

Заключение диссертационного совета Д 01.004.01
на базе Государственной организации высшего профессионального
образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»
Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики по
диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук

аттестационное дело № _____
решение диссертационного совета Д 01.004.01 от 30.06.2022 г. № 32

О ПРИСУЖДЕНИИ

Крыловой Людмиле Вячеславовне
ученой степени доктора экономических наук

Диссертация «Агромаркетинг на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг) принята к защите «29» марта 2022 г. (протокол № 11) диссертационным советом Д 01.004.01 на базе Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики, 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 630 от 01.10.2015 г.

Соискатель Крылова Людмила Вячеславовна 1978 года рождения.

Диссертацию на соискание ученой степени кандидата технических наук на тему «Разработка технологии соусов эмульсионного типа с использованием амаранта багряного» защитила в 2003 году. В 2007 году присвоено ученое звание доцента.

Работает в должности заведующего кафедрой сервиса и гостиничного дела, декана факультета ресторано-гостиничного бизнеса Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Диссертация выполнена на кафедре сервиса и гостиничного дела Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Научный консультант – доктор технических наук, профессор, Топольник Вера Григорьевна, профессор кафедры гостиничного и ресторанного дела Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

Официальные оппоненты:

Петенко Ирина Валентиновна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры маркетинга и логистики Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет»;

Шевченко Мария Николаевна, доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент Международной Академии науки и практики организации производства, заведующий кафедрой аграрной экономики, управления и права, декан факультета экономики и управления АПК Государственного образовательного учреждения высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный аграрный университет»;

Иванов Михаил Фёдорович – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента строительных организаций Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры»

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация – Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» в своем положительном заключении, подписанном доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедры «Финансы и кредит» Салитой Светланой Викторовной, и утвержденном ректором, доктором технических наук, доцентом Рябичевым Виктором Дроновичем, указала, что диссертация представляет собой законченную научно-квалификационную работу, выполненную на актуальную тему; научные результаты имеют существенное значение для экономической науки и практики; содержание диссертации и автореферата соответствуют паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг); диссертация отвечает требованиям п. 2.1 Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор, Крылова Людмила Вячеславовна, 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).

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.

Наиболее значимыми научными работами по теме диссертации являются:

1. Крылова, Л.В. Функциональное моделирование процессов оказания гостиничных услуг / В.Г. Топольник, Л.В. Крылова // Экономика, предпринимательство и право. – 2017. – Т.7, №3. – С. 185-207. *Личный вклад: с помощью стандартизированной методологии IDEF0 и CASE-средств проведена функциональная декомпозиция бизнес-процесса оказания гостиничных услуг.*

2. Крылова, Л.В. Концептуальные основы развития агромаркетинга /Л.В.Крылова // Инновационное развитие экономики. – 2019. – №6(54). – С. 130-137.

3. Крылова, Л.В. Инновационные технологии в системе агромаркетинга /Л.В. Крылова // Вестник Института экономических исследований. – 2019. – № 4(16). – С. 129-134.

4. Крылова, Л.В. Формирование агромаркетинговых систем с целью повышения уровня продовольственной безопасности в современных условиях /Л.В. Крылова // Торговля и рынок. – 2019. – Вып. 2'(50). – С. 81-88.

5. Крылова, Л.В. Перспективы развития сельского хозяйства в условиях реализации государственной политики импортозамещения / Л.В. Крылова // Торговля и рынок. – 2020. – Вып. 2'(54). – С. 106-112.

6. Крылова, Л.В. Направления организации агромаркетинга и их адаптация к изменяющимся рыночным условиям / Л.В. Крылова // Торговля и рынок. – 2020. – Вып.4'(56), т.1. – С. 100-108.

7. Крылова, Л.В. Управление маркетинговой деятельностью в системе агромаркетинга / Л.В. Крылова // Торговля и рынок. – 2020. – Вып. 3'(55), т. 2, ч. 2. – С. 81-87.

8. Крылова, Л.В. Информационные и цифровые технологии в агромаркетинге / Л.В. Крылова // Торговля и рынок. – 2021. – Вып. 1'(57). – С. 148-156.

9. Крылова, Л.В. Развитие современных форм и методов рекламной деятельности в системе агромаркетинга / Л.В. Крылова // Торговля и рынок. – 2021. – Вып. 2'(58). – С. 168-175.

10. Крылова, Л.В. Инновационное развитие агромаркетинга / Л.В.Крылова // Торговля и рынок. – 2021. – Вып. 3'(59). – С. 227-237.

