

Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики
Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет»

На правах рукописи



Пономаренко Наталья Шахрияровна

**МЕТОДОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА
НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание учёной степени
доктора экономических наук

Донецк – 2022

Работа выполнена в Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет», г. Донецк

Научный консультант: доктор экономических наук, профессор
Малыгина Валентина Дмитриевна

Официальные оппоненты: **Безрукова Татьяна Львовна,**
доктор экономических наук, профессор,
академик Российской Академии Естествознания, почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Российской Федерации «Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова», заведующий кафедрой экономики и финансов

Леп Роман Николаевич,
доктор экономических наук, профессор,
депутат Народного Совета Донецкой Народной Республики

Шевченко Мария Николаевна,
доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент Международной Академии науки и практики организации производства,
Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный аграрный университет»,
заведующий кафедрой аграрной экономики, управления и права

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

Защита состоится «25» октября 2022 г. в 11.00 часов на заседании диссертационного совета Д 01.004.01 при ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по адресу: 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, ауд. 1222, тел: +38(062)337-41-57, e-mail: dissovet@donnuet.ru.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по адресу: 283017, г. Донецк, б. Шевченко, 30 (<http://library.donnuet.ru>).

Автореферат разослан «_____» _____ 2022 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета Д 1.004.01,
д.э.н., доцент



А.Н. Германчук

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Выступая одной из самых энергичных отраслей экономик всего мира, продовольственный комплекс объединяет всю совокупность проблем обеспечения продовольственной безопасности любого государства и жизнеспособности населения.

Функционирование и развитие продовольственного комплекса характеризуется высоким уровнем сложности, неопределённости, нестабильности и динамизма. Меняется маркетинговая среда продовольственного комплекса, трансформируются стратегические векторы для предприятий всех инфраструктурных уровней продовольственного комплекса и модели его развития в условиях цифровизации экономики.

Приоритеты интересов общества, его экономическое состояние неразрывно связаны с развитием продовольственного комплекса, трансформационные процессы в котором требуют разработки перспективных концептуально-теоретических и нормативно-прикладных подходов к методологии, современная ориентация которой, в первую очередь, связана с процессами цифровизации экономики. Мировая практика подтверждает: в условиях трансформации экономики актуализация её цифровизации усиливается синергетической взаимосвязью с маркетинговым инструментарием, что позволяет на основании нового методологического подхода наряду с другими факторами качества жизни представить развитие продовольственного комплекса как приоритетную составляющую системы жизнеобеспечения.

Многоаспектность, актуальность и приоритетность исследуемой проблемы предопределили выбор темы, постановку цели и задач диссертационной работы.

Степень разработанности проблемы. Формированию теории и методологии развития продовольственного комплекса посвящены труды российских и зарубежных учёных-экономистов: А.А. Анфиногентовой, А.И. Алтухова, В.М. Баутина, О.И. Боткина, Б.А. Воронина, В.Г. Гусакова, Х. Диббла, П. Дойля, В.А. Ключача, Э.Н. Крылатых, И.В. Курцева, А. де Люмле, Т. Мальтуса, В.И. Набокова, П.И. Огородникова, И.С. Санду, А.Н. Семина, И.Г. Ушачева, С.И. Фатхутдинова, В.П. Черданцева.

Теоретические, методологические и методические основы управления развитием предприятий продовольственного комплекса освещены в трудах учёных, в частности: Г.П. Абрамовой, Р. Баззела, П. Бенневорта, Р.А. Брейча, М. Кастельса, А.Е. Матушкина, Г.Л. Пакулина, М. Портера, О. Подлужной, Р. Рамиреса, П.П. Сорокина, В.Г. Хаустова, Ю.А. Ципкина, М. Штайнера, С.М. Ягуткина.

Изучением проблем развития маркетинга, в том числе в продовольственной сфере, занимались отечественные учёные: Е.М. Азарян, Р.И. Балашова, Т.Л. Безрукова, Н.Ю. Возиянова, А.А. Крамаренко, Р.Н. Лепа, В.Д. Малыгина, Е.С. Сидорчук, Л.В. Шабалина, Г.А. Шавкун, М.Н. Шевченко, Е.В. Якубова.

Несмотря на существенные научные разработки и их ценность, есть необходимость научного осмысления новейших теоретических и методологических вопросов развития продовольственного комплекса, требующего дальнейших научных, методологических и практических исследований и обоснований.

Цель и задачи исследования. Целью диссертации является разработка и научное обоснование теоретико-методологических положений, практических рекомендаций по развитию продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики.

Сформулированная цель диссертационной работы определила постановку задач и методов исследования в области теории, методологии и практики использования полученных результатов:

исследовать генезис и содержание развития продовольственного комплекса;

рассмотреть эволюцию концепции маркетинга продовольственного комплекса;

оценить влияние цифровой трансформации на развитие продовольственного комплекса;

определить роль маркетинговой среды в развитии продовольственного комплекса и разработать концептуальную модель его развития на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики;

исследовать становление концепта «качество» в развитии продовольственного комплекса, в системе управления его качеством и обосновать концептуальное видение константности качества продовольственного комплекса;

провести мониторинг состояния продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики и доказать его приоритетность в системе жизнеобеспечения;

провести анализ готовности продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики к цифровизации экономики;

исследовать маркетинговый инструментарий в формировании и обеспечении потребительской ценности продукции предприятий продовольственного комплекса;

разработать механизм оценки влияния цифровых технологий на маркетинговую среду продовольственного комплекса;

предложить научно-методологический подход к диагностике влияния цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики;

определить маркетинговые детерминанты принятия управленческих решений стратегического развития предприятий продовольственного комплекса;

выявить цифровые маркетинговые компетенции, предложить алгоритм оценки уровня развития цифровых маркетинговых компетенций предприятий

продовольственного комплекса и сформулировать механизм управления цифровыми компетенциями его стратегического развития;

предложить модель разработки и реализации маркетинговой программы развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации;

сформировать стратегический вектор развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики.

Объектом исследования являются процессы развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики.

Предметом исследования выступает совокупность методологических, научно-методических и практических аспектов развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с паспортом научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг) в части пунктов: 9.1. Теоретические основы и современные направления развития рыночной политики компаний на основе концепции маркетинга; 9.2. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга; 9.4. Состояние и тенденции развития внешней и внутренней среды маркетинговой деятельности, сегментация рынков и определение рыночных ниш; 9.6. Формирование и развитие интегрированных систем маркетинговой информации, управление отношениями с потребителями, в том числе на основе программ лояльности; 9.7. Методы и технологии проведения маркетинговых исследований; 9.9. Повышение конкурентоспособности товаров (услуг) и компаний, факторы конкурентоспособности в различных рыночных условиях; 9.20. Развитие виртуальных рынков, маркетинговые технологии в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет.

Научная новизна полученных результатов заключается в разработке и научном обосновании теоретического базиса, методологических подходов, методических положений и рекомендаций относительно развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики.

К основным научным результатам, определяющим новизну исследования, относятся следующие:

впервые:

обоснованы концепция и концептуальная модель развития продовольственного комплекса как приоритетной составляющей системы жизнеобеспечения, которые объединяют теоретико-методологические подходы к пониманию методологии, законов, целей, задач, принципов, функций, категорий продовольственного комплекса с акцентом на разработку эффективных механизмов его развития на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики с пониманием единства всех элементов;

сформирован теоретико-методологический базис продовольственного комплекса на основании концепции триангуляции, что позволило представить

продовольственный комплекс как тринитарную модель, охватывающую спектр совокупно возникающих концептов исследования: «продовольственный комплекс», «маркетинг», «цифровизация экономики»;

усовершенствованы:

научно-методический подход к исследованию маркетинговой среды продовольственного комплекса, которая рассмотрена как гетерогенная система с акцентом на её изменчивость под влиянием эволюции продовольственного рынка, потребительских свойств товара, состава групп потребителей, внедрения цифровых технологий, что ранее проводилось ограниченно, вне проблематики цифровизации экономики;

механизм оценки влияния цифровых технологий на эмерджентные свойства маркетинговой среды продовольственного комплекса, который, в отличие от традиционных (маркетинговая среда в контексте её эмерджентности не рассматривалась), учитывает уровень развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации, что способствует формированию системы управленческих решений по повышению степени готовности предприятий продовольственного комплекса к внедрению цифровых технологий для их устойчивого функционирования и развития;

научно-методический подход к диагностике влияния цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса в условиях цифровизации экономики, отличающийся от существующих тем, что основывается на системе комплексных показателей силы влияния цифровых технологий (влиянию цифровых технологий на маркетинговую политику предприятий ранее внимание не уделялось) и позволяет на основе идентификации ключевых факторов успеха на всех инфраструктурных уровнях продовольственного комплекса, расчёте интегрального показателя определить уровень развития продовольственного комплекса и сформировать стратегические ориентиры его развития в условиях цифровизации экономики;

научно-методический подход к идентификации формирования ключевых факторов успеха продовольственного комплекса, который отличается от существующих тем, что учитывает ключевые факторы успеха по элементам комплекса маркетинг-микс «4Р» основывается на использовании математического аппарата метода анализа иерархий и позволяет на основе использования принципов синтеза и построения диаграммы Парето осуществить ранжирование ключевых факторов успеха и определить те факторы, которые имеют приоритетное значение для формирования устойчивых конкурентных преимуществ продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики (ключевые факторы успеха на всех инфраструктурных уровнях продовольственного комплекса в таком разрезе для формирования устойчивых конкурентных преимуществ для предприятий продовольственного комплекса не изучались);

научно-методологический подход к оценке уровня развития цифровых маркетинговых компетенций на предприятиях продовольственного комплекса и выделению ключевых маркетинговых компетенций для реализации стратегии

развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики. Отличительной особенностью данного научно-методического подхода от существующих является использование аппарата нечёткой логики, который интегрирует ключевые цифровые маркетинговые компетенции для развития продовольственного комплекса и позволяет на основе расчёта комплексного показателя установить характерный для продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики уровень цифровой маркетинговой компетентности;

организационно-методологический подход к обоснованию и моделированию стратегического вектора развития продовольственного комплекса, который, в отличие от существующих, объединяет в целостную систему планируемые научно-производственные проекты и программы в рамках продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики (чего ранее не использовали), что будет способствовать устранению коммуникационного разрыва на всех инфраструктурных уровнях взаимодействия субъектов продовольственного комплекса, и позволит обоснованно осуществить выбор наиболее перспективных и результативных стратегических направлений с позиций экономической эффективности;

получили дальнейшее развитие:

теоретический базис развития продовольственного комплекса, в основу которого положена совокупность научных подходов, сущностных характеристик, закономерных универсальных свойств и авторское видение категорий «развитие продовольственного комплекса», «маркетинг продовольственного комплекса», «константность качества», «квалицентризм», «эмерджентность маркетинговой среды продовольственного комплекса», «ключевые факторы успеха»;

концепция маркетинга продовольственного комплекса, которая в авторском понимании представляет собой концептуальное пространство промышленного маркетинга, агромаркетинга, ценностно-ориентированного маркетинга, информационного, цифрового, что является эволюционирующей, отличительной чертой от традиционного подхода;

процесс принятия управленческих решений развития предприятий продовольственного комплекса на основе маркетинговых детерминантов, что позволит сформировать стратегическое видение развития предприятий продовольственного комплекса в условиях цифровизации экономики, чему ранее внимание не уделялось;

научно-методологический подход к актуализации роли товара или услуги, который отличается от существующих тем, что в условиях цифровизации экономики основывается на многокритериальной оценке качества товара и/или услуги с акцентом на потребительскую ценность (при существующем подходе этот аспект практически не учитывался), что позволит на основе мониторинга состояния продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики обосновать стратегические перспективы развития предприятий в конкурентной среде с приоритетом качества товара и/или услуги;

научно-практический подход к оценке готовности предприятий продовольственного комплекса к цифровизации, который в отличие от существующих (ранее анализ готовности предприятий продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики к цифровизации экономики не проводился), консолидирует показатели внедрения цифровых технологий, индикаторы их влияния на рост предприятия и показатели развития.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическая значимость диссертационной работы заключается в обобщении и новом решении научно-прикладной проблемы развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики.

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что обоснованные теоретические положения доведены до уровня конкретных методических подходов, положений и рекомендаций, направленных на развитие продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики.

Диссертация выполнена в соответствии с комплексным планом научно-исследовательских работ: ГОУ ВПО «ДОННУ»: фундаментальной научно-исследовательской работы № Г-19/23 «Современные механизмы управления в условиях развития цифровой экономики», обоснованы научно-практические основы развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации экономики и предложен научно-методический подход к диагностике влияния цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики; прикладной темы № Г-16/23 «Организационно-экономические механизмы управления социально-экономическими системами», предоставлены рекомендации по управлению цифровыми компетенциями стратегического развития продовольственного комплекса; ГО ВПО «ДонНУЭТ им. М.Туган-Барановского»: хоздоговорной темы № 030хт/2021 «Разработка научно-методических рекомендаций по изучению и внедрению механизма оценки конкурентоспособности продукции потребительского рынка», разработан научно-методический инструментальный оценки эффективности управления развитием продовольственного комплекса на основе маркетинга и концепта качества в системе управления качеством продовольственного комплекса.

Практическая направленность полученных теоретических и методических разработок подтверждается документами о внедрении результатов научных исследований в Министерство промышленности и торговли Донецкой Народной Республики (справка от 16.06.2022 г. № 08-50/4106); Аппарат Народного Совета (справка от 14.06.2022 г. № 03.1-99/3/600); Администрацию города Донецка (справка от 30.05.2022 г. № 3331/01-24исх); отдел организации потребительской инфраструктуры администрации Ворошиловского района г. Донецка (справка от 14.06.2022 г.).

Основные положения диссертационной работы используются в учебном процессе ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» при преподавании дисциплин «Маркетинг информационных продуктов и услуг», «Основы цифровой экономики», «Теория систем и системный анализ» (справка о внедрении от 16 мая 2022 г. № 580/01-27/6.1.0).

Методология и методы исследования. Теоретико-методологической базой исследования стали положения экономической теории, современных теорий управления продовольственными системами, научные работы отечественных и зарубежных учёных по проблемам развития маркетинга, цифровых технологий, управления предприятиями продовольственного комплекса, моделирования, принятия решений.

Для достижения поставленной цели и решения обозначенных задач использованы методы: диалектического познания, научного абстрагирования, морфологического анализа, сравнения, синтеза, теоретического обобщения (для формирования теоретического и эмпирического базиса развития продовольственного комплекса, исследования его генезиса и содержания); исторического и контент-анализа (при изучении эволюции концепции маркетинга продовольственного комплекса и становления концепта качества); систематизации и декомпозиции (для разработки научно-методологического аппарата исследования процессов цифровизации продовольственного комплекса; научно-методического подхода к идентификации и анализу механизма формирования ключевых факторов успеха продовольственного комплекса); экономико-математического (для расчёта интегрального показателя влияния цифровых технологий на эмерджентные свойства маркетинговой среды продовольственного комплекса); метод комплексной интегральной оценки (для разработки интегральных показателей силы влияния цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса); графическое и табличное представление (для визуализации полученных результатов исследования (все разделы диссертации)).

Обработка данных осуществлялась с помощью пакетов прикладных программ: табличного процессора MS Excel, системы управления базами данных MS Access, программного комплекса для статистического анализа Statistica.

Информационную базу исследования составили: научные труды отечественных и зарубежных учёных, специалистов-практиков по развитию продовольственного комплекса; действующее законодательство и нормативно-правовые акты; аналитические и статистические данные Государственной службы статистики Донецкой Народной Республики; министерства агропромышленной политики и продовольствия Донецкой Народной Республики; министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики; отчётность предприятий продовольственного комплекса; Интернет-ресурсы, монографические и периодические издания, научные публикации; собственные аналитические расчёты.

Положения, выносимые на защиту. По результатам исследования на защиту выносятся следующие основные положения, содержащие элементы новизны.

тринитарная методология исследования проблематики продовольственного комплекса в условиях цифровизации экономики.

