

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор ГОУ ВО ЛНР

«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

д.т.н., профессор

В.Д. Рябичев

«24» мая 2022 г.

ОТЗЫВ

ведущей организации по диссертации Крыловой Людмилы Вячеславовны на тему: «Агромаркетинг на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям», представленной 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

Современная рыночная конъюнктура требует от агропромышленного комплекса активного внедрения маркетингового управления, при котором учитывается, что производственно-сбытовая деятельности предприятий АПК, независимо от форм собственности, определяется потребителем. Для агропромышленных предприятий маркетинг становится одним из условий успешного функционирования в новых экономических отношениях. Возникновение и развитие агромаркетинга определяется многообразием методов, приемов и способов его осуществления из-за большого количества производимых продуктов, их целенаправленности, необходимой значимости.

Внедрение агромаркетинга создает существенные предпосылки для развития агромаркетинговых систем и регулирования рыночных процессов, позволит создать условия для выявления требований потребителей и определения возможностей их удовлетворения, что в целом будет способствовать обеспечению продовольственной безопасности и повышению качества жизни населения нашего региона.

В последнее время происходят существенные изменения в поведении потребителей, формах взаимоотношений между сельскохозяйственными предприятиями различных форм собственности, что требует гибкой адаптации приемов и способов агромаркетинга к происходящим трансформациям на рынке.

В этой связи диссертационная работа Крыловой Людмилы Вячеславовны, направленная на разработку теоретических и научно-методологических основ развития агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным

условиям, является актуальной. Выводы и рекомендации, полученные в диссертационной работе, являются необходимыми для более полного удовлетворения потребностей населения в сельскохозяйственной продукции, обеспечения продовольственной безопасности региона, что в целом будет способствовать развитию агропромышленного комплекса Донецкой Народной Республики.

Основное внимание в работе уделено вопросам совершенствования инфраструктурного обеспечения агропромышленного комплекса и сельского хозяйства, рыночной инфраструктуры, агрорынков, агротуризма, агрогостиниц и агробизнеса, управлению технологическими процессами производства и сбыта готовой продукции, оказанию услуг товаропроизводителям, активном внедрении инновационных технологий в практику деятельности рыночных субъектов.

Основные научные результаты и их значение для науки и практики

Основные элементы научной новизны, определяющие научную и практическую значимость диссертации Крыловой Л.В., заключаются в следующих положениях:

получил дальнейшее развитие понятийно-категориальный аппарат в части уточнения понятий: «агромаркетинг» как комплексная деятельность в области производства и сбыта сельскохозяйственной продукции, обеспечивающая формирование стабильных и целостных взаимоотношений между агропредприятиями для удовлетворения потребностей населения в сельскохозяйственной продукции и услугах; «агроинновация», которую целесообразно рассматривать как результат инновационной деятельности, направленной на создание новой или улучшенной сельскохозяйственной продукции, использование новых технологий и совершенствование технологических процессов, позволяющий обеспечить эффективное использование потенциала сельского хозяйства;

получила дальнейшее развитие типология агромаркетинга за счет расширения объектов его изучения и дополнения сфер использования агромаркетинга новыми видами – маркетинг агроинноваций и маркетинг агротуризма, что позволит обеспечить более полное удовлетворение спроса конечных потребителей в сельскохозяйственной продукции и услугах;

разработаны концептуальные основы развития агромаркетинга, основывающиеся на детерминантах его развития, таких как: координация

деятельности значительного количества субъектов агрорынка в процессе их маркетинговой деятельности, диверсификация приложения маркетинговых усилий, инновационные трансформации в деятельности субъектов агрорынка;

обоснован научно-методический подход к сегментации агрорынков, основанный на построении «дерева сегментирования» в разрезе двух категорий потребителей (конечные потребители и промышленные потребители), учитывающий расширение сфер применения агромаркетинга, появление инновационных продуктов и использование инновационных технологий производства и переработки сельскохозяйственной продукции;