11. Крылова, Л.В. Информационные технологии в системе маркетинговой информации в агропромышленном комплексе / Л.В. Крылова // Инновационное развитие экономики. – 2021. – № 4 (64). – С. 90-94.

12. Крылова, Л.В. Тенденции и факторы формирования агромаркетинговых систем в современных условиях / Л.В. Крылова // ЦИТИСЭ. – 2021. – № 4(30). – С. 215-227.

13. Крылова, Л.В. Инновационные векторы развития агротуризма /Л.В. Крылова // Экономика. Бизнес. Банки. – 2021. – №10 (60). – С. 52-62.

14. Крылова, Л.В. Сегментация агрорынков и определение рыночных ниш / Л.В. Крылова // Сервис в России и за рубежом. – 2021. – Т.15. – №5. – С. 140-149.

15. Крылова, Л.В. Векторы повышения эффективности агромаркетинга на этапе инновационного развития агропромышленного комплекса / Л.В. Крылова // Инновационное развитие экономики. – 2021. – № 6 (66) – С. 124-129.

16. Крылова, Л.В. Стратегия развития агрогостиниц: маркетинговый подход / Л.В. Крылова // Управленческий учет. – 2021. – № 12. – С. 824-832.

17. Крылова, Л.В. Концептуальные основы формирования стратегии развития агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям / Л.В. Крылова // Торговля и рынок. – 2021. – Вып. 4, т. 2, ч. 2. – С. 56-63.

18. Крылова, Л.В. Бизнес-моделирование агромаркетинга в условиях развития экосистем / Л.В. Крылова // ЦИТИСЭ. – 2022. – №1 (31). – С. 7-19.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1. Отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой рекламы и современных коммуникаций ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения» Лосева Константина Викторовича (РФ, г. Санкт-Петербург). Отзыв положительный. Замечаний нет.

2. Отзыв доктора экономических наук, доцента, проректора по учебной работе, заведующего кафедрой маркетинга и логистики ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики» Барышниковой Лели Петровны (ДНР, г. Донецк). Отзыв положительный. Замечания: 1) на с. 16 автором предложен подход построения

«деревя сегментации», но в тексте нет его полного обоснования, а также: принципов работы данного подхода; 2) на с. 17, рис. 5 автором приведены направления адаптации агромаркетинга к изменяющимся рыночным условиям, но что скрывает каждый из них автором не указано.

3. Отзыв доктора экономических наук, доцента, проректора по научной работе ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет» Логуновой Натальи Анатольевны (РФ, г. Керчь). Отзыв положительный. Замечания: 1) на с. 22 дано определение понятия «агротуризм», однако не указано является ли это собственным авторским определением, а также не приведены иные трактовки исследователей по данному понятию; 2) на с. 11 и с. 27 выделены объекты агромаркетинга, а именно: агроинновации, агротуризм, агрогостиницы. Однако, на с. 10 «агрогостиница» не рассматривается как современная сфера агромаркетинга. Также, в автореферате целесообразно было бы раскрыть понятие «агрогостиницы».

4. Отзыв доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры государственного и муниципального управления ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» Власовой Натальи Юрьевны (РФ, г. Екатеринбург). Отзыв положительный. Замечания: 1) среди методов исследования указаны экономико-математические. Однако в автореферате не приведены результаты, свидетельствующие об их применении. Кроме того, интересно было бы узнать, какие статистические методы были применены в диссертации; 2) в интегрированной системе информации (рис. 9) желательно указать связи между интеграциями; 3) не понятно, какая роль отведена блокам «факторы внешней среды» и «факторы внутренней среды» в схеме научно-методического подхода к развитию агромаркетинга (рис. 11).

5. Отзыв доктора экономических наук, доцента, профессора кафедры «Таможенная и товароведческая экспертиза» ФГБОУ ВО «Московский государственный университет пищевых производств» Филатова Владимира Владимировича (РФ, г. Москва). Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате на рисунке 12 «Механизм развития агромаркетинга

сельскохозяйственных предприятий» целесообразно было бы отобразить основные составляющие этого механизма такие, как, агроинновации, агротуризм, агрогостиницы отдельными блоками, которые сформулированы в работе; 2) в автореферате желательно было конкретизировать разработки автора, которые внедрены в практику предприятий и организаций.