понятийно-категориальный аппарат исследования в части его расширения

и дополнений дифференцированного характера путём уточнения сущности понятий: «развитие продовольственного комплекса», «маркетинг продовольственного комплекса», «константность качества», «квалицентризм», «эмерджентность маркетинговой среды продовольственного комплекса», «ключевые факторы успеха»;

концептуальная модель изучения развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики;

научно-методологический подход к диагностике влияния цифровых трансформаций на развитие продовольственного комплекса;

научно-методический подход к расчёту интегрального показателя качества предоставляемых потребителю товаров (услуг);

научно-практический подход, ориентированный на систему показателей готовности предприятий продовольственного комплекса к цифровизации;

механизм оценки влияния цифровых технологий на маркетинговую среду продовольственного комплекса;

цифровые маркетинговые компетенции как маркетинговые детерминанты в процессе принятия управленческих решений стратегического развития предприятий продовольственного комплекса;

идентификация и анализ механизма формирования ключевых факторов успеха предприятий продовольственного комплекса с использованием научно-методического подхода;

модель разработки и реализации маркетинговой программы развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации экономики;

организационно-методологический подход к разработке стратегических ориентиров развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики.

Степень достоверности и апробация результатов. Диссертация является самостоятельно выполненной научной работой. Сформулированные и обоснованные в работе научные положения, разработки, выводы и рекомендации получены автором самостоятельно в ходе проведённого исследования. Из научных работ, опубликованных в соавторстве, в работе использованы только те идеи и положения, которые выдвинуты и разработаны лично диссертантом. Основные положения и результаты диссертационной работы докладывались и получили одобрение на тринадцати научно-практических конференциях в Российской Федерации и Донецкой Народной Республике. Наиболее значимые из них следующие: «Информационные проблемы и драйверы социально-экономического развития общества в условиях глобализации» (г. Ставрополь, 2020 г.); «Приоритетные направления научно-технологического развития агропромышленного комплекса» (г. Новосибирск, 2020 г.); «Информационные системы и технологии в моделировании и управлении» (г. Симферополь, 2020 г.); «Экономика 2020: Актуальные вопросы и современные аспекты» (г. Пенза, 2020 г.); «Управление в современных системах» (г. Челябинск, 2020 г.); «Современная мировая экономика: вызовы и реальность» (г. Донецк, 2021 г.); «Инновационные

векторы цифровизации экономики и образования в регионах России» (г. Ставрополь, 2021 г.); «Стратегия устойчивого развития в антикризисном управлении экономическими системами» (г. Донецк, 2021 г.); «Информационное пространство Донбасса: проблемы и перспективы» (г. Донецк, 2021 г.). География публикаций: города Донецк, Новосибирск, Ногинск, Пенза, Симферополь, Ставрополь, Челябинск.

Публикации. По результатам исследования опубликовано 43 работы, в том числе 4 монографии, из которых одна личная; 20 статей в рецензируемых научных изданиях, 6 статей в прочих изданиях; 13 трудов апробационного характера. Общий объем публикаций 51,38, из которых автору принадлежит 42,89 печ. л.

Структура и объем диссертационной работы. Диссертация состоит из введения, пяти глав, содержащих пятнадцать параграфов, заключения, списка литературы, содержащего 380 наименований и 28 приложений. Общий объем диссертации составляет 426 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснована актуальность темы диссертации; сформулированы цель и задачи исследования, определены объект, предмет, методы исследования; раскрыты научная новизна и практическое значение полученных результатов; обозначена связь работы с научными программами, темами; отображены публикации и результаты апробации диссертации.

В первой главе **«Теоретические основы и эмпирический базис продовольственного комплекса»** исследованы генезис и содержание развития продовольственного комплекса; рассмотрена эволюция концепции маркетинга продовольственного комплекса; изучено и оценено влияние цифровой трансформации на развитие продовольственного комплекса.

Современные реалии и объективная необходимость развития сферы продовольственного обеспечения обусловили актуальность и важность проведения мониторинга, научного анализа и маркетингового исследования продовольственного комплекса, который обретает в условиях цифровизации экономики концептуально новые очертания – обеспечение устойчивости и сбалансированность экономической, социальной, продовольственной безопасности на уровне индивида, государства и общества в целом.

Исследование с позиции исторического развития этимологии терминологического аппарата и генезиса развития продовольственного комплекса позволило конкретизировать содержание данной экономической категории и углубить понимание специфики процессов его развития, стало составляющей предмета исследования и обусловило разработку авторской концепции развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики, суть которого состоит в следующем: развитие продовольственного комплекса рассматривается как процесс имманентной его способности к осуществлению конструктивных количественных и качественных изменений, ориентированных на поддержку

существующих и генерирование новых конкурентных преимуществ на основе маркетинга и цифровых технологий как ключевых элементов и ведущего к появлению нового качества – эмерджентности.

Изучение принципиальных подходов к методологии развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики позволили углубить познавательные аспекты научного исследования, акцентировать внимание на теоретико-методологических основаниях тринитарного подхода к интерпретации процессов развития продовольственного комплекса, расширить маркетинговый инструментарий исследования в рамках тринитарной методологии и впервые рассмотреть продовольственный комплекс как приоритетную составляющую системы жизнеобеспечения через призму тринитаризма, а тринитарный подход предложить как методологическое основание развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики (рис. 1), что подчёркивается выдвинутой в диссертационной работе гипотезой: в системе жизнеобеспечения приоритетной составляющей является продовольственный комплекс с его эволюционирующим состоянием эмерджентности и константностью качества во всех инфраструктурных уровнях на основе проводимой инновационной и маркетинговой политики и постоянно развивающейся системы знаний.



Рисунок 1 – Модель тринитарной методологии развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики

Предложенная и обоснованная в диссертации концепция тринитарного подхода к развитию продовольственного комплекса объединяет теоретические, методологические, аналитические и практические базисы вокруг сущности продовольственного комплекса как приоритетной составляющей системы жизнеобеспечения, учитывает маркетинговый инструментарий, актуализирует

цифровизацию экономики, что проявляется в охвате спектра дополнительно возникающих концептов исследования, а именно: «продовольственный комплекс», «маркетинг», «цифровизация экономики».

Изучение эволюции маркетинга и его концепций привело к пониманию постоянной трансформации, диверсификации происходящих в продовольственном комплексе процессов, смене приоритетов, ориентации на пожелания и требования потребителей, повышение качества жизни, заботу о сохранении и улучшении экологии.

Применение инструментария маркетинга в исследовании продовольственного комплекса, особенно в условиях цифровизации экономики, характеризуется своей специфичностью и обусловлено совокупностью видов маркетинга и сферами деятельности, синергетическим симбиозом различных видов маркетинга (к примеру, промышленного маркетинга и агромаркетинга), глубокой информатизацией общества, проникновением цифровых технологий во все сферы экономики и жизни человека (рис. 2).

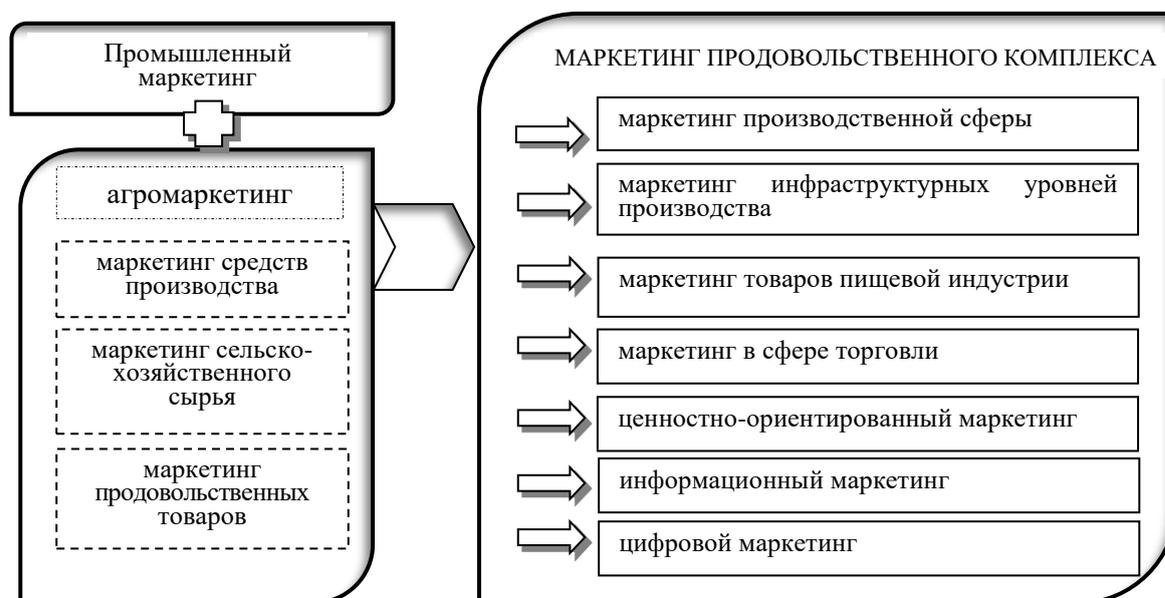


Рисунок 2 – Эволюция маркетинга в продовольственном комплексе

В диссертации констатировано, что продовольственный комплекс выступает как совокупность отраслей, технологически и экономически взаимосвязанных и непосредственно участвующих в процессе доведения конечной продукции от производителя до потребителя, и представляет собой сложную, изменяющуюся во времени и пространстве функционально-отраслевую структуру с наличием определённых предпосылок и условий функционирования (рис. 3).

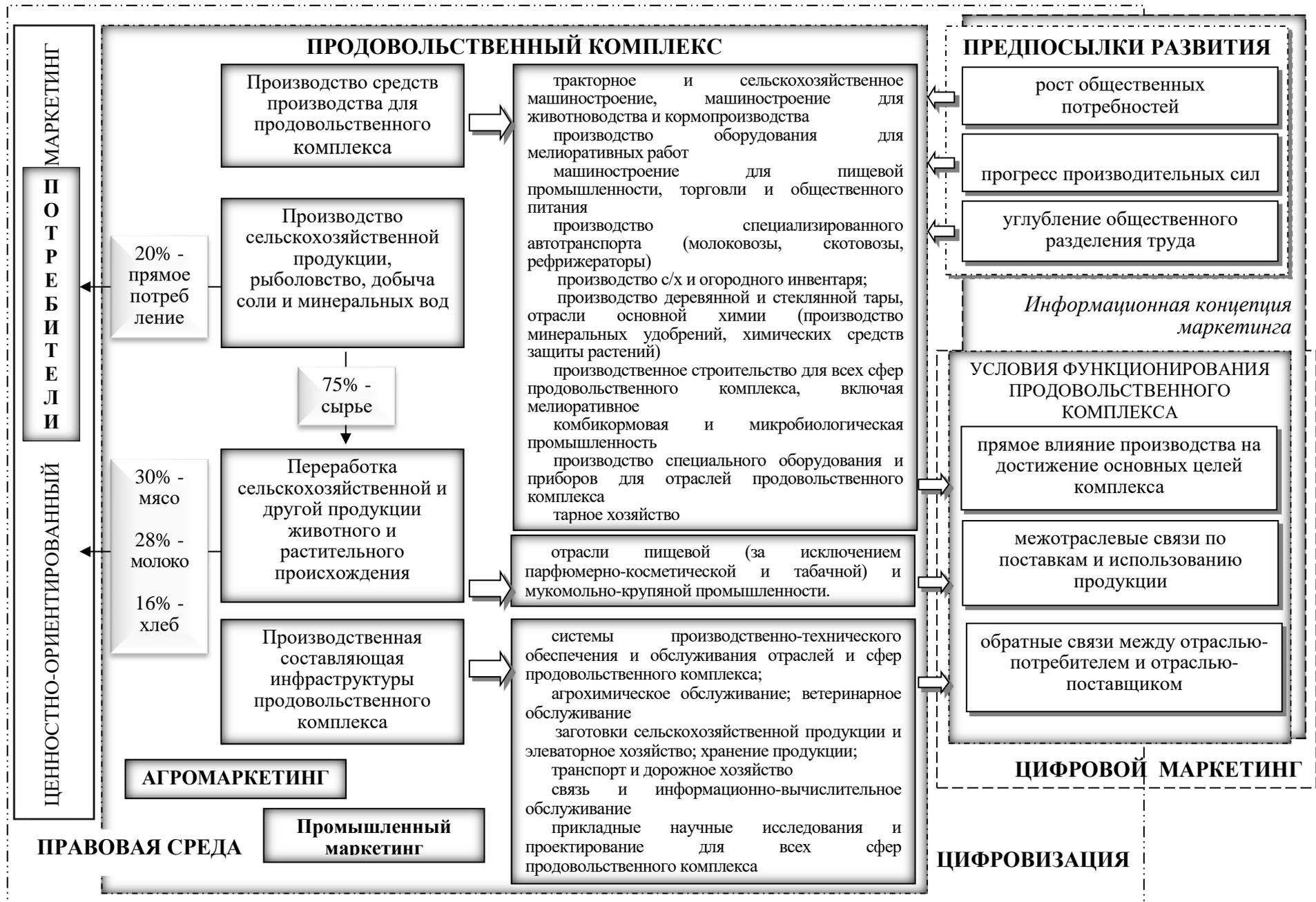


Рисунок 3 – Функционально-отраслевая структура продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики

Маркетинг продовольственного комплекса эволюционирует под воздействием информационного маркетинга, цифрового маркетинга, что определяет вектор развития продовольственного комплекса и изменяет модель поведения потребителя.

Исходя из основанного на историческом и контент-анализе экономической природы маркетинга продовольственного комплекса, предложено авторское видение понятия «маркетинг продовольственного комплекса», который рассматривается как синергетическая система, объединяющая методы, инструменты и модели традиционного и цифрового маркетинга, что в комплексе способствует увеличению потенциала развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики.

Цифровая трансформация продовольственного комплекса базируется на детальном измерении всех процессов, использовании аналитических и информационных систем, а их внедрение имеет огромный потенциал для дальнейшего развития продовольственного комплекса на основе маркетинга.

В рамках исследования разработана концептуальная модель изучения развития продовольственного комплекса, определены и отражены направления совершенствования развития продовольственного комплекса (рис. 4).

Выступая как социально-экономическая и производственно-техническая инфраструктура общества, продовольственный комплекс играет свою определяющую роль в экономике государства, ориентированную на гуманистические принципы развития. Причём, независимо от положительных, либо отрицательных форм (полезная, бесполезная, потери и резервы) в системе жизнеобеспечения существует во всех экономических формациях.

Развитие современной продовольственной сферы и системы жизнеобеспечения показывает, что предприятия пищевой цепи «поле-потребитель», внедряя и используя в своей деятельности цифровые технологии, все в большей степени соответствуют таким потребностям как качество, потребительская ценность, полезность, имидж, позиционируемые на высших ступенях пирамиды потребностей в товарах и услугах.

Цифровизация изменяет все звенья агропродовольственной цепочки, становится вполне реальной возможностью обеспечить полную прослеживаемость и координацию, способствует созданию оптимальных моделей управления продовольственным комплексом, с внедрением цифровизации на всех инфраструктурных уровнях, что, несомненно, приводит к повышению качественных и количественных характеристик производственного процесса в целом.