усовершенствован алгоритм бизнес-процесса в системе агромаркетинга «Закупка сырья и товаров у агротрейдеров», который, согласно принципам моделирования и правилам построения диаграмм IDEF0 в деятельности агробизнес-структур, что позволит предприятиям АПК рационально и эффективно работать с многочисленными поставщиками, организуя снабжение сырьем, полуфабрикатами в необходимом ассортименте, количестве и требуемого качества;

разработан механизм реализации агромаркетинговой политики с использованием адаптационного инструментария, охватывающего стратегическое маркетинговое управление агроинновациями, изменение традиционных и формирование новых потребностей покупателей с учетом инновационных изменений, стратегическое развитие агротуризма и агрогостиничного хозяйства;

предложена интегрированная система информации в агромаркетинге, основанная на комплексной организационной, функциональной, технологической и технической интеграции информационной системы в практику агромаркетинга, что позволит обеспечить адаптивное реагирование агропродовольственного комплекса на изменяющиеся условия внешнего окружения;

усовершенствован комплекс форм и технологий рекламы с учетом специфики их использования в системе агромаркетинга, представленный в виде рекламных блоков: наружная реклама, цифровая реклама, реклама на официальных сайтах, реклама в социальных сетях, в основе которых заложен принцип конвергенции, что повысит узнаваемость продукции, обеспечит формирование положительного отношения покупателей к продукции агрофирм, а также будет способствовать росту финансовых показателей сельскохозяйственных предприятий;

разработан научно-методологический подход по развитию агротуризма, в рамках которого предложено создание ассоциации развития агротуризма, что будет способствовать восстановлению сельской местности и сельского хозяйства, повышению уровня территориальной привлекательности, благоприятного имиджа территории, инвестиционного климата и экономического потенциала региона;

разработана структурно-функциональная модель бизнес-взаимодействия партнеров (контрагентов) в деятельности агрогостиниц, основанная на согласовании взаимных интересов и прав участников взаимодействия в процессе оказания гостиничных услуг в сфере агробизнеса, что будет способствовать развитию агротуризма, ориентированного на активное использование сельскохозяйственных ресурсов и особенностей использования сельской местности для создания благоприятного имиджа территории и современного направления туризма;

усовершенствована концепция формирования агромаркетинговой системы, функционирование которой обеспечивает поддержание соответствия между внутренними возможностями предприятий и адаптационными усилиями по совершенствованию агромаркетинговой деятельности на протяжении цикла «производство – распределение – сбыт сельскохозяйственной продукции», внедрению агроинноваций, развитию агротуризма;

предложен механизм развития агромаркетинга сельскохозяйственных предприятий в новых условиях хозяйствования, предназначенный для модернизации производственных мощностей агропромышленного комплекса, применение которого создаст условия для внедрения инновационных проектов и технологий в деятельность предприятий АПК;

разработана концептуальная модель формирования стратегии развития агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям, которая основана на моделировании бизнес-процессов с использованием программного обеспечения IDEF0 и представляет собой последовательность взаимосвязанных действий по реализации стратегических решений, связанных с совершенствованием агромаркетинговой деятельности предприятий.

Основные предложения и рекомендации работы использованы в деятельности таких государственных ведомств и предприятий, как: Министерство агропромышленной политики и продовольствия Донецкой Народной Республики (справка о внедрении № 18/5819 от 09.12.2021 г.), ООО «Агропромышленный комплекс «Бекон» (справка о внедрении № 189/01 от

15.10.2021 г.), КП «Енакиевский хлебозавод» (справка о внедрении № 35/07 от 03.11.2021 г.).

Теоретические положения диссертации используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин «Моделирование инновационных процессов в гостинично-ресторанном хозяйстве», «Методы системного анализа в гостинично-ресторанном хозяйстве», «Стратегический маркетинг».

Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации

Считаем целесообразным продолжить работу в направлении исследования моделирования бизнес-процессов агромаркетинга и разработки стратегических направлений развития агротуризма.

Основные результаты, выводы и рекомендации диссертационной работы соискателя могут быть использованы в деятельности: сельскохозяйственных предприятий любых форм собственности; высших учебных заведений при преподавании дисциплин экономического блока.

