика перечня республиканских программ развития агропромышленного комплекса Донецкой Народной

Республики, определены основные векторы современного развития агропродовольственного вектора республики.

В современных условиях необходимости адаптации агромаркетинга к динамичным изменениям рынка, связанным с расширением сфер применения агромаркетинга, появлением инновационных продуктов и использованием инновационных технологий производства и переработки сельскохозяйственной продукции, актуализируется необходимость проведения сегментации рынков агропродовольственной продукции. С этой целью в работе предложен научно-методический подход к сегментации агрорынков и построено «дерево сегментирования» с учетом наиболее важных тенденций потребительского поведения в постоянно меняющейся рыночной среде.

В третьем разделе работы «Оценка современных векторов развития агромаркетинга в деятельности сельскохозяйственных предприятий» проведена оценка современных трансформаций в агромаркетинговой деятельности; сформулированы направления реализации агромаркетинговой политики на этапе их адаптации к изменяющимся рыночным условиям; разработан механизм реализации агромаркетинговых преобразований.

По результатам проведенного анализа состояния агропромышленного комплекса определены основные направления адаптации агромаркетинга к изменяющимся рыночным условиям, а именно маркетинговое управление агроинновациями, развитие агротуризма для повышения привлекательности региона, государственная поддержка внедрения маркетинговых инноваций, финансирование маркетинговых исследований и инноваций, сотрудничество рыночных субъектов агромаркетинговой деятельности, которые являются ключевым фактором роста экономики и повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и качества жизни населения.

Научный интерес представляет предложенный в работе алгоритм бизнес-процесса в системе агромаркетинга «Закупка сырья и товаров у агротрейдеров», который позволит предприятиям АПК рационально и эффективно работать с многочисленными поставщиками, организуя снабжение сырьем, полуфабрикатами в необходимом ассортименте, количестве и требуемого качества.

Положительно следует отметить также представленный механизм реализации агромаркетинговой политики на этапе их адаптации к изменяющимся рыночным условиям, в котором представлен адаптационный инструментарий, охватывающий стратегическое маркетинговое управление агроинновациями, изменение традиционных и формирование новых потребностей покупателей с учетом инновационных изменений, стратегическое развитие агротуризма и агрогостиничного хозяйства, что в целом обеспечит гибкое реагирование на изменения, происходящие во внешней маркетинговой среде.

В четвертом разделе диссертационной работы «Методологические основы развития агромаркетинга в условиях адаптации к рыночным условиям» разработаны направления формирования и развития интегрированных систем информации в агромаркетинге; изучены инновационные технологии в рекламном бизнесе с целью формирования положительного имиджа агрофирм; сформирован научно-методологический подход к развитию агротуризма, предложена структурно-функциональная модель агрогостиницы.

Для обеспечения адаптивного реагирования агропродовольственного комплекса на изменяющиеся условия внешнего окружения, обеспечение рациональной взаимосвязи элементов агромаркетинга со всеми элементами системы управления предприятием в работе предложена интегрированная система информации в агромаркетинге, направленная на получение синергетического эффекта за счет комплексной организационной, функциональной, технологической и технической интеграции информационной системы в практику агромаркетинга.

Положительно следует оценить предложения автора по развитию агротуризма в Донецкой Народной Республике и создание ассоциации развития агротуризма, основной миссией которой будет создание условий для развития агротуристического бизнеса, сохранение культурного наследия и улучшение экологической ситуации в регионе. В работе доказано, что в сфере гостиничной индустрии необходимо выходить на новый уровень развития, предполагающий создание современного кластера гостиничного бизнеса, в том числе открытие агрогостиниц. Это даст возможность развивать агротуризм на основе

передового зарубежного опыта, удовлетворять специфические потребности населения.

Научной новизной отличается предложенная в работе структурно-функциональная модель бизнес-взаимодействия партнеров (контрагентов) в процессе функционирования агрогостиницы, обеспечивающая предоставление комплекса услуг по активному отдыху и проживанию туристов, выращиванию и употреблению экологически чистых продуктов, активной помощи при сборе урожая, что будет способствовать развитию агротуризма, ориентированного на активное использование сельскохозяйственных ресурсов.

В разделе 5 «Стратегический подход к развитию агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям» определены условия формирования агромаркетинговой системы; представлен механизм развития агромаркетинга сельскохозяйственных предприятий; разработана концептуальная модель формирования стратегии развития агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям.

Заслуживает внимания разработанная автором концепция формирования агромаркетинговой системы, функционирование которой направлено на совершенствование агромаркетинговой деятельности на протяжении цикла «производство – распределение – сбыт сельскохозяйственной продукции» в условиях адаптации к изменяющимся рыночным условиям.