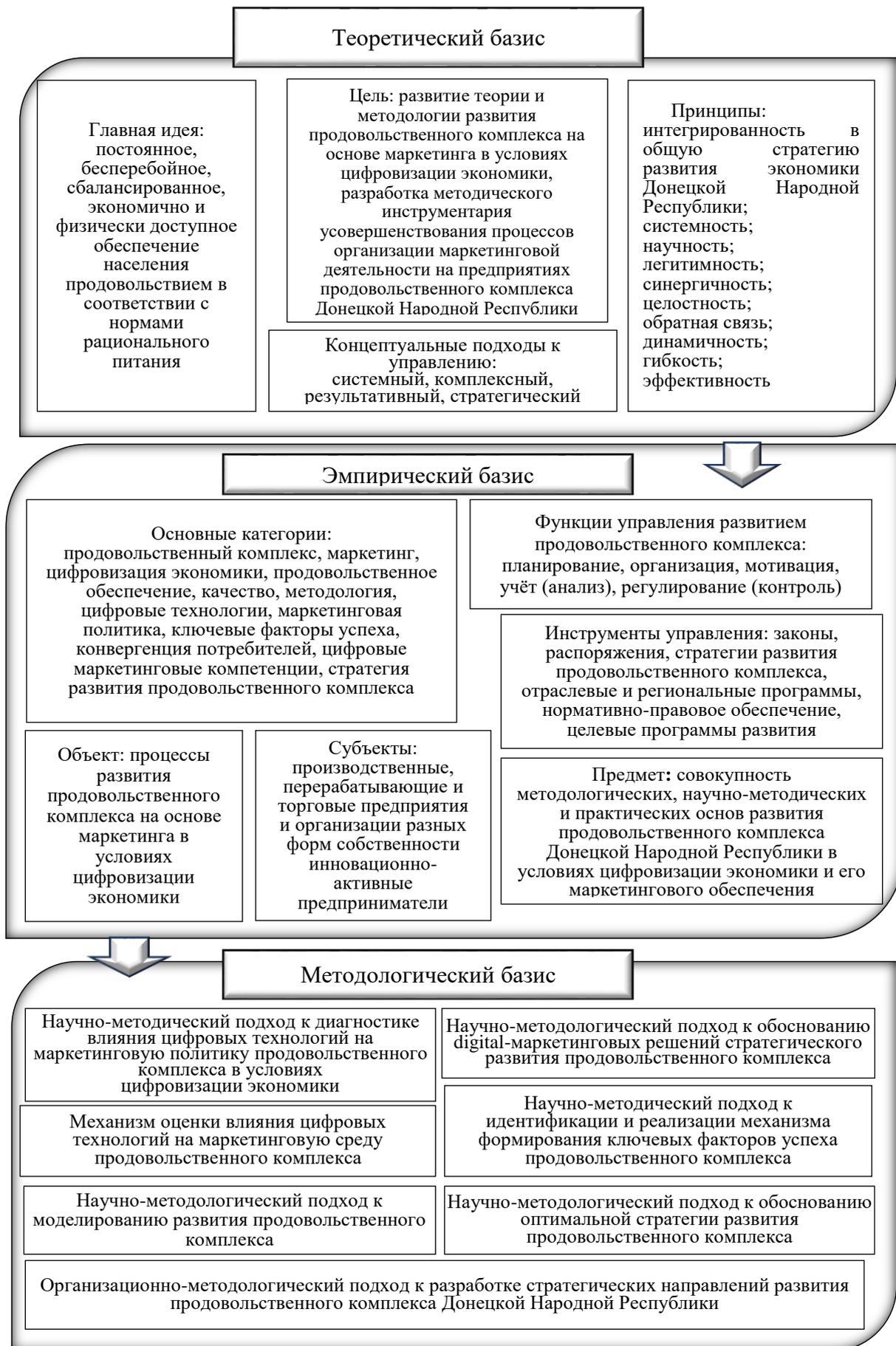


Рисунок 4 – Концептуальная модель изучения развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики

Трансформация продовольственного комплекса в контексте цифровизации экономики на основе маркетинга, с учётом масштаба решения задач, рассматривается как сложный механизм экономического роста, позволяющий создать системы, для которых характерны высокая продуктивность, предсказуемость и способность адаптироваться к изменениям внешней среды, а цифровые технологии задают новое направление вектору трансформации продовольственного комплекса народного хозяйства.

Во второй главе диссертации **«Концептуальные основы развития продовольственного комплекса на основе маркетинга»** обоснована роль маркетинговой среды в развитии продовольственного комплекса; изучены процессы становления концепта «качество» в системе управления качеством продовольственного комплекса и раскрыто концептуальное видение константности качества продовольственного комплекса.

Исследование маркетинговой среды продовольственного комплекса в диссертации проведено с позиций макро-, микро- и медиасреды с учётом совокупности экономических, политических, демографических, природных, научно-технических и прочих факторов, не зависящих от самого продовольственного комплекса, выявлена ее роль в процессе развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации экономики.

Гетерогенность маркетинговой среды и её изменчивость под влиянием эволюции продовольственного рынка, потребительских свойств товара, состава групп потребителей, информатизации и внедрения цифровых технологий оказывает, в свою очередь, значительное экономическое, социальное и экологическое влияние на продовольственный комплекс.

Исследование каждого из уровней маркетинговой среды предприятий продовольственного комплекса требует учёта их особенностей и соответствующих подходов и методов; использования определённой системы показателей; формирования уникального аналитического маркетингового инструментария; особой маркетинговой политики, связанных со специфическими характеристиками продукции и рынка, поскольку в настоящее время потребители и производители все в большей степени участвуют в рациональной организации эффективного маркетинга продовольственного комплекса, отдавая приоритет реализации продуктов высокого качества, обеспечивая при этом безопасность своего здоровья и жизни.

Проведённый в диссертации анализ истории развития, становления концепта «качество» в системе управления качеством продовольственного комплекса позволил раскрыть концептуальное видение константности качества и тотальность присутствия концепта «качество» на всех инфраструктурных уровнях продовольственного комплекса (рис. 5).

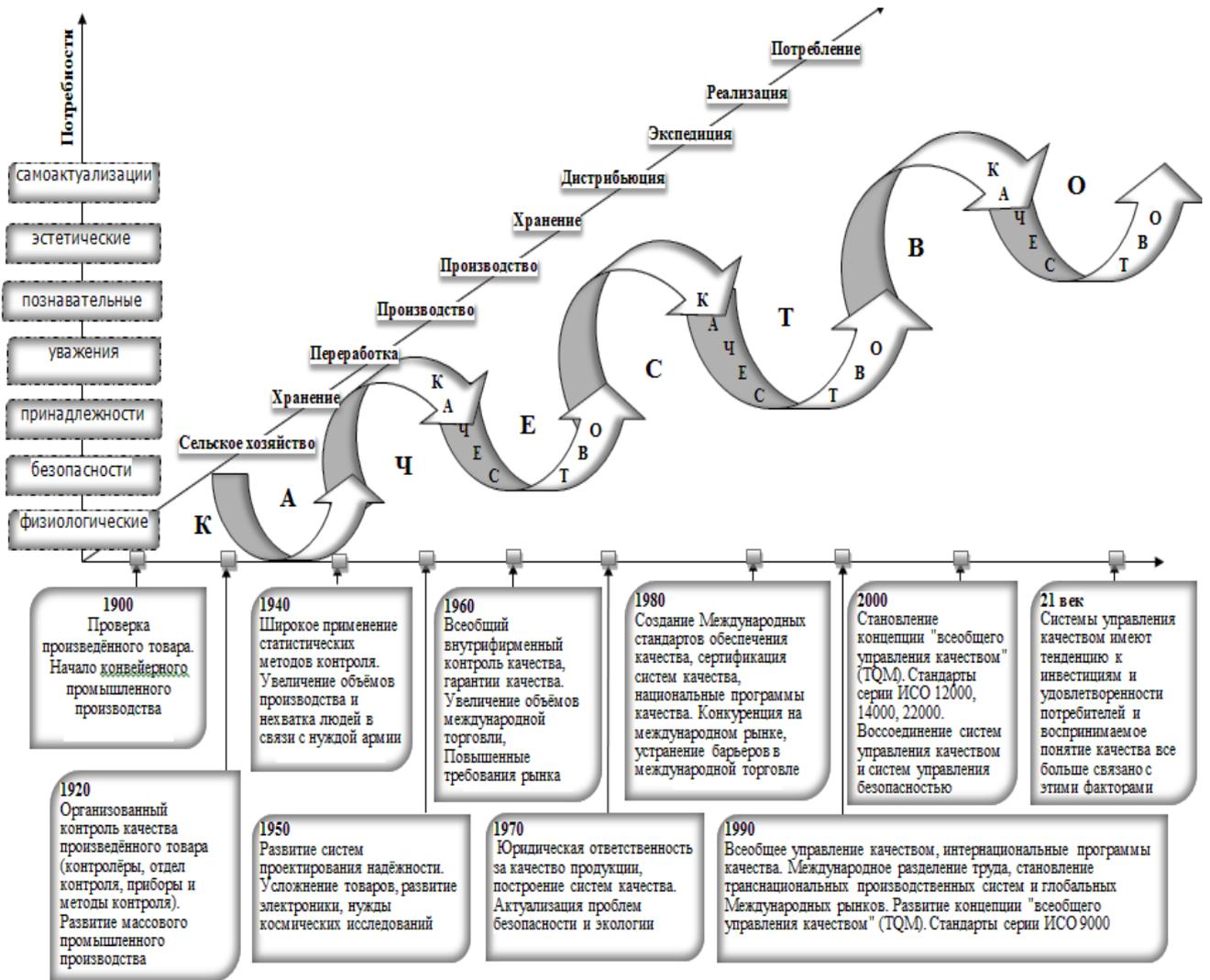


Рисунок 5 – Эволюция концепций управления качеством

Концептуализация константности качества продовольственного комплекса прослеживается в системе жизнеобеспечения (рис.6), отражает взаимосвязь ключевых ее компонентов, а концепт «качество» выступает индикатором удовлетворения потребностей, что дало основание выдвинуть авторскую концепцию «квалиацентризма».

Идеей «квалиацентризма» пронизаны все сферы человеческой деятельности, и, безусловно, прямо касается продовольственного комплекса. Предложенная авторская Концепция квалиацентризма продовольственного комплекса состоит в следующем: развитие продовольственного комплекса во всей пищевой цепи «поле-потребитель» возможно только при наличии константности качества вырабатываемой продукции (услуг), которые обеспечиваются на всех его инфраструктурных уровнях при условии квинтэссенциального, центристского положения концепта «квалиа» в производственно-технологическом, инновационном, экономическом, образовательном процессе.

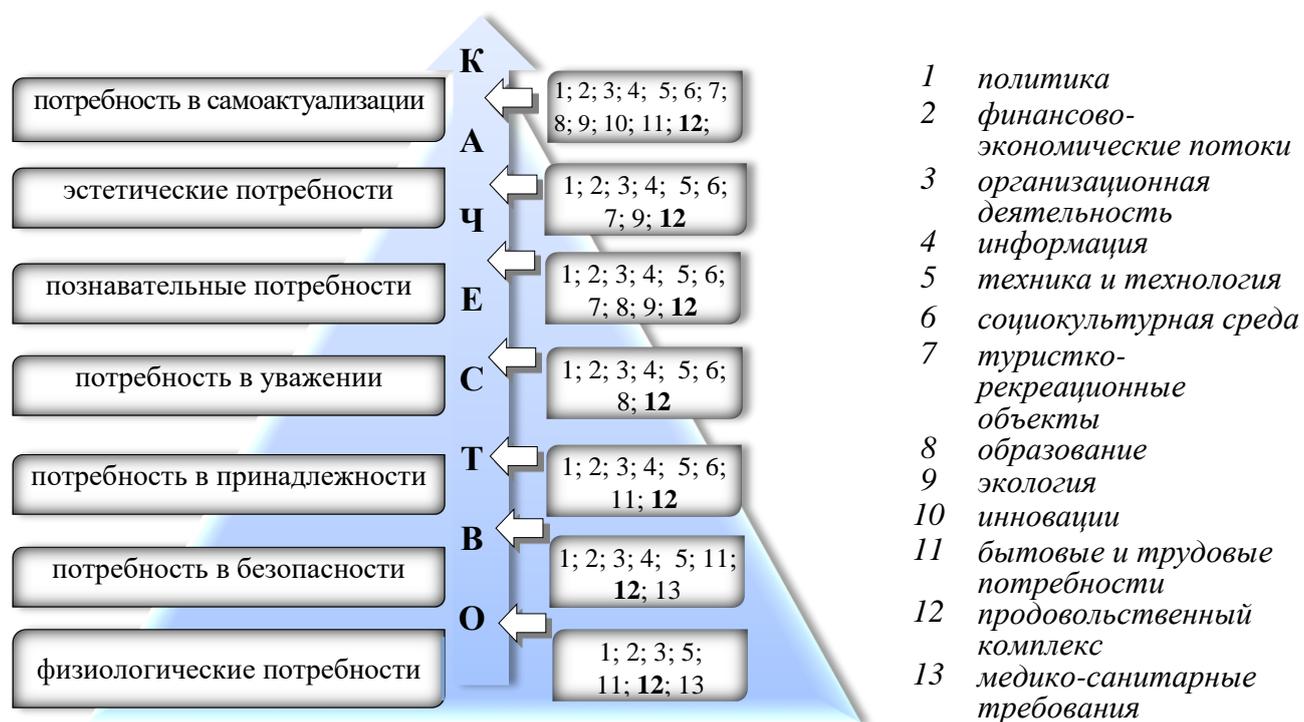


Рисунок 6 – Концепт «качество» в структуре системы жизнеобеспечения как индикатор удовлетворения потребностей

Константность качества продукции (услуг) продовольственного комплекса обеспечивается соблюдением на всех инфраструктурных уровнях требований нормативной документации и одновременно является инструментом удовлетворения требований потребителя к безопасности потребляемой продукции и сохранения здоровья.

В третьей главе «Состояние и особенности развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики» рассмотрен продовольственный комплекс как приоритетная составляющая системы жизнеобеспечения; проведены мониторинг состояния продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики и анализ готовности его предприятий к цифровизации.

Изучение состояния и особенностей развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики позволило обосновать первостепенность системы жизнеобеспечения в социально-экономическом развитии государства и жизнедеятельности конкретного социума, а проведённый корреляционно-регрессионный анализ массива показателей составляющих системы жизнеобеспечения государства (табл. 1) и выявление тесноты взаимосвязи между ними засвидетельствовало постоянное взаимодействие и иерархические связи в зависимости от сферы применения.

Таблица 1 – Корреляционные связи между массивами показателей составляющих системы жизнеобеспечения

Составляющая системы жизнеобеспечения	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Политическая	1	0,09	0,08	0,07	0,1	0,15	0,14	0,07	0,09	0,08	0,13
Организационная	0,09	1	-0,54	0,64	0,7	0,75	-0,61	0,71	0,72	0,62	0,35
Информационная	0,08	-0,54	1	-0,8	-0,62	-0,83	0,68	-0,78	-0,57	-0,62	0,15
Социокультурная	0,07	0,64	-0,8	1	0,63	0,8	-0,59	0,74	0,77	0,54	-0,09
Финансово-экономическая	0,1	0,7	-0,62	0,63	1	0,68	-0,48	0,62	0,64	0,66	0,21
Агро-продовольственная	0,15	0,75	-0,83	0,8	0,68	1	0,7	0,86	0,83	0,86	-0,41
Образовательная	0,14	-0,61	0,68	-0,59	-0,48	0,7	1	-0,64	-0,65	-0,56	0,25
Экологическая	0,07	0,71	-0,78	0,74	0,62	0,86	-0,64	1	0,66	0,74	-0,12
Инновационная	0,09	0,72	-0,57	0,77	0,64	0,83	-0,65	0,66	1	0,54	0,11
Медико-санитарная	0,08	0,62	-0,62	0,54	0,66	0,86	-0,56	0,74	0,54	1	0,25
Обеспечивающая бытовые и трудовые потребности	0,13	0,35	0,15	-0,09	0,21	-0,41	0,25	-0,12	0,11	0,25	1

Использованный научно-методический подход к выявлению трендовых зависимостей между составляющими системы жизнеобеспечения (табл. 2; рис. 7) (организационной, агропродовольственной, информационной, инновационной, образовательной) стал основанием для создания доказательной базы приоритетности продовольственного комплекса и констатации теоретико-аналитического подтверждения гипотезы исследования: в системе жизнеобеспечения приоритетной составляющей является продовольственный комплекс с его эволюционирующим состоянием эмерджентности и константностью качества на всех инфраструктурных уровнях на основе проводимой инновационной политики и постоянно развивающейся системы знаний.