6. Отзыв доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры финансов и кредита Краснодарского филиала ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» Горецкой Елены Олеговны (РФ, г. Москва). Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате на рис. 2 приведена Типология агромаркетинга в условиях адаптации к изменяющимся рыночным условиям. Сфера агромаркетинга расширена за счет современных направлений; маркетинга агроинноваций и маркетинга агротуризма. Автором в данном разделе раскрыто понятие агроинновация, но не уделено внимание понятию агротуризм; 2) во втором разделе автореферата автору желательно было бы представить инфраструктуру агропромышленного комплекса региона для полноты понимания целесообразности предложенных республиканских программ развития сельского хозяйства; 3) в работе автором представлен механизм реализации агромаркетинговой политики на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям (рис. 8), целесообразно было бы, в автореферате привести влияние данного механизма на развитие агропромышленного комплекса.

7. Отзыв доктора технических наук, профессора экономики, заведующего кафедрой «Менеджмент организаций» автомобильно-дорожного института ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет» Мельниковой Елены Павловны (ДНР, г. Горловка). Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате указаны научно-прикладные разработки и рекомендации, имеющие практическое значение, обозначена практическая значимость полученных результатов и констатировано, что предложения и рекомендации, разработанные в диссертационной работе, будут внедрены в деятельность министерств и ведомств, предприятий сельского хозяйства ДНР, а также могут быть использованы при разработке республиканских программ развития и стратегий развития сельского

хозяйства. При этом не уточнены разработки и рекомендации конкретизировано для предприятий, министерств и ведомств.

8. Отзыв доктора экономических наук профессора, профессора кафедры математических методов в экономике ФГ АОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» Ростовской Елены Павловны (РФ, г. Самара). Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате автором приведена контекстная диаграмма процесса закупки товаров и сырья и дочерняя диаграмма процесса закупки товаров и сырья, целесообразно, для полноты понимания всего процесса желательно было бы привести диаграммы каждого уровня декомпозиции бизнес процесса «Закупить товары и сырье»; 2) на рисунке 3 представлены концептуальные основы развития агромаркетинга, из данных автореферата не совсем понятно, подходит ли данная концепция развития агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям

9. Отзыв доктора экономических наук профессора, профессора кафедры «Туризм» НАО «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева» Сыздыкбаевой Бакыт Узакбаевны (Республика Казахстан, г. Нур-Султан). Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате целесообразно было бы больше внимания уделить вопросам разработки и внедрения в практическую деятельность научно-методологического подхода по развитию агротуризма и агостниц в ДНПР, бизнес-модель агромаркетинга; 2) в автореферате указаны научно-прикладные разработки и рекомендации, имеющие наибольшее практическое значение, обозначена практическая значимость полученных результатов для предприятий, а также констатировано, что предложения и рекомендации, разработанные в диссертационной работе, одобрены и внедрены в практику деятельности производственных и предпринимательских структур г. Донецка и Донецкой области (с указанием справок и актов внедрения). Однако при этом не конкретизировано, какие именно разработки автора внедрены в практику их деятельности.

10. Отзыв доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры экономики и менеджмента Института экономики и права (филиал) ОУП ВО

«Академия труда и социальных отношений» в г. Севастополе Тумаковой Светланы Владимировны (РФ, г. Севастополь). Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате автором не уделено внимание социально-культурному эффекту от внедрения результатов исследования; в) в автореферате на рис. 2 приведены сферы современного агромаркетинга - маркетинг агроинноваций и маркетинг агротуризма. Автором раскрыто понятие «Агроинновация», логично было дать обоснование и понятия «Агротуризм».

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается известностью их достижений в области специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: 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: концептуальная модель формирования стратегии развития агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям; структурно-функциональная модель бизнес-взаимодействия партнеров (контрагентов) в деятельности агрогостиниц;

предложены: алгоритм бизнес-процесса в системе агромаркетинга «Закупка сырья и товаров у агротрейдеров»; комплекс форм и технологий рекламы с учетом специфики их использования в системе агромаркетинга; научно-методологический подход по развитию агротуризма; механизм реализации агромаркетинговой политики;

доказана: необходимость формирования агромаркетинговой системы, направленной на обеспечение поддержания соответствия между внутренними возможностями предприятий и адаптационными усилиями по совершенствованию агромаркетинговой деятельности на протяжении цикла «производство – распределение – сбыт сельскохозяйственной продукции»;

введены понятийно-категориальный аппарат в части уточнения понятий: «агромаркетинг», «агроинновация»;

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказаны: значимость агромаркетинга как комплексной деятельности в области производства и сбыта сельскохозяйственной продукции, обеспечивающей формирование стабильных и целостных взаимоотношений между агропредприятиями для удовлетворения потребностей населения в сельскохозяйственной продукции и услугах;