Сформулированные предложения и рекомендации по формированию стратегии развития агромаркетинга, агротуризма и агрогостиниц также могут быть использованы в современных условиях при разработке республиканских программ развития и стратегий развития сельского хозяйства.

Общие замечания

Положительно оценивая результаты диссертационной работы, их научное и практическое значение, следует отметить некоторые дискуссионные положения:

1. В первом разделе работы автор указывает на проблематику агрорынков, связанную с необходимостью обеспечения экологической безопасности сельскохозяйственной продукции и производством высококачественных и безопасных для здоровья продуктов питания. Между тем экологическое направление агромаркетинга в недостаточной степени раскрыто по тексту диссертации.

2. Во втором разделе работы диссертантом приводятся результаты SWOT-анализа функционирования агропромышленного комплекса Донецкой Народной Республики. При этом не менее важным, на наш взгляд, является количественная оценка силы влияния каждого фактора на деятельность предприятий АПК.

3. Вызывает интерес представленный в работе научно-методический

подход к сегментации агрорынков. При этом, целесообразно было представить в работе результаты маркетинговых исследований как конечных, так и промышленных потребителей для детализации характеристик выделенных сегментов рынка, а также дать прогнозную оценку наиболее перспективных из них.

4. Недостаточно, на наш взгляд, в работе уделено внимание использованию классических и инновационных стратегий развития агрогостиниц на основе маркетингового подхода, которые будут направлены на повышение качества оказываемых услуг, совершенствование туристических потоков и маршрутов с целью развития сельского хозяйства и формирования имиджа территорий.

5. Представленные в работе рекомендации по организации и проведению массовых мероприятий (ЭКСПО-выставки), специализированных в сфере агробизнеса, АПК и сельского хозяйства, для популяризации деятельности республиканских аграриев, требуют дополнительного обоснования.

Указанные замечания не являются принципиальными и не снижают общей положительной оценки, научной ценности и практической значимости диссертации Крыловой Людмилы Вячеславовны.

Заключение

Диссертационная работа Крыловой Людмилы Вячеславовны на тему: «Агромаркетинг на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям» представляет собой завершённую научно-квалификационную работу, выполненную на актуальную тему. Выводы и рекомендации обоснованы. Автореферат соответствует содержанию диссертации. Опубликованные автором работы по теме диссертации отражают положения, выводы и рекомендации по проведённому исследованию.

Содержание диссертации соответствует паспорту научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг) в части пунктов: п. 9.3. Управление маркетинговой деятельностью, направления и формы организации маркетинга и их адаптация к изменяющимся рыночным условиям; п. 9.4. Состояние, тенденции и диагностика развития рынков, внешней и внутренней маркетинговой среды функционирования субъектов хозяйствования, сегментация рынков и определение рыночных ниш; п. 9.6. Формирование и развитие интегрированных систем маркетинговой информации. Современные

информационные технологии в маркетинге; п. 9.23. Развитие современных форм и методов рекламной деятельности, организация и оценка эффективности рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.

Диссертация соответствует требованиям п. 2.1 Положения о присуждении ученых степеней, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени (утв. Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 27.02.2015 г. № 2-13), 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).

Отзыв обсуждён и одобрен на расширенном заседании межкафедрального научного семинара Государственного образовательного учреждения высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» «24» мая 2022 г. протокол № 16.

Я, Салита Светлана Викторовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Председатель межкафедрального
научного семинара, доктор
экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой «Финансы и кредит»
ГОУ ВО ЛНР «Луганский
государственный университет
имени Владимира Даля»



С.В. Салита

Государственное образовательное учреждение
высшего образования Луганской Народной Республики
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Почтовый адрес:

91034, Луганская Народная Республика,

г. Луганск, кв-л «Молодёжный», 20-а,

Тел.: +38(0642)34-48-18

Факс: +38(0642)34-48-48

e-mail: dahl.univer@yandex.ru

адрес сайта: <https://dahluniver.ru/>