Комплексный мониторинг состояния и развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики осуществлялся с акцентом на изучение производства и потребления продовольствия, ценовую политику и формирование потребительской корзины, а также роль информационных технологий в решении проблемных вопросов продовольственного комплекса.

Результаты проведённого анализа показали, что при общей стабильности положительных тенденций увеличения товарооборота на душу населения остаётся достаточно низкой доля предприятий пищевой промышленности в Республике (увеличение лишь на 1%) и высокой себестоимости продукции по сравнению с импортными товарами, что связано с проблемами доставки сырья в условиях нестабильности, и это снижает уровень конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности Донецкой Народной Республики.

Таблица 2 – Результаты выявления трендовых зависимостей динамики цен для закупки и реализации продовольствия

Продукт	Предельно допустимые цены		Минимальные цены		Максимальные цены		Средние цены	
	уравнение тренда	коэфф. аппрокс.	уравнение тренда	коэфф. аппрокс.	уравнение тренда	коэфф. аппрокс.	уравнение тренда	коэфф. аппрокс.
Мука пшеничная в/с	$y = 0,6764x^2 - 4,0121x + 23,13$	0,6965	$y = -0,3901x^3 + 4,2147x^2 - 13,048x + 25,783$	0,5008	$y = -0,2957x^2 + 4,6946x + 10,944$	0,5663	$y = -0,5541x^3 + 5,7288x^2 - 15,554x + 27,407$	0,8031
Хлеб	$y = 0,6414x^2 - 1,434x + 23,554$	0,9771	$y = -0,1843x^2 + 2,5103x + 12,994$	0,5441	$y = -0,4686x^2 + 6,4926x + 10,256$	0,7900	$y = 2,2166x + 14,672$	0,8625
Крупа гречневая	$y = 3,0177x^2 - 24,319x + 105,35$	0,3908	$y = 3,3232x^2 - 27,758x + 99,75$	0,4867	$y = 2,1009x^3 - 19,147x^2 + 45,173x + 43,707$	0,5486	$y = 2,4667x^3 - 22,782x^2 + 53,601x + 36,04$	0,7969
Рис	$y = 2,4939x^2 - 17,359x + 81,546$	0,7738	$y = 2,5725x^2 - 19,832x + 74,476$	0,7087	$y = 1,7377x^2 - 12,067x + 71,601$	0,5387	$y = 2,1555x^2 - 15,952x + 73,041$	0,8967
Картофель	$y = 0,825x^2 - 4,4007x + 24,01$	0,6030	$y = 0,4415x^4 - 6,3414x^3 + 31,024x^2 - 58,807x + 51,692$	0,8805	$y = -0,2877x^2 + 4,5826x + 12,099$	0,5949	$y = -0,2029x^2 + 2,8103x + 13,974$	0,6353
Говядина	$y = 12,89x^2 - 93,134x + 451,12$	0,6268	$y = 4,6871x^2 - 27,485x + 352,13$	0,4564	$y = 5,5621x^2 - 5,4959x + 319,23$	0,9105	$y = 19,382x + 287,85$	0,7765
Свинина	$y = 335,94e^{-0,065x}$	0,7339	$y = 2,9736x^2 - 35,34x + 337,53$	0,7849	$y = 2,4489x^3 - 19,258x^2 + 38,715x + 285,52$	0,6112	$y = 1,5091x^3 - 11,131x^2 + 10,71x + 304,35$	0,6576
Мясо птицы	$y = -15,67\ln(x) + 157,5$	0,7417	$y = 1,1977x^4 - 17,479x^3 + 88,674x^2 - 179,98x + 239,67$	0,6044	$y = -1,344x^4 + 18,697x^3 - 88,756x^2 + 167,58x + 37,342$	0,6727	$y = 0,4791x^2 - 2,1103x + 133,31$	0,7511
Колбаса варёная (1 сорт)	$y = 9,4877x^2 - 62,025x + 269,1$	0,9621	$y = 2,6077x^2 - 21,316x + 158,31$	0,5908	$y = -7,5725x^4 + 103,85x^3 - 483,18x^2 + 882,79x - 350,9$	0,9533	$y = -3,2015x^4 + 43,487x^3 - 198,64x^2 + 350,29x - 47,878$	0,9954
Сыр твёрдый	$y = 13,655x + 354,97$	0,8977	$y = 1,9135x^4 - 24,966x^3 + 108,92x^2 - 180,3x + 425,64$	0,3048	$y = 5,7266x^3 - 60,12x^2 + 206,96x + 200,49$	0,5708	$y = 0,2098x^2 + 12,292x + 339,32$	0,6060
Молоко пастеризованное жирностью до 2,5% вкл.	$y = 0,8537x^2 - 7,0057x + 56,453$	0,7966	$y = 0,7004x^2 - 6,1831x + 46,142$	0,3778	$y = 1,7361x^2 - 10,233x + 54,942$	0,5079	$y = 1,2182x^2 - 8,2081x + 50,542$	0,5339

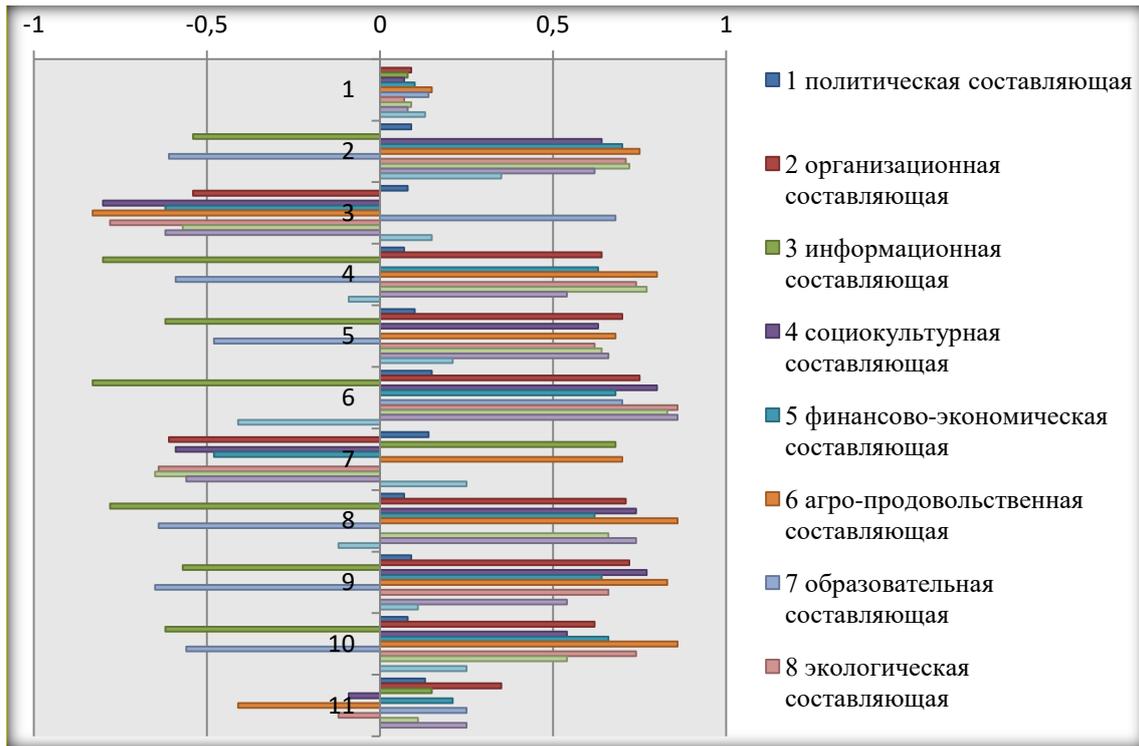


Рисунок 7 – Визуализация приоритетности продовольственного комплекса в системе жизнеобеспечения (агропродовольственная составляющая)

Изучение развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации позволило установить, что работу в цифровом пространстве продовольственного комплекса обеспечивает индустрия ИТ-технологий, которая постоянно выпускает новые разработки с целью цифровизации сферы производства и сбыта продукции, включая построение электронно-коммуникационных систем и инфраструктуры, интеллектуализацию деятельности и оптимизацию качества товаров и услуг, причём используемые цифровые технологии соответственно выполняемым ими функциям: Интернет-технологии продвижения, цифровые он-лайн технологии и сервисы, цифровые оптимизационные и производственные сервисы, искусственный интеллект и нейронные сети.

Анализ готовности предприятий продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики к цифровизации, которая консолидирует показатели внедрения цифровых технологий, индикаторы влияния цифровых технологий на экономический рост предприятий и показатели развития предприятия, был проведён по трём группам предприятий: семнадцати продовольственных, шести перерабатывающих и девяти торговых.

Анализ взаимодействия категорий признаков «Тип предприятия», «Вид цифровых технологий» и «Показателей развития предприятия» (рис. 8) (обработано в пакете Statistica) позволил определить готовность предприятий продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики к цифровизации.

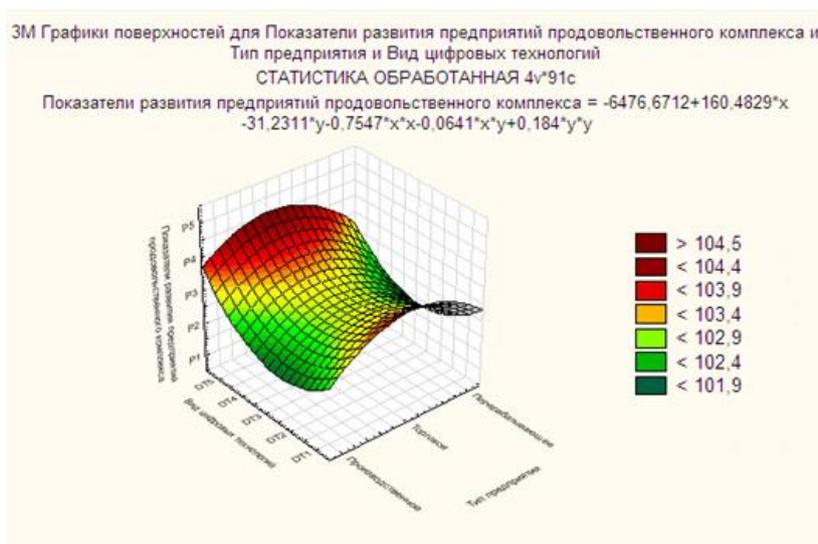


Рисунок 8 – Визуализация взаимодействия категорий признаков «Тип предприятия», «Вид цифровых технологий» и «Показатели развития предприятия»

Готовность к цифровизации предприятий продовольственного комплекса продемонстрирована на примере группы торговых предприятий (рис. 9), как наиболее приближенных к конечному потребителю в системе производитель-потребитель.

По показателям развития производственных предприятий первое место принадлежит ООО «Новейшие пищевые технологии», второе – ООО «Лаконд» и ООО «ДонКо», третье – ООО «Донецкий комбинат замороженных продуктов». Среди перерабатывающих предприятий первое место – ООО «Зерно Групп» второе – ООО «Бенефактор», третье – ООО «Зерноальянс Групп».

Анализ индикаторов влияния цифровых технологий на развитие торговых предприятий Донецкой Народной Республики (рис. 9) показал, что на первом месте – ООО «Сигма-Лэнд», втором – ООО «Мега-Рост», третьем – ТС «Геркулес-МОЛОКО».

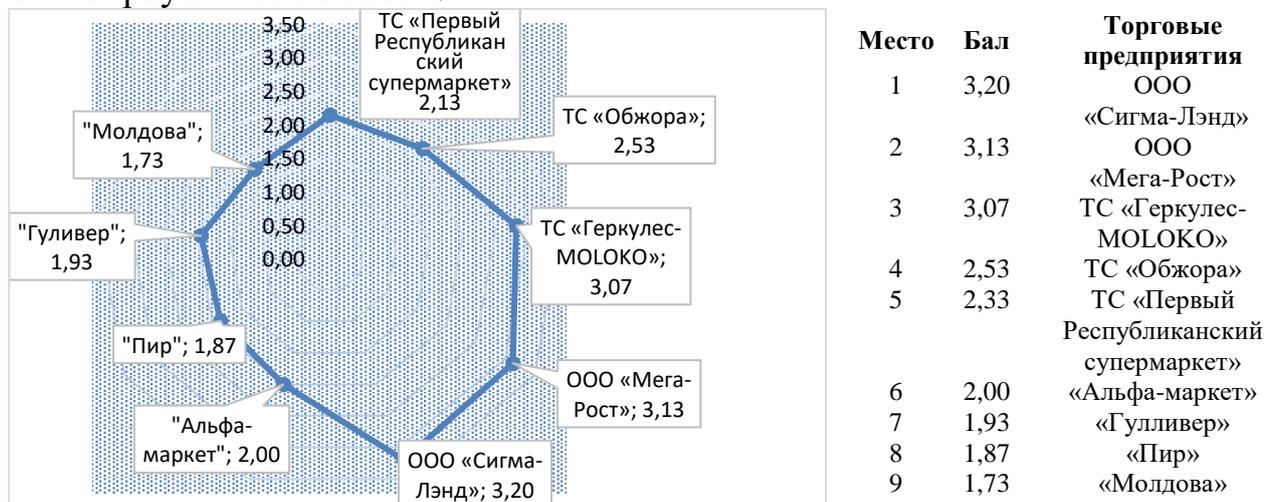


Рисунок 9 – Графическое изображение индикаторов роста исследуемой группы торговых предприятий продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики

Анализ готовности исследуемых групп предприятий продовольственного комплекса позволил констатировать: специфика цифровой трансформации продовольственного комплекса в Донецкой Народной Республике заключается в том, что наибольшее распространение передовые технологии наблюдается в крупных организациях, в то время как в малых и средних формах хозяйствования трансферт данных технологий затруднён в силу недостаточно развитой материально-технической базы, дефицита квалифицированных кадров и финансовых ресурсов.

В четвертой главе **«Маркетинговые исследования влияния цифровых технологий на развитие продовольственного комплекса в условиях цифровизации экономики»** исследован маркетинговый инструментарий в формировании и обеспечении потребительской ценности продукции продовольственного комплекса; разработан механизм оценки влияния цифровых технологий на маркетинговую среду продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики и обоснован научно-методический подход к диагностике влияния цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса.

Сформированный научно-методический подход к потребительской ценности продукции и/или услуги предприятий продовольственного комплекса базируется на оценке качества товара и/или услуги, для чего использован поэтапный методический инструментарий, где на первом этапе по системе единичных показателей производится оценка характеристик услуги, персонала, имиджа предприятия, а также определяется уровень цен на товары или услуги, осуществляется сравнение цен на соответствующий элемент с предприятиями-конкурентами на основании карты наблюдений. На втором этапе осуществляется определение индикаторов ценности по каждому из элементов «потребительской» и «ценовой» оценок по конкретному предприятию. Третий этап предполагает определение показателей ценности товара и/или услуги по «потребительской» и «ценовой» составляющим.

Позволивший на основании предельных значений обобщающих показателей «потребительской» и «ценовой» составляющих ценности товара и/или услуги на четвёртом этапе определить уровень их качества с учётом определения предельных значений. Для чёткости распределения предприятий продовольственного комплекса по качеству вырабатываемых товаров и/или услуг на основе потребительской ценности разработана матрица позиционирования предприятий в зависимости от качества предоставляемых потребителю товаров и/или услуг.

В диссертации обосновано, что развитие продовольственного комплекса на основе маркетинга обусловлено воздействием на него цифровых технологий, которые создают ценности не только для предприятий, но и сервис для потребителя, приводят к кардинальным изменениям современной маркетинговой среды продовольственного комплекса. Цифровые коммуникации, образуя виртуальное пространство, изменяют и модель поведения потребителя.

Конstellация механизма развития продовольственного комплекса с маркетинговой средой в условиях цифровизации с позиции системного подхода представлена в виде модели, в которой объединяются элементы системы (продовольственного комплекса) со своими свойствами (P), находящиеся в определённых отношениях (R) и изменяющиеся во времени (T):

$$PK = \langle SB \cup OB \cup MS \cup DT \cup P \cup R \cup T \rangle, \quad (1)$$

где PK – продовольственный комплекс как система;
 SB – субъекты продовольственного комплекса;
 OB – объекты продовольственного комплекса;
 MS – современная маркетинговая среда;
 DT – цифровые технологии.