применительно к проблематике диссертации результативно *использованы* методы структурно-логического анализа, анализа и синтеза, индукции и дедукции, обобщения и группировки, SWOT-анализа, моделирования, экономико-математические и экономико-статистические методы;

изложены: концептуальные основы развития агромаркетинга, основывающиеся на таких 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, что будет способствовать более полному удовлетворению спроса населения и обеспечению продовольственной безопасности региона; типология агромаркетинга за счет расширения объектов его изучения и дополнения сфер использования агромаркетинга новыми видами – маркетинг агроинноваций и маркетинг агротуризма;

раскрыт: научно-методический подход к сегментации агрорынков, основанный на построении «дерева сегментирования» в разрезе двух категорий потребителей (конечные потребители и промышленные потребители);

изучены: тенденции трансформации агромаркетинговой деятельности и сформулированы направления реализации агромаркетинговой политики на этапе их адаптации к изменяющимся рыночным условиям;

проведена модернизация: интегрированной системы информации в агромаркетинге за счет комплексной организационной, функциональной, технологической и технической интеграции информационной системы в практику агромаркетинга.

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

разработаны и внедрены: функциональные модели бизнес-процессов, которые могут быть использованы в практической деятельности агрогостиниц как корпоративные стандарты качества в рамках госбюджетной темы № Д-2013-16 «Формализация процессов гостинично-ресторанного хозяйства для повышения качества услуг»; модели процессов маркетинга в агропромышленных системах в рамках госбюджетной темы № Г-2019-2 «Исследование процессов гостинично-ресторанного бизнеса с целью совершенствования и повышения качества услуг»;

определены концептуальные основы формирования системы агромаркетинга (справка о внедрении от ООО «Агропромышленный комплекс «Бекон» № 189/01 от 15.10.2021 г.);

создана: система практических рекомендаций по внедрению инноваций в деятельность предприятий АПК на основе цифровых и агромаркетинговых технологий (справка от Коммунального предприятия «Енакиевский хлебозавод» № 35/07 от 03.11.2021 г.).

представлен: научно-методологический подход по развитию агротуризма и агрогостиниц в ДНР, бизнес-модель агромаркетинга (справка о внедрении от Министерство агропромышленной политики и продовольствия Донецкой Народной Республики 18/5819 от 09.12.2021 г.).

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория исследования основывается концептуальных положениях фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных авторов по проблемам маркетинга, агромаркетинга, сервиса и туризма, а также репрезентативных данных, полученных в ходе проведенного соискателем эмпирического исследования, которые согласуются с теоретическими разработками и опубликованными официальными данными по теме диссертации с выводами, полученными другими авторами;

идея базируется на обобщении передового мирового опыта, изучении и анализе научных публикаций, адаптивных подходах, учитывающих теоретические и методологические основы агромаркетинга;

использовано сравнение 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; обработка данных осуществлялась с помощью пакета прикладных программ Microsoft Office®, а также программного обеспечения BPwin 4.1 построения диаграмм IDEF0.

Личное участие соискателя в получении результатов, изложенных в диссертации, состоит в обосновании цели, задач, методов исследования, связанных с разработкой научных и практических рекомендаций, а именно: рассмотрена специфика агромаркетинга в системе управления предприятием; изучены современные формы агромаркетинга на этапе адаптации к современным рыночным условиям; разработаны концептуальные основы развития агромаркетинга; проведена диагностика современного состояния и тенденций развития агрорынков; определены основные векторы современного развития агропромышленного комплекса; проведена сегментация агрорынков на основе инновационных преобразований в развитии АПК; оценены тенденции трансформации агромаркетинговой деятельности; сформированы направления реализации агромаркетинговой политики на этапе их адаптации к изменяющимся рыночным условиям; разработан механизм реализации агромаркетинговых преобразований; 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; определены условия формирования агромаркетинговой системы;

представлен механизм организации агромаркетинга сельскохозяйственных предприятий; разработана концептуальная модель формирования стратегии развития агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям.

На заседании 30.06.2022 года диссертационный совет Д 01.004.01 принял решение присудить Крыловой Людмиле Вячеславовне ученую степень доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

При проведении открытого голосования диссертационный совет в количестве 20 человек, из них 7 докторов наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), участвовавших в заседании, из 27 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – «20», против – «нет», воздержались – «нет».

Председатель
диссертационного совета Д 01.004.01
д.э.н., профессор



Ученый секретарь
диссертационного совета Д 01.004.01
д.э.н., доцент

 Е.М. Азарян

 А.Н. Германчук

«30» июня 2022 г.