

ОТЗЫВ

на автореферат 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)

Развитие агропродовольственного рынка является одним из перспективных направлений становления экономики Донецкой Народной Республики. Систематическая агромаркетинговая система, способствует формированию целевых и стратегических рекомендаций по развитию сельского хозяйства, модернизации АПК, восстановлению домашнего хозяйства, обеспечению продовольственной безопасности, и повышению качества жизни населения. Маркетинговым процессам трансформации предприятий АПК уделено недостаточное внимание и требуют комплексного решения проблемы формирования теоретических и научно-методологических основ развития агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям. Актуальность выбранной темы обусловлена научной значимостью вопросов развития агромаркетинга и необходимостью проведения дополнительных научных исследований.

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

Диссертация характеризуется четкостью постановки задач исследования, продуманной методологией и широтой примененных методов исследования, что позволило провести глубокие исследования и получить результаты, характеризующиеся научной новизной. На защиту автором вносятся 15 положений, имеющих научную новизну и практическую ценность для совершенствования агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям.

В работе определены концептуальные основы развития агромаркетинга, которые объединяют систему взаимосвязанных теоретико-методологических взглядов на цели, задачи, субъект и объект, адаптационные механизмы с учетом специфики агромаркетинга, определяющие стратегию его развития (стр.11); определено, что на этапе адаптации агромаркетинга к меняющимся рыночным условиям происходят существенные изменения как в отношении рынка конечных потребителей, так и в отношении рынка промышленных потребителей, связанные с

расширением сфер применения агромаркетинга, появлением инновационных продуктов и использованием инновационных технологий производства и переработки сельскохозяйственной продукции, что обуславливает необходимость совершенствования научно-методического подхода к сегментации агрорынков, результатом которого является построение «дерева сегментирования» (стр.16); с целью оптимизации агромаркетинговой деятельности предложен алгоритм бизнес-процесса в системе агромаркетинга «Закупка сырья и товаров у аготрейдеров», согласно принципам моделирования и правилам построения диаграмм IDEF0, которая представлена в виде контекстной диаграммы процесса закупки товаров и сырья, дочерней диаграммы процесса закупки продуктов и сырья, процесса изучения рынка товаров и сырья, процесс заключения договоров с поставщиками, процесс приобретения товаров и сырья, прием товаров и сырья на склад предприятия питания (стр.18); создание интегрированных систем информации, направленных на адаптивное реагирование агропродовольственного комплекса на изменяющиеся условия внешнего окружения, обеспечение рациональной взаимосвязи элементов агромаркетинга со всеми элементами системы управления предприятием для принятия обоснованных маркетинговых решений (стр.20).

Заслуживает внимания представленная в работе 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 (стр. 22).

Особо отметим предложенную автором концептуальную модель формирования стратегии развития агромаркетинга на этапе адаптации к изменяющимся рыночным условиям, сформированная на основанная на моделировании бизнес-процессов в развитии АПК на этапе активного формирования экосистем (стр.27).

Однако в работе имеются отдельные дискуссионные положения:

- 1) в автореферате на рисунке 13 «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 бы конкретизировать разработки автора, которые внедрены в практику предприятий и организаций.

Указанные замечания не снижают научной ценности диссертационной работы, выполненной, как свидетельствует автореферат, на достаточно высоком теоретико-методическом уровне. Диссертация соответствует требованиям Высшей Аттестационной Комиссии Донецкой Народной Республики, предъявляемым к докторским диссертациям, и 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).

Я, *Филатов Владимир Владимирович*, *согласен* на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности 08.00.05:
Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в том числе: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями), доцент,
профессор кафедры «Таможенная и товароведческая экспертиза» ФГБОУ ВО «Московский государственный университет пищевых производств»

В.В. Филатов

Подпись Филатова В.В. заверяю
Начальник отдела кадров *Б.М. Гиря*



Контактные данные:

125080, Россия, г. Москва, ул. Врубеля, 12 (ауд. 7-10)

тел.: +7 (499) 750-01-11 доб. 6565

e-mail: filatovvv@mgupp.ru

сайт организации: <https://mgupp.ru/>