В диссертационной работе комплексным исследованием влияния цифровых технологий на маркетинговую среду продовольственного комплекса доказано проявление эмерджентных свойств маркетинговой среды как неаддитивного свойства сложной экономической системы, возникающего в процессе взаимодействия элементов целого и их активности, когда свойства системы не сводятся к сумме свойств каждого элемента, что привело к примеру, к появлению электронной торговли, цифрового маркетинга, электронных денег, виртуальных логистических систем, электронных площадок, виртуальных витрин, цифровых площадок, цифровых покупателей, цифровой маркировки в продовольственной сфере, в частности.

Для оценки влияния цифровых технологий на эмерджентные свойства маркетинговой среды в диссертации разработана система показателей продовольственного комплекса, выведен интегральный показатель и разработана матрица графической интерпретации, на основании чего определена степень влияния цифровых технологий на эмерджентные свойства маркетинговой среды и предложен механизм оценки уровня развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации экономики.

Механизм оценки влияния цифровых технологий на маркетинговую среду продовольственного комплекса позволяет определить направление усилий на повышение степени готовности предприятий продовольственного комплекса к внедрению цифровых технологий для их устойчивого функционирования и развития, а также разработку стратегий по внедрению цифровых технологий в маркетинговую среду продовольственного комплекса (рис. 10).

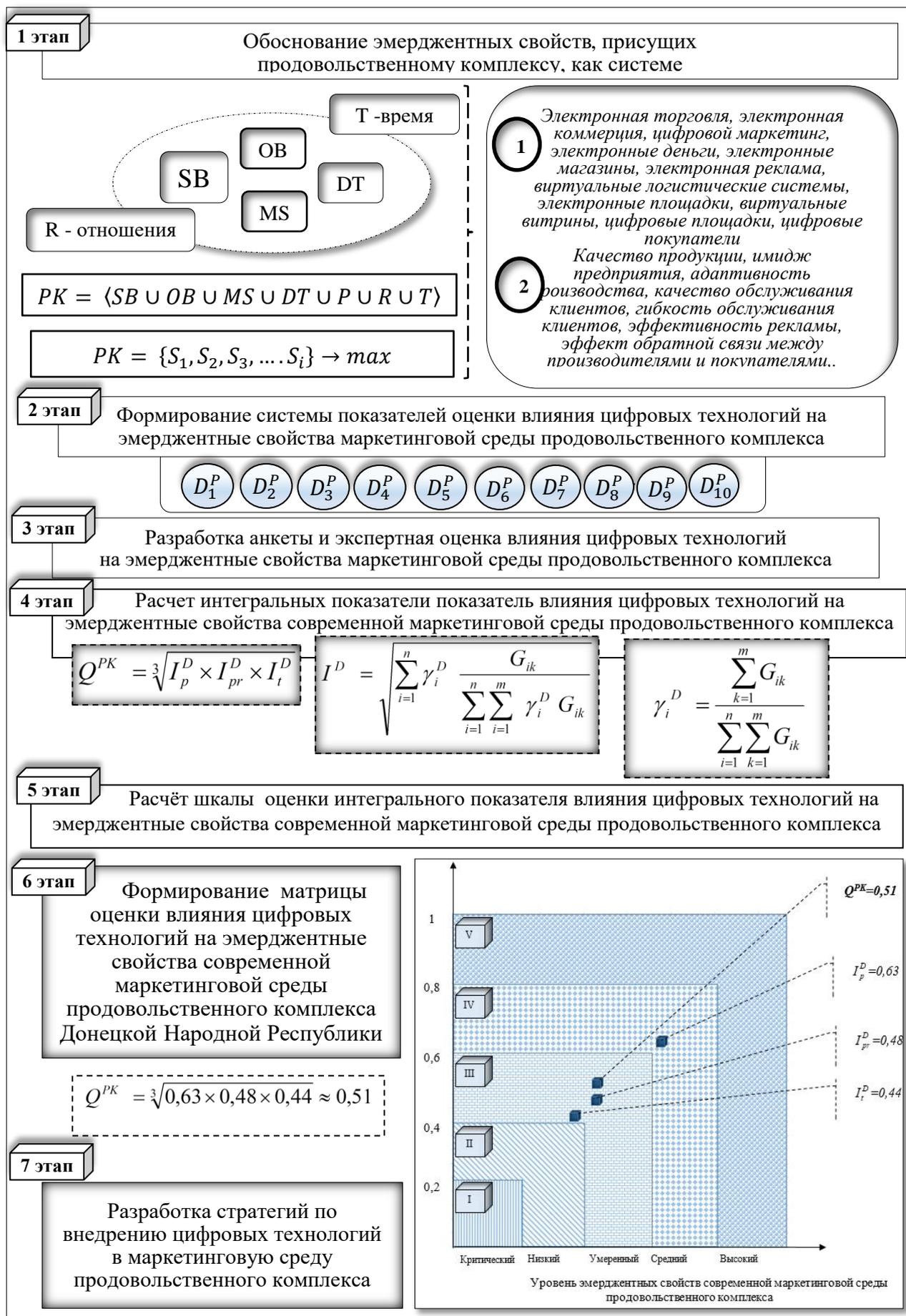


Рисунок 10 – Механизм оценки влияния цифровых технологий на маркетинговую среду продовольственного комплекса

Предложенный механизм является основой для принятия маркетинговых решений, что позволит выстраивать эффективную программу маркетинговой деятельности предприятий продовольственного комплекса с учётом затрат на цифровые технологии в зависимости от заданных целевых показателей.

В диссертации обосновано, что в стратегических целях развития Донецкой Народной Республики одной из первоочередных задач является диагностика влияния цифровых технологий на маркетинговую политику, поскольку существенно трансформировавшиеся в условиях цифровизации инструменты и механизмы маркетинга позволяют довести продукцию до конечного потребителя и добиться удовлетворения их спроса.

С целью решения данной задачи использован научно-методический подход, в основе которого лежит поэтапная методика оценки влияния информационных технологий на развитие предприятия продовольственного комплекса: первый этап – алгоритмизация исследования; определение системы показателей силы влияния цифровых технологий (по видам) на маркетинговую политику продовольственного комплекса; разработка анкеты и оценочной шкалы; формирование системы интегральных показателей для расчёта силы влияния цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса с разработкой шкалы влияния.

На втором этапе на основании полученных экспертных данных проведена оценка силы влияния цифровых технологий на маркетинговую политику предприятий продовольственного комплекса.

Третий этап – проведение расчётов интегральных показателей силы влияния цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса, и определение уровня развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики.

В диссертации разработан научно-методологический подход к изучению влияния цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса, что позволило сформировать стратегические ориентиры его развития в условиях цифровизации (рис. 11), к которым следует отнести: цифровые компетенции маркетологов предприятий продовольственного комплекса, требующие совершенствования; интернет-технологии продвижения, охватывающие большую часть аудитории; цифровые технологии, частично внедрённые в технологизацию интеллектуальной и производственной деятельности; необходимость активного внедрения цифровых технологий в свою деятельность предприятиями продовольственного комплекса для реализации концепции цифровизации.

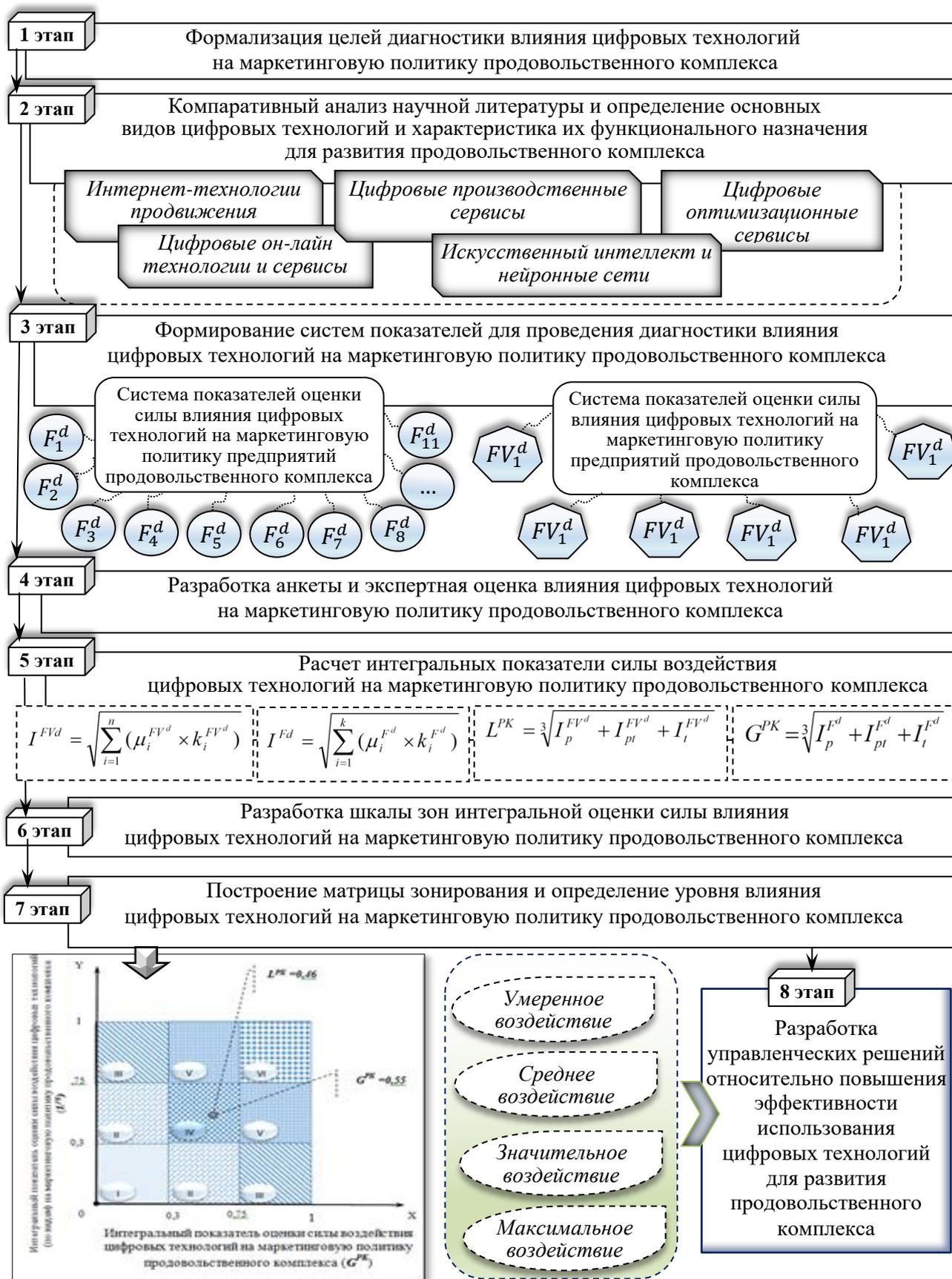


Рисунок 11 – Научно-методический подход к диагностике влияния цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса

В пятой главе «Совершенствование научно-практических подходов к развитию продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики в условиях цифровизации экономики» сформированы маркетинговые детерминанты принятия управленческих решений стратегического развития предприятий продовольственного комплекса; разработан механизм управления цифровыми компетенциями стратегического развития продовольственного комплекса; предложена модель для определения оптимального типа стратегии развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики

В диссертационной работе позиция относительно фокусирования внимания на маркетинге «4P» (продукт, цена, место, продвижение) аргументирована следующим положением: продовольственный рынок Донецкой Народной Республики должен максимально соответствовать требованиям и запросам потребителей в соответствии с современным вектором трансформации сферы маркетинга. Обосновано, что успех реализации управленческих решений относительно дальнейшего стратегического развития предприятий продовольственного комплекса определяется эффективностью и комплексностью использования всех элементов маркетингового потенциала, которые, в свою очередь, являются генератором факторов успеха предприятия на потребительском рынке.

Использование оптимального набора ключевых факторов успеха позволит реализовать маркетинговые решения в стратегии развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики.

На основании проведённых исследований в работе предложено модель разработки и реализации маркетинговой программы развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации (рис. 12), которая учитывает необходимость оценки результативности исходящего маркетинга на предприятиях продовольственного комплекса.

На основании обобщения подходов к понятию «ключевые факторы успеха» в диссертации сформировано его авторское видение. Ключевые факторы успеха – это стратегические задачи, конкурентные возможности, значимые для успеха на продовольственном рынке элементы, в которых предприятие продовольственного комплекса достигло максимальной эффективности, и позволяющие продолжительное время поддерживать желаемую конкурентную позицию на рынке.

В работе доказано, что диагностика ключевых факторов успеха предприятий продовольственного комплекса направлена на решение двух блоков задач: первый – непосредственно идентификацию ключевых факторов успеха, оценку степени их использования, что позволит выявить значимые для развития предприятий продовольственного комплекса стратегические приоритеты; второй – анализ механизма формирования ключевых факторов успеха, что позволит исследовать процессы и особенности их создания на предприятиях продовольственного комплекса и выделить составляющие их элементы, которые требуют оперативного вмешательства.

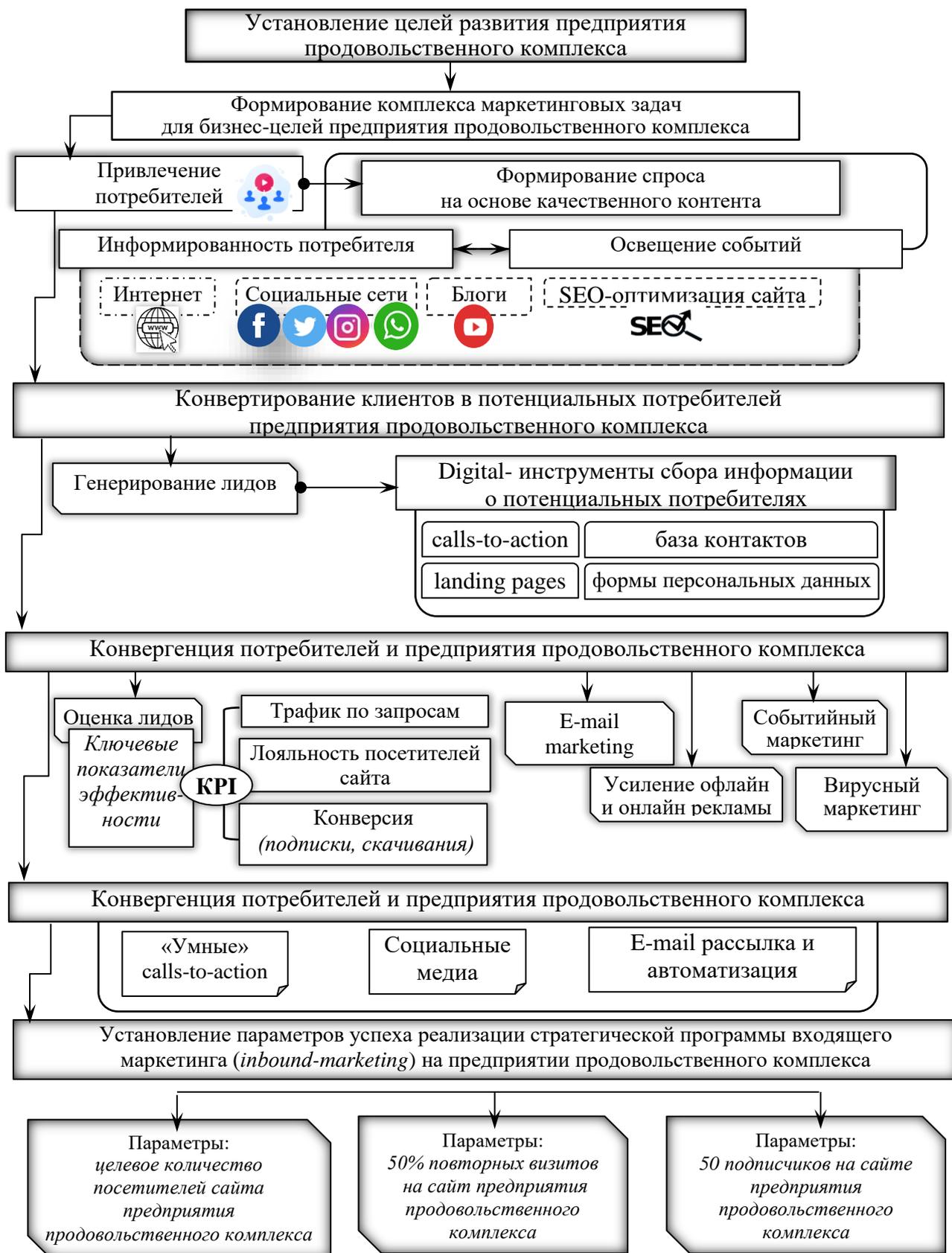


Рисунок 12 – Модель разработки и реализации маркетинговой программы развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации экономики

Для решения указанных задач в диссертации разработана авторская методика идентификации и анализа механизма формирования ключевых факторов успеха продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики, которая основывается на использовании математического аппарата метода анализа иерархий и позволяет на основе использования принципов синтеза и построения диаграммы Парето осуществить ранжирование ключевых факторов успеха предприятий продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики и определить те из них, которые имеют приоритетное значение для формирования устойчивых конкурентных преимуществ (рис. 13).