Отличается научной новизной предложенный в работе механизм развития агромаркетинга сельскохозяйственных предприятий, предназначенный для модернизации производственных мощностей агропромышленного комплекса в Донецкой Народной Республике, применение которого создаст условия для внедрения инновационных проектов и технологий в деятельность предприятий АПК, проведения популярных ярмарок на территории региона с привлечением партнеров в рамках программ бизнес-взаимодействия на основе современных маркетинговых технологий.

Для реализации предложений и рекомендаций разработана концептуальная модель формирования стратегии развития агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям, основанная на моделировании бизнес-процессов в развитии АПК на этапе активного

формирования экосистем, представляющая собой последовательность взаимосвязанных действий по реализации стратегических решений, связанных с совершенствованием агромаркетинговой деятельности предприятий, что также позволит активно реализовать государственные (республиканские) программы развития агропромышленного комплекса.

Анализ результатов, полученных в диссертации, свидетельствует об их научной новизне, что представлено в методологическом обосновании, разработке концепции и научно-методических положений развития агромаркетинга на этапе адаптации к рыночным условиям. Элементы научной новизны диссертации Крыловой Людмилы Вячеславовны соответствуют паспорту специальности научных работников 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Результаты диссертационной работы апробированы на научных и научно-практических конференциях с широкой географией: Донецк, Москва, Казань, Орел, Нижний Новгород, Курск, Тюмень, Прага.

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 43 научных работах, из них 1 авторская монография и 4 коллективные монографии, 18 статей в рецензируемых научных изданиях, 10 публикаций в прочих изданиях, 10 трудов апробационного характера. Общий объем публикаций составляет 55,99 печ.л., из которых лично автору принадлежат 50,74 печ.л. Объем печатных трудов и их количество соответствуют требованиям ВАК МОН ДНР, предъявляемым к публикациям основного содержания диссертации на соискание ученой степени доктора наук.

Замечания.

Отмечая целостность и завершенность проведенного исследования, следует отметить, что в работе имеется ряд положений дискуссионного характера:

1. В первом разделе диссертационной работы автор значительное внимание уделил изучению специфики агромаркетинга в системе управления предприятием и рассмотрению эволюции его развития. Между тем следовало больше внимания уделить теоретическому базису становления концепции

агromаркетинга, раскрыв его принципы, функции и проблематику на современном этапе.

2. Проведенный в работе анализ современного состояния развития агропродовольственного комплекса с использованием SWOT-анализа целесообразно было дополнить экспертной оценки значимости и направленности влияния факторов на дальнейшее развитие АПК и сельского хозяйства в целом.

3. Требуют конкретизации рекомендации автора в части разработки и реализации инновационных проектов в области совершенствования сельского хозяйства, с указанием направлений внедрения агроинноваций в практическую деятельность сельскохозяйственных предприятий.

4. По результатам предложенного автором научно-методического подхода к сегментации агрорынков целесообразно было дать рекомендации по реализации стратегии позиционирования в разрезе выделенных сегментов агрорынка.

5. В работе автором значительное внимание уделено изучению политики продвижения агропродовольственной продукции и мероприятиям по формированию положительного отношения покупателей к продукции агрофирм. Желательно было также уделить внимание вопросам изучения ассортимента сельскохозяйственной продукции, организации сбыта и распределения сельскохозяйственной продукции в Донецкой Народной Республике.

Наличие указанных дискуссионных положений и замечаний не влияет положительное впечатление от работы и не снижает значимость диссертации.

Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным п. 2.1 Положения о присуждении ученых степеней. Диссертация является законченной научно-квалификационной работой, выполненной автором самостоятельно на высоком научном уровне. Изучение основных положений диссертации Крыловой Людмилы Вячеславовны на тему «Агromаркетинг на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям» позволяет сделать вывод, что по своему содержанию и оформлению, научной новизне результатов, уровню их обоснованности и достоверности, а также

теоретической и практической ценности выводов и рекомендаций работа соответствует требованиям п. 2.1 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Совета Министров ДНР, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг).

Я, Шевченко Мария Николаевна, согласна на автоматизированную обработку персональных данных.

Официальный оппонент:

доктор экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством,
профессор, член-корреспондент Международной Академии
науки и практики организации производства,
декан факультета экономики и управления АПК,
заведующий кафедрой аграрной экономики,
управления и права Государственного образовательного учреждения
высшего образования Луганской Народной Республики
«Луганский государственный аграрный университет»



М.Н. Шевченко

Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный аграрный университет»,

91008, Луганская Народная Республика, г. Луганск, городок ЛНАУ, 1

тел. +38 (072) 102-90-06

e-mail: agroekonom_lgau@mail.ru



Подпись: *Шевченко М.Н.*

Подтверждаю: *Иванова С.С.*

Нач. отдела кадров

19

05

20 22 г.