Рисунок 13 – Структурно-логическая схема идентификации и реализации механизма формирования ключевых факторов успеха продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики

Для формирования перечня наиболее значимых факторов успеха в разрезе элементов маркетинг-микс на основании разработанной анкеты проведён опрос 47 респондентов: руководителей, менеджеров, маркетологов и ключевых специалистов предприятий продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики. В результате обработки анкетных данных по каждому элементу «4Р» сформирован комплекс ключевых факторов успеха продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики. Для всех элементов комплекса маркетинг-микса сформированы обратно-симметричные матрицы попарных сравнений ключевых факторов успеха, и на основе построенной диаграммы Парето определены 20% ключевых факторов успеха, имеющих приоритетное значение для формирования устойчивых конкурентных преимуществ продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики (рис. 14).



Рисунок 14 – Ранжирование ключевых факторов успеха, имеющих приоритетное значение для формирования устойчивых конкурентных преимуществ предприятий продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики

Ключевые факторы успеха позволяют сформировать маркетинговые способности для стратегического развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики в условиях цифровизации, которые, в свою очередь, трансформируются в цифровые маркетинговые компетенции.

Для получения оценки уровня развития цифровых маркетинговых компетенций на предприятиях продовольственного комплекса предложен алгоритм, который основывается на использовании аппарата нечёткой логики (рис. 15).

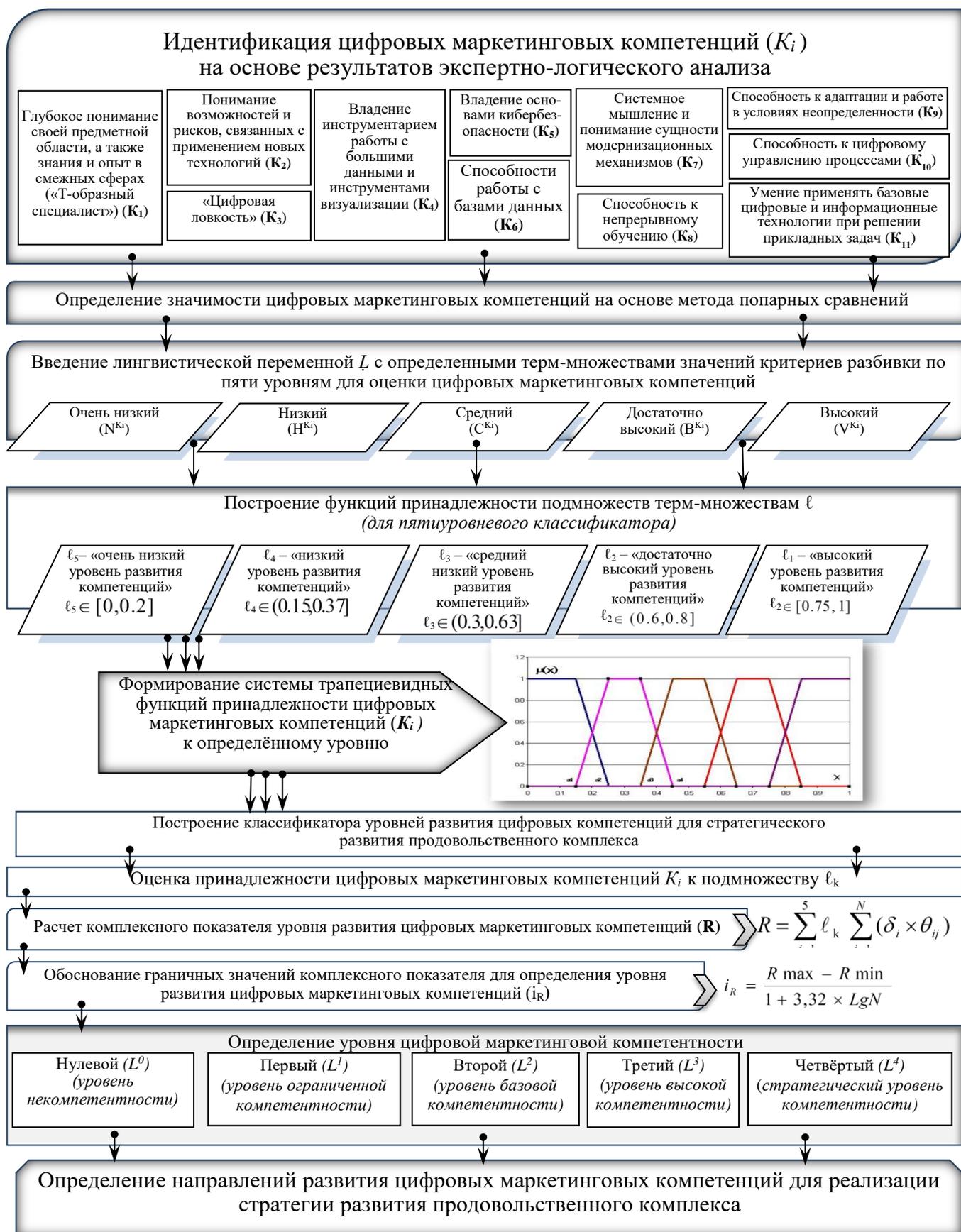


Рисунок 15 – Научно-методический подход к оценке уровня развития цифровых маркетинговых компетенций для реализации стратегии развития продовольственного комплекса с использованием аппарата нечёткой логики

Согласно разработанному алгоритму, на начальном этапе оценки уровня развития цифровых маркетинговых компетенций, осуществлялось формирование исходных данных. Для идентификации цифровых маркетинговых компетенций разработана анкета. В качестве респондентов выступили специалисты-маркетологи различных предприятий продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики.

В результате обработки анкетных данных сформирован перечень цифровых маркетинговых компетенций, которые являются ключевыми для стратегического развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики (рис. 16).

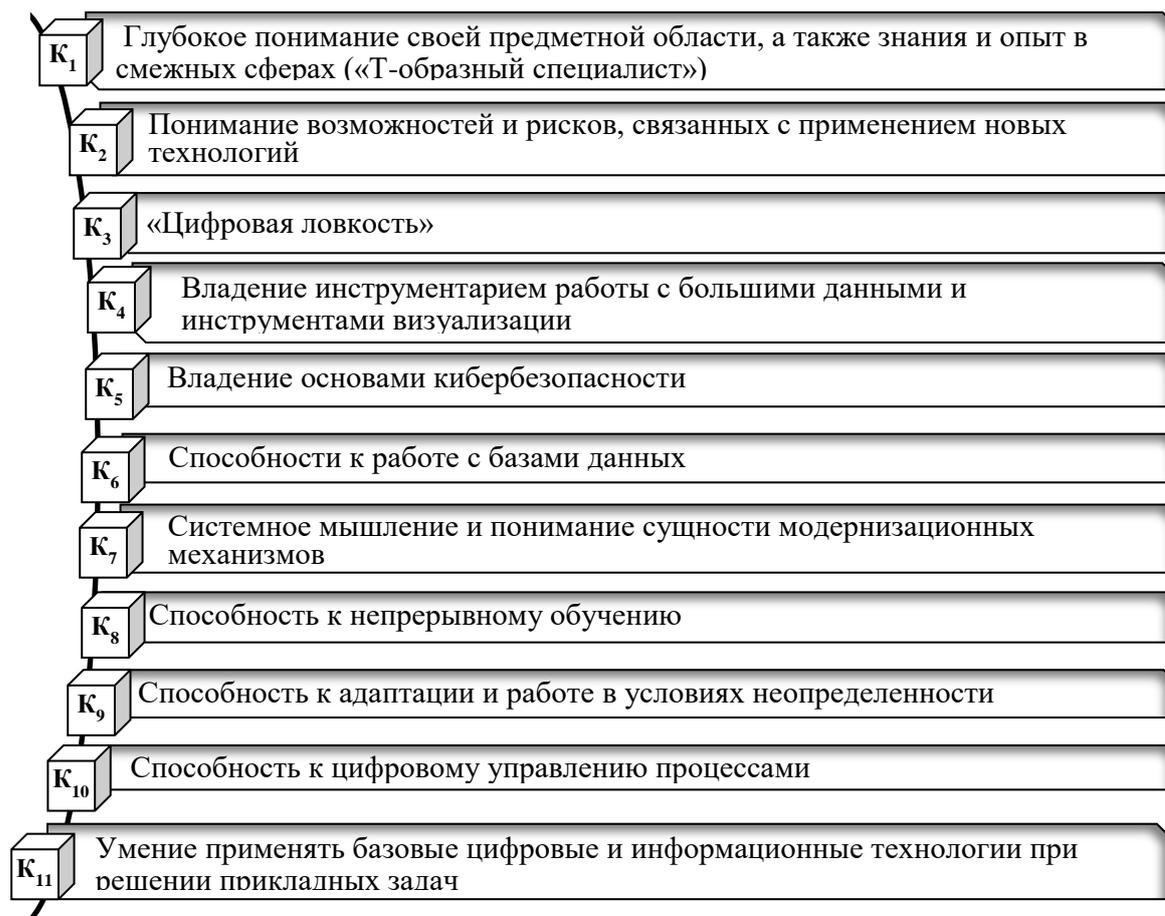


Рисунок 16 – Цифровые маркетинговые компетенции, являющиеся ключевыми для реализации стратегии развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики

Определение фактического уровня развития цифровых маркетинговых компетенций осуществлялось в соответствии с классификатором уровней и построением нечёткой карты оценки цифровых маркетинговых компетенций на предприятиях продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики на основе методики нечёткой логики, согласно которой определился уровень развития компетенций на основе экспертной оценки по классификатору оценки уровня развития цифровых маркетинговых компетенций.

В диссертации разработан алгоритм оценки уровня развития цифровых маркетинговых компетенций с целью реализации маркетинговой стратегии

развития продовольственного комплекса, применение алгоритма позволило количественно оценить цифровые маркетинговые компетенции (табл. 5) и получить комплексную качественную оценку уровня развития компетенций с лингвистическим описанием, что способствует повышению обоснованности управленческих решений.

Таблица 5 – Результаты оценки уровня развития цифровых маркетинговых компетенций на предприятиях продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики

Цифровая маркетинговая компетенция*	Производственные предприятия		Перерабатывающие предприятия		Торговые предприятия	
	Средняя экспертная оценка, коэф	Уровень развития цифровых маркетинговых компетенций	Средняя экспертная оценка, коэф	Уровень развития цифровых маркетинговых компетенций	Средняя экспертная оценка, коэф	Уровень развития цифровых маркетинговых компетенций
K ₁	2,0	N	2,5	H	2,5	H
K ₂	2,1	H	2,6	H	2,4	H
K ₃	1,9	N	2,7	H	2,5	H
K ₄	3,3	C	3,6	C	3,7	C
K ₅	3,5	C	2,6	H	4,3	V
K ₆	4,0	C	2,9	H	4,5	V
K ₇	2,8	H	3,1	C	4,1	V
K ₈	4	C	2,8	H	3,9	C
K ₉	2,7	H	3,7	C	3,6	C
K ₁₀	2,6	H	2,7	H	3,5	C
K ₁₁	3,5	C	2,9	H	4	C
Значение комплексного показателя (R)	0,697		0,756		0,840	
Уровень цифровой маркетинговой компетентности	Второй (базовая компетентность)		Второй (базовая компетентность)		Третий (уровень высокой компетентности)	

Примечание: **K** – условные обозначения цифровых маркетинговых компетенций; уровень развития цифровых маркетинговых компетенций: **N** – очень низкий; **H** – низкий; **C** – средний; **B** – достаточно высокий; **V** – высокий.

По результатам проведённой экспертно-логической оценки сформирована система нечётких логических уровней цифровых маркетинговых компетенций продовольственного комплекса (рис. 17) можно констатировать различный уровень развития цифровых компетенций на предприятиях продовольственного комплекса. Наиболее высокий уровень развития цифровых маркетинговых компетенций характерен для торговых предприятий, для которых значение комплексного показателя наиболее высокое (0,840), что соответствует третьему уровню (высокой компетентности) развития цифровых компетенций.

логическая модель для производственных предприятий:

$$\mu^{L^2}(K_1; \dots; K_{11}) = \{w_{K_1}^N \cup w_{K_2}^H \cup w_{K_3}^N \cup w_{K_4}^C \cup w_{K_5}^C \cup w_{K_6}^C \cup w_{K_7}^H \cup w_{K_8}^C \cup w_{K_9}^H \cup w_{K_{10}}^H \cup w_{K_{11}}^C\}$$

логическая модель для перерабатывающих предприятий:

$$\mu^{L^2}(K_1; \dots; K_{11}) = \{w_{K_1}^H \cup w_{K_2}^H \cup w_{K_3}^H \cup w_{K_4}^C \cup w_{K_5}^H \cup w_{K_6}^H \cup w_{K_7}^C \cup w_{K_8}^H \cup w_{K_9}^C \cup w_{K_{10}}^H \cup w_{K_{11}}^H\}$$

логическая модель для торговых предприятий:

$$\mu^{L^3}(K_1; \dots; K_{11}) = \{w_{K_1}^H \cup w_{K_2}^H \cup w_{K_3}^H \cup w_{K_4}^C \cup w_{K_5}^V \cup w_{K_6}^V \cup w_{K_7}^V \cup w_{K_8}^C \cup w_{K_9}^C \cup w_{K_{10}}^C \cup w_{K_{11}}^C\}$$

Примечание: $\mu^{L^{(0,1,2,3)}}(K_1, \dots, K_n)$ – функция принадлежности вектора входных переменных K_1, \dots, K_n $\{N, H, C, V\}$ к значению d_j выходной переменной с множества $\{L^0, L^1, L^2, L^3, L^4\}$

Рисунок 17 – Система нечётких логических уровней цифровых маркетинговых компетенций продовольственного комплекса

На производственных и перерабатывающих предприятиях продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики развитие цифровых компетенций соответствует второму уровню, что свидетельствует о базовой компетентности в сфере цифровых компетенций. Обобщение результатов проведённой оценки позволило установить характерный для продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики базовый уровень цифровой компетентности (значение интегрированного показателя развития цифровых маркетинговых компетенций 0,764).

Для решения задачи обоснованного выбора стратегических направлений развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики предложен научно-методический подход к определению стратегии развития продовольственного комплекса.

Учитывая уровень эмерджентных свойств современной маркетинговой среды, силу влияния цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса, уровень развития цифровых маркетинговых компетенций, разработанный в диссертации организационно-методологический подход основывается на использовании современных инструментов многомерной кластеризации в пространственном формате и позволяет на основе определения координат модели (рис. 18) установить оптимальную стратегию развития продовольственного комплекса (стратегия многомерных платформ, интеграционная, адаптивная, прогрессивно-активная, консервативная), и определить стратегический вектор трансформации продовольственного комплекса в условиях цифровизации экономики.

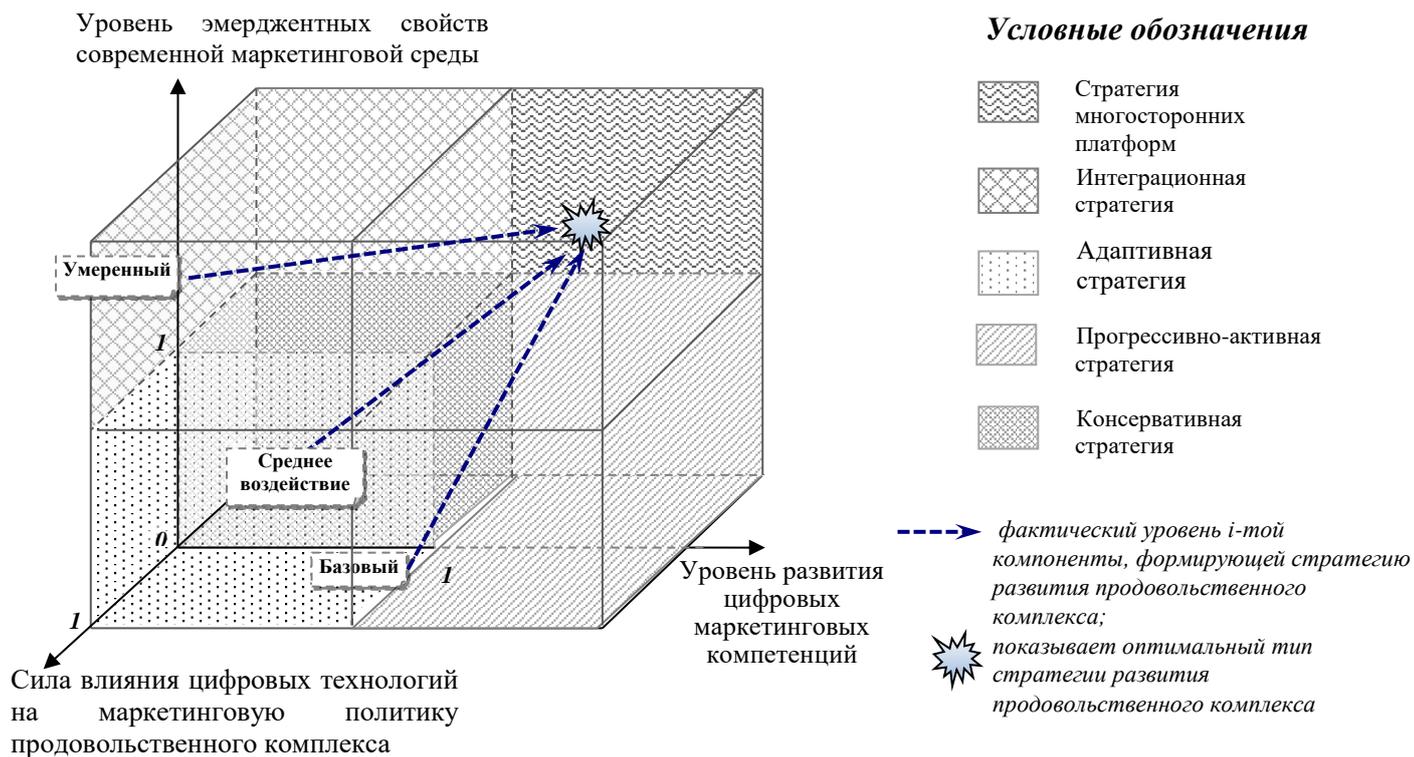


Рисунок 18 – Трёхмерная модель определения оптимального типа стратегии развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики

Графическое моделирование продемонстрирует наиболее оптимальную для продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики стратегию многосторонних платформ, которая предполагает соблюдение ключевых принципов развития продовольственного комплекса (качество продовольственной продукции, доступность, самообеспеченность, увеличение объёма потребления) на основе создания интегрированных структур замкнутого цикла (внутрифирменное производство → переработка сырья → реализация продовольственной продукции); расширение связей стратегического партнёрства с дружественными странами в различных сферах продовольственного обеспечения с учётом имеющихся ресурсов и реальных возможностей развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики.

С целью обоснования управления изменениями в сфере развития продовольственного комплекса разработаны стратегические ориентиры развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики (рис. 19).



Рисунок 19 – Стратегические ориентиры развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики

Предложенный организационно-методологический подход объединяет в целостную совокупность планируемые научно-производственные проекты и программы в рамках продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики, способствует устранению коммуникационного разрыва на всех инфраструктурных уровнях взаимодействия субъектов продовольственного комплекса и позволяет обоснованно осуществить выбор тех стратегических направлений, реализация которых в перспективе результативна с позиций финансовых ассигнований и экономической эффективности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертации представлено теоретическое обобщение и новое решение важной научной проблемы, которое заключается в разработке и научном обосновании теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по развитию продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации. Проведённое исследование позволило получить ряд взаимосвязанных научных и практических результатов методологического, теоретического и эмпирического уровней, отражающих решение задач диссертационной работы в соответствии с поставленными целями, и сделать следующие выводы.

1. На основании исследования генезиса содержания общих подходов к методологии развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики обоснована концепция тринитарного подхода к развитию продовольственного комплекса, который объединяет

теоретические, методологические, аналитические и практические базисы вокруг сущности продовольственного комплекса как приоритетной составляющей системы жизнеобеспечения. Развитие продовольственного комплекса рассмотрено как процесс имманентной способности к осуществлению конструктивных изменений на основе цифровой трансформации, ключевым элементом которой выступает маркетинг.

2. Исследование эволюции концепции маркетинга продовольственного комплекса позволило обозначить, что он является синергетическим симбиозом различных видов маркетинга, а в условиях цифровизации экономики с применением маркетингового инструментария приобретает особую специфичность в зависимости от сферы деятельности. Предложена авторская интерпретация понятия «маркетинг продовольственного комплекса», который рассматривается как синергетическая система, объединяющая методы, инструменты и модели традиционного и цифрового маркетинга, что выступает траекторией развития продовольственного комплекса и современной потребительской политики.

3. Изучено и оценено влияние цифровой трансформации на развитие продовольственного комплекса. Обосновано, что цифровая трансформация продовольственного комплекса базируется на детальном измерении всех процессов, использовании аналитических и информационных систем, а их внедрение имеет огромный потенциал для дальнейшего развития продовольственного комплекса.

4. Проведено исследование маркетинговой среды продовольственного комплекса, как гетерогенной среды с позиций макро-, микро- и медиасреды с учётом совокупности экономических, научно-технических, экологических, демографических, политических и прочих факторов, не зависящих от самого продовольственного комплекса; выявлена роль маркетинговой среды в процессе развития продовольственного комплекса с использованием современных научных подходов и методов, определённой системы показателей, уникального аналитического маркетингового инструментария, особой маркетинговой политики; прослежена изменчивость маркетинговой среды продовольственного комплекса под влиянием эволюции продовольственного рынка, потребительских свойств товара, состава групп потребителей, внедрения цифровых технологий, что оказывает, в свою очередь, значительное экономическое, социальное и экологическое влияние на сам продовольственный комплекс. В рамках исследования разработана концептуальная модель изучения развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики.

5. Изучение процессов становления концепта качества в системе управления качеством продовольственного комплекса позволило раскрыть концептуальное видение константности качества продовольственного комплекса и концепта «качество» в регламентации безопасности во всей пищевой цепи «поле-потребитель», предложить авторские концепции: «константность качества», «квалиацентризм», «эмержентность маркетинговой среды продовольственного комплекса».

6. С целью обоснования необходимости развития продовольственного комплекса как приоритетной составляющей системы жизнеобеспечения проведён комплексный мониторинг социально-экономического состояния Донецкой Народной Республики с акцентом на изучение производства и потребления продовольствия, ценовую политику и формирование потребительской корзины, а также изучена роль информационных технологий в решении проблемных вопросов продовольственного комплекса, что позволило констатировать приоритетность продовольственного комплекса в системе жизнеобеспечения, эволюционирующее состояние эмерджентности и константность качества продукции на всех его инфраструктурных уровнях на основе проводимой инновационной политики и постоянно развивающейся системы знаний.

7. В диссертации разработана система показателей оценки влияния цифровых технологий на эмерджентные свойства маркетинговой среды продовольственного комплекса, а результирующий интегральный показатель предполагает интегрирование полученных локальных оценок: оценки влияния цифровых технологий и оценки значимости показателей влияния цифровых технологий на эмерджентные свойства маркетинговой среды продовольственного комплекса.

8. В условиях цифровизации экономики наблюдается возрастание интереса потребителя к потребительской ценности предоставляемых товаров (услуг), их качеству и безопасности. Сформированный научно-методический подход с использованием маркетингового инструментария к оценке потребительской ценности продукции предприятий продовольственного комплекса базируется на многокритериальной оценке качества товара (услуги), для чего использован поэтапный методический инструментарий; от оценки характеристик услуги, персонала, имиджа предприятия, определения уровня цен на товары (услуги), сравнения прейскурантов на соответствующий элемент с предприятиями-конкурентами на основании карты наблюдений, определения индикаторов ценности по каждому из элементов «потребительской» и «ценовой» оценок по конкретному предприятию до определения показателей ценности товара или услуги по «потребительской» и «ценовой» составляющим, и на основании предельных значений обобщающих показателей был определен уровень качества товара (услуги) с учётом определения предельных значений с использованием возможностей цифровых технологий.

9. Доказано, что маркетинговая среда продовольственного комплекса обладает эмерджентными свойствами, которые возникают благодаря константности качества на всех инфраструктурных уровнях продовольственного комплекса, становлению концепта качества в системе управления качеством продовольственного комплекса, его тотальной концептуализации в системе жизнеобеспечения и современному положению концепта «качество» как индикатора удовлетворения потребностей человека.

По результатам комплексного исследования влияния цифровых технологий на маркетинговую среду продовольственного комплекса обосновано проявление её эмерджентных свойств как неаддитивного свойства

сложной экономической системы, и, как следствие, появление электронной торговли, электронной коммерции, цифрового маркетинга, электронных денег, электронных магазинов, электронной рекламы, виртуальных логистических систем, электронных площадок, виртуальных витрин, цифровых площадок, цифровых покупателей, цифровой маркировки в продовольственной сфере.

Предложенный механизм оценки влияния цифровых технологий на маркетинговую среду продовольственного комплекса позволил определить направление усилий на повышение степени готовности предприятий продовольственного комплекса к внедрению цифровых технологий для их устойчивого функционирования и развития, а также разработать стратегии по внедрению цифровых технологий в маркетинговую среду продовольственного комплекса.

10. В диссертации разработан научно-методологический подход, в основе которого лежит влияние цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса, что позволило сформировать стратегические ориентиры его развития в условиях цифровизации, к которым следует отнести: цифровые компетенции маркетологов предприятий продовольственного комплекса, требующие совершенствования; интернет-технологии продвижения, охватывающие большую часть аудитории; цифровые технологии, частично внедрённые в технологизацию интеллектуальной и производственной деятельности; необходимость активного внедрения цифровых технологий в свою деятельность предприятиями продовольственного комплекса для реализации концепции цифровизации.

В качестве маркетинговых детерминант в процессе принятия управленческих решений на предприятиях продовольственного комплекса выявлены ключевые факторы успеха, позволяющие сформировать маркетинговые способности для стратегического развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации.

Предложенный научно-методологический подход к идентификации ключевых факторов успеха основывается на использовании математического аппарата метода анализа иерархий, что позволяет на основе существующих принципов синтеза и диаграммы Парето осуществить ранжирование ключевых факторов успеха и определить те из них факторы, которые имеют приоритетное значение для формирования устойчивых конкурентных преимуществ предприятий продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики.

11. Комплексное решение теоретических и прикладных задач управления развитием продовольственного комплекса основано на систематизации методологических подходов (эволюционного, ресурсного, системного, ситуационного, процессного, функционального, стратегического, маркетингового, целевого, синергетического и кумулятивного), что позволило расширить поле возможностей выбора приоритетных детерминант в управлении процессами развития предприятий продовольственного комплекса на основе маркетинга.

12. Для реализации стратегии развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики важным в рамках проблематики

диссертационной работы явилось изучение и выявление маркетинговых компетенций предприятий, оценка их развития на предприятиях продовольственного комплекса.

В диссертации предложен алгоритм оценки уровня развития цифровых маркетинговых компетенций, который основывается на использования аппарата нечёткой логики, применение которого позволило количественно оценить цифровые маркетинговые компетенции, а также определить фактический уровень развития цифровых маркетинговых компетенций на предприятиях продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики. Исследование проводилось в соответствии с классификатором уровней и построением нечёткой карты оценки цифровых маркетинговых компетенций, а по величине комплексного показателя установлен характерный для продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики уровень цифровой маркетинговой компетентности (нулевой, ограниченной, базовой, высокой компетентности, стратегический) с лингвистическим описанием, что способствует повышению обоснованности управленческих решений.

13. Предложенная модель разработки и реализации маркетинговой программы развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации, учитывает необходимость оценки результативности исходящего маркетинга на предприятиях продовольственного комплекса.

14. Для решения задачи обоснованного выбора стратегических направлений развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики разработан организационно-методологический подход к формированию стратегического вектора развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики, который учитывает уровень эмерджентных свойств современной маркетинговой среды, силу влияния цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса, уровень развития цифровых маркетинговых компетенций, и используя современные инструменты многомерной кластеризации в пространственном формате, определить направления трансформации продовольственного комплекса и разработать трёхмерную модель определения оптимального типа стратегии развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации экономики.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Монографии

1. Пономаренко, Н. Ш. Развитие продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики: теория, методология, практика / Н. Ш. Пономаренко. – Донецк : ФЛП Кириенко С.Г., 2022. – 358 с.

2. Пономаренко, Н. Ш. Использование компьютерных технологий в научных исследованиях / Н. Ш. Пономаренко ; Методология научных исследований : монография / под научной редакцией В. Д. Малыгиной. – Донецк : Артамонов Д. А., 2019. – С. 79–112.

Личный вклад автора: обосновано использование компьютерных

технологий в научных исследованиях; выделен метод прогнозирования и его информационная база; описано оценивание параметров и тенденций в анализе динамических рядов.

3. Пономаренко, Н. Ш. Особенности розвитку інформаційного ринку / Н. Ш. Пономаренко, О. В. Фінагіна ; Національна академія наук України, Інститут економіко-правових досліджень. – Донецьк : Юго-Восток, 2006. – 193 с.

Личный вклад автора: исследованы формы и методы государственного регулирования информационного рынка. Сформулированы задачи маркетинговых исследований информационного рынка. Предложены направления и подходы к проведению диагностики регионального информационного рынка.

4. Пономаренко, Н. Ш. Особенности процесу інформатизації на підприємствах / Концептуальні засади стратегічного розвитку інформатизації національної економіки : монографія / В. М. Андрієнко, О. В. Фінагіна, А. М. Гафіяк, О. А. Зінченко, Н. Є. Мащенко, Н. Ш. Пономаренко ; Донецький національний університет, Донецький інститут залізничного транспорту. – Донецьк : ДонНУ, 2011. – С. 78–89.

Личный вклад автора: проведён анализ особенностей процесса информатизации на предприятиях.

Статьи в рецензируемых научных изданиях

5. Пономаренко, Н. Ш. Актуалізація трансформації продовольственного комплекса в контексте цифровізації економіки / Н. Ш. Пономаренко // Торговля и рынок. – 2019. – № 3 (51), т. 2. – С. 142–148.

6. Пономаренко, Н. Ш. Динамика развития продовольственного комплекса как функциональной составляющей системы жизнеобеспечения / Н. Ш. Пономаренко // Торговля и рынок. – 2019. – № 4 (52), т. 2. – С. 150–167.

7. Пономаренко, Н. Ш. Научно-методический базис формирования цифровой экономики / Н. Ш. Пономаренко // Торговля и рынок. – 2020. – № 2 (54). – С. 170–178.

8. Пономаренко, Н. Ш. Формирование и развитие цифровой экономики: научно-методологический аспект / Н. Ш. Пономаренко // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2020. – № 4. – С. 245–257.

9. Пономаренко, Н. Ш. Трансформація інструментарія маркетингових досліджень продовольственного комплекса в умовах цифровізації економіки / Н. Ш. Пономаренко // Торговля и рынок. – 2020. – № 3 (55), т. 2, ч. 1. – С. 81–95.

10. Пономаренко, Н. Ш. Становление концепта качества в системе управления качеством продовольственного комплекса / Н. Ш. Пономаренко // Торговля и рынок. – 2020. – № 4 (56), т. 2, ч. 2. – С. 165–177.

11. Пономаренко, Н. Ш. Системний аналіз в изучении продовольственного комплекса в контексте цифровой экономики / Н. Ш. Пономаренко // Вести Автомобильно-дорожного института. – 2020. – № 3 (34). – С. 162–169.

12. Пономаренко, Н. Ш. Генерализация и декомпозиция подходов к сущности, роли и значению продовольственного комплекса / Н. Ш. Пономаренко // Торговля и рынок. – 2021. – № 1 (57). – С. 202–216.

13. Пономаренко, Н. Ш. Маркетинг отношений как инструмент взаимодействия стейкхолдеров продовольственного комплекса / Н. Ш. Пономаренко // Торговля и рынок. – 2021. – № 3 (59), т. 1. – С. 276–281.

14. Пономаренко, Н. Ш. Эмерджентность современной маркетинговой среды продовольственного комплекса в условиях цифровизации / В. Д. Малыгина, Н. Ш. Пономаренко // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2021. – № 3. – С. 151–162.

Личный вклад автора: обоснована эмерджентность маркетинговой среды продовольственного комплекса в условиях цифровизации, разработан механизма оценки влияния цифровых технологий на эмерджентные свойства маркетинговой среды продовольственного комплекса.

15. Пономаренко, Н. Ш. Концепт «качество», как ключевой, в деятельности предприятий продовольственного комплекса: научно-методический подход / Н. Ш. Пономаренко // Сб. науч. работ серии «Экономика» ДонАУиГС. – 2021. – Вып. 21: Инновационные подходы к формированию экономических моделей развития. – С. 200–208.

16. Пономаренко, Н. Ш. Концептуализация константности качества продовольственного комплекса / Н. Ш. Пономаренко // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2021. – № 3. – С. 273–281.

17. Пономаренко, Н. Ш. Развитие и становление продовольственного комплекса: концепции и парадигмы / Н. Ш. Пономаренко // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2021. – № 8А, т. 11. – С. 240–253.

18. Пономаренко, Н. Ш. Доказательная база приоритетности продовольственного комплекса в системе жизнеобеспечения населения / Н. Ш. Пономаренко // Московский экономический журнал. – 2021. – № 10. – С. 638–647.

19. Пономаренко, Н. Ш. Мониторинг актуальности исследования продовольственного комплекса как интегрированной системы / Н. Ш. Пономаренко // Торговля и рынок. – 2021. – № 4 (60), т. 1. – С. 228–234.

20. Пономаренко, Н. Ш. Эволюция маркетинга в продовольственном комплексе / Н. Ш. Пономаренко // Торговля и рынок. – 2021. – № 4 (60), т. 1. – С. 228–234.

21. Пономаренко, Н. Ш. Влияние цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса / Н. Ш. Пономаренко // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2022. – № 1. – С. 151–162.

22. Пономаренко, Н. Ш. Digital-маркетинговые решения стратегического развития продовольственного комплекса / Н. Ш. Пономаренко // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – № 3А, т. 12. – С. 172–182.

23. Пономаренко, Н. Ш. Маркетинговые детерминанты принятия управленческих решений на предприятиях продовольственного комплекса /

Н. Ш. Пономаренко // Новое в экономической кибернетике : сб. науч. тр. – Донецк, 2022. – Том 1. – С. 111–120.

24. Пономаренко, Н.Ш. Тринитарный подход как методологическое основание развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации экономики / В.Д. Малыгина, Н.Ш. Пономаренко // Торговля и рынок. – 2022. – № 2 (62). – С. 40-47.

Личный вклад автора: выделены теоретико-методологические основания тринитарного подхода к интерпретации процессов развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики.

Публикации в прочих изданиях

25. Пономаренко, Н. Ш. Маркетинг отношений как базовая концепция взаимодействия стейкхолдеров в сфере образования / Н. Ш. Пономаренко // Сб. науч. работ серии «Государственное управление». ДонАУиГС.– Донецк. – 2021. – Вып. 23 : Экономика и управление народным хозяйством. – С. 245–251.

26. Пономаренко, Н. Ш. Оцінка вибору сервісних інформаційних технологій на основі джерел фінансування / Н. Ш. Пономаренко // Новое в экономической кибернетике : сб. науч. тр. – Донецк, 2008. – № 4. – С. 101–117.

27. Пономаренко, Н. Ш. Использование компьютерных систем для оптимизации составления финансовой отчётности и повышения уровня эффективности ее использования / Н. Ш. Пономаренко, Е. В. Харина // Крымский экономический вестник. – Симферополь, 2014. – Вып. 6 (13). – С. 140–142.

Личный вклад автора: Проанализированы компьютерные системы бухгалтерского учёта, выявлены современные тенденции их развития.

28. Пономаренко, Н. Ш. Место технотронной документации в системе документационного обеспечения деятельности предприятия / Н. Ш. Пономаренко // Новое в экономической кибернетике : сб. науч. тр. – Донецк, 2019. – Вып. 4. – С. 130–137.

29. Пономаренко, Н. Ш. Особенности документооборота в контексте цифровизации / Н. Ш. Пономаренко, А. Рютин // Документ. Архив. История. Современность : сб. науч. тр. – Вып. 20. – Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 2020. – С. 223–232.

Личный вклад автора: проведён анализ цифрового документооборота на торговых предприятиях. Рассмотрены вопросы юридической значимости электронного документа.

30. Пономаренко, Н. Ш. Факторно-линейное моделирование развития системы жизнеобеспечения государства / Н. Ш. Пономаренко // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2021. – № 2. – С. 151–158.

Труды апробационного характера

31. Пономаренко, Н. Ш. Влияние информационных войн на продовольственную безопасность государства / Н. Ш. Пономаренко. – //

Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : матер. IV Междунар. науч. конф., г. Донецк, 31 октября 2019 г. – Донецк : Из-во Донецкого национального университета, 2019. – С. 116–119.

32. Пономаренко, Н. Ш. Цифровизация продовольственного комплекса сквозь призму экстерналий / Н. Ш. Пономаренко. // Донецкие чтения 2020: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : матер. V Междунар. науч. конф., г. Донецк, 17–18 ноября 2020 г. – Донецк : Из-во Донецкого национального университета, 2020. – С. 124–127.

33. Пономаренко, Н. Ш. Обзор моделей управления продовольственным комплексом / Н. Ш. Пономаренко // Экономика 2020: актуальные вопросы и современные аспекты : сборник статей III Международной научно-практической конференции, г. Пенза, 20 ноября 2020 г. – Пенза : Наука и Просвещение, 2020. – С. 138–141.

34. Пономаренко, Н. Ш. Актуализация вопросов информационной безопасности продовольственного комплекса / Н. Ш. Пономаренко // Экономические науки: вопросы теории и практики : сборник статей II Междун. науч.-практ. конф., г. Пенза, 30 января 2021 г. – Пенза : Наука и Просвещение, 2021. – С. 186–190.

35. Пономаренко, Н. Ш. Концептуальные основы цифровой экономики / Н. Ш. Пономаренко // Информационные системы и технологии в моделировании и управлении : сб. тр. V Междун. науч.-практ. конф., г. Ялта, 20 мая 2020 г. – Симферополь : АРИАЛ, 2020. – С. 348–352.

36. Пономаренко, Н. Ш. Особенности системного анализа продовольственного комплекса в условиях цифровой трансформации экономики / А. М. Гизатулин, Н. Ш. Пономаренко // Управление в современных системах : сб. трудов X Всероссийской науч.-практ. конф. научных, научно-педагогических работников и аспирантов, г. Челябинск, 15 декабря 2020 г. – Челябинск : Южно-Уральский технологический университет, 2020. – С. 121–126.

Личный вклад автора: исследованы отрицательные и положительные синергетические эффекты продовольственного комплекса в условиях цифровой трансформации экономики.

37. Пономаренко, Н. Ш. Максима-принципы как императивы развития продовольственного комплекса в условиях цифровизации / Н. Ш. Пономаренко // Приоритетные направления научно-технологического развития агропромышленного комплекса : сб. трудов междун. науч.-практ. онлайн конференции, г. Новосибирск, 13 октября 2020 г. – Новосибирск : Новосибирский государственный аграрный университет, 2020. – С. 187–190.

38. Пономаренко, Н. Ш. Цифровые технологии как вектор развития продовольственного комплекса / Н. Ш. Пономаренко // Современная мировая экономика: вызовы и реальность : материалы III Междун. науч.-практ. конф., г. Донецк, 1 декабря 2020 г. – Донецк : Донецкий национальный технический университет, 2021. – С. 164–168.

39. Пономаренко, Н. Ш. Информационные технологии в маркетинговых исследованиях продовольственного рынка / Н. Ш. Пономаренко //

Инновационные векторы цифровизации экономики и образования в регионах России : сб. науч. статей по материалам Всероссийской науч.-практ. конф., г. Ставрополь, 10–11 марта 2021 г. – Ставрополь : Агрус Ставропольского государственного аграрного университета, 2021. – С. 616–620.

40. Пономаренко, Н. Ш. Развитие продовольственного комплекса как приоритетной составляющей системы жизнеобеспечения государства / Н. Ш. Пономаренко // Стратегия устойчивого развития в антикризисном управлении экономическими системами : матер. VII междунауч. науч.-практ. конференции, г. Донецк, 08 апреля 2021 года. – Донецк : Донецкий национальный технический университет, 2021. – С. 175–180.

41. Пономаренко, Н. Ш. Мировые тенденции развития продовольственной системы / Н. Ш. Пономаренко // Информационное пространство Донбасса проблемы и перспективы : мате. IV Республиканской науч.-практ. конф., г. Донецк, 28 октября 2021 г. – Донецк : Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, 2021. – С. 164–168.

42. Пономаренко, Н. Ш. Проблемы и перспективы развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики / Н. Ш. Пономаренко, В. Д. Малыгина // Донецкие чтения 2021: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : матер. V Междунауч. науч. конф., г. Донецк, 26–27 октября 2021 г. – Донецк : Издательство Донецкого национального университета, 2021. – С. 92–95.

Личный вклад автора: выделены Проблемы и перспективы развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики.

43. Пономаренко, Н. Ш. Актуальные аспекты маркетинговых информационных систем торговых предприятий в современных условиях / Н. Ш. Пономаренко // Информационные технологии и системы в области документоведения и архивоведения : матер. V Междунауч. науч.-практ. конференции, г. Донецк, 05 апреля – 07 апреля 2016 г. – Донецк : Издательство Донецкого национального университета, 2016. – С. 72–75.

АННОТАЦИЯ

Пономаренко Н.Ш. Методология развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание учёной степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг). – Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецк, 2022.

Диссертационная работа посвящена исследованию и разработке методологии развития продовольственного комплекса на основе маркетинга в условиях цифровизации экономики, что является особо актуальным на современном этапе становления и развития Донецкой Народной Республики. Научно обоснована модель тринитарного развития продовольственного комплекса, которая объединяет теоретические, методологические, аналитические и практические базисы формирования механизмов развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики в условиях цифровизации экономики и учитывает маркетинговый инструментарий. Дополнен понятийно-категориальный аппарат исследования в части уточнения сущности понятий «развитие продовольственного комплекса», «маркетинг продовольственного комплекса», «константность качества», «ключевые факторы успеха», «квалиацентризм». Раскрыто содержание продовольственного комплекса и обоснована его приоритетность в системе жизнеобеспечения.

Проведён мониторинг состояния продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики. Акцентировано внимание на становлении концепта «качество» в системе управления качеством продовольственного комплекса. Осуществлены анализ готовности предприятий продовольственного комплекса к цифровизации и диагностика влияния цифровых технологий на маркетинговую политику продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики в условиях цифровизации экономики. Разработана система показателей оценки влияния цифровых технологий на эмерджентные свойства маркетинговой среды продовольственного комплекса.

Предложен алгоритм оценки уровня развития цифровых маркетинговых компетенций, который основывается на использовании аппарата нечёткой логики, применение которого позволило количественно оценить цифровые маркетинговые компетенции, а также определить фактический уровень развития цифровых маркетинговых компетенций на предприятиях продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики.

Осуществлено ранжирование ключевых факторов успеха и выделено их приоритетное значение для формирования устойчивых конкурентных преимуществ для предприятий продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики.

Разработан механизм оценки влияния цифровых технологий на маркетинговую среду продовольственного комплекса. Обосновано использование digital-маркетинговых решений стратегического развития продовольственного комплекса.

Предложены стратегические направления развития продовольственного комплекса Донецкой Народной Республики.

Ключевые слова: *продовольственный комплекс, маркетинг, цифровизация экономики, развитие продовольственного комплекса, константность качества, эмерджентность*

ABSTRACT

Ponomarenko N.Sh. Methodology for the development of the food complex based on marketing in the context of digitalization of the economy. – As a manuscript.

The dissertation for the degree of Doctor of Economics in the specialty 08.00.05 - Economics and management of the national economy (by branches of the field of activity, including: marketing). - State educational institution of higher professional education "Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky" of the Ministry of Education and Science of the Donetsk People's Republic, Donetsk, 2022.

The dissertation work is devoted to the research and development of a methodology for the development of the food complex based on marketing in the context of the digitalization of the economy, which is especially relevant at the present stage of formation and development of the Donetsk People's Republic. The model of the trinitarian development of the food complex is scientifically substantiated, which combines theoretical, methodological, analytical and practical bases for the formation of mechanisms for the development of the food complex of the Donetsk People's Republic in the context of digitalization of the economy and takes into account marketing tools. The conceptual and categorical apparatus of the study has been supplemented in terms of clarifying the essence of the concepts of "development of the food complex", "marketing of the food complex", "constancy of quality", "key success factors", "qualiacentrism". The content of the food complex is disclosed and its priority in the life support system is substantiated.

Monitoring of the state of the food complex of the Donetsk People's Republic was carried out. The attention is focused on the formation of the concept of "quality" in the quality management system of the food complex. An analysis was made of the readiness of food complex enterprises for digitalization and diagnostics of the impact of digital technologies on the marketing policy of the food complex of the Donetsk People's Republic in the context of digitalization of the economy. A system of indicators for assessing the impact of digital technologies on the emergent properties of the marketing environment of the food complex has been developed.

An algorithm for assessing the level of development of digital marketing competencies is proposed, which is based on the use of a fuzzy logic apparatus, the use of which made it possible to quantify digital marketing competencies, as well as to determine the actual level of development of digital marketing competencies at the enterprises of the food complex of the Donetsk People's Republic.

The ranking of the key success factors was carried out and their priority importance for the formation of sustainable competitive advantages for the enterprises of the food complex of the Donetsk People's Republic was highlighted.

A mechanism has been developed for assessing the impact of digital technologies on the marketing environment of the food complex. The use of digital marketing solutions for the strategic development of the food complex is substantiated. Strategic directions for the development of the food complex of the Donetsk People's Republic are proposed.

Keywords: *food complex, marketing, digitalization of the economy, development of the food complex, quality constancy, emergence*

Подписано в печать 01.07.2022. Формат 60x84/16.
Усл. печ. лист. 2,5. Тираж 100 экз. Заказ №

Отпечатано ФЛП Кириенко С.Г.
Свидетельство о государственной регистрации физического лица
предпринимателя № 40160 серия АА02 от 15.12. 2014 г.
ДНР, 283014, г. Донецк, пр-т Дзержинского, 55/105,
e-mail: ksg5036@mail.ru