

ВІДГУК

офіційного опонента, доктора економічних наук, професора
Крикавського Євгена Васильовича,
на дисертаційну роботу Семенова Костянтина Леонідовича
на тему:
«Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-
торговельних ланцюгах»,
подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії
з галузі знань 07 Управління та адміністрування
за спеціальністю 075 – Маркетинг

Актуальність теми дисертаційної роботи

Функціонування вітчизняних промислових підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України безпосередньо залежить від здійснення ними виробничо-комерційної діяльності, яка максимально використовує як можливості, що виникають у зовнішньому середовищі, так і ті, що створюються завдяки їх внутрішнім ресурсам. Сучасні ринкові відносини вимагають від підприємств постійного пошуку шляхів посилення своїх конкурентних позицій, що досягається чітким орієнтуванням на ефективне використання всіх наявних у підприємства можливостей, у тому числі і за рахунок поєднання таких елементів управління як: маркетинг і логістика. Раціональне поєднання маркетингу як ринково-орієнтованого та логістики як системно-орієнтованого управління дозволяє своєчасно виявляти недостатньо задоволені запити споживачів, чи формувати їх для принципово нових товарів, розробляти, виготовляти і просувати на ринок продукцію, яка задовольнить ці запити з мінімальними витратами в сфері постачання, виробництва, збуту та післяпродажного обслуговування, а отже повніше та ефективніше, ніж конкуренти.

Як свідчить досвід зарубіжних країн, істотно посилити конкурентні позиції підприємств на ринку може здійснення їх діяльності в межах логістичних або маркетингових ланцюгів. У дисертації розглядаються питання утворення виробничо-торговельних ланцюгів як складової ядра бізнесу, а також можливість підвищення їх результативності шляхом запровадження маркетинг-логістичного забезпечення.



Теоретичні та практичні дослідження у царині маркетингу і логістики, а також напрями підвищення ефективності діяльності підприємств за рахунок утворення різноманітних видів ланцюгів просування як сировини і матеріалів, так і готової продукції, неодноразово висвітлювали у своїй праці вітчизняні і зарубіжні вчені. Проте необхідно зазначити, що лише незначна їх частина присвячувала свої дослідження власне визначенню маркетинг-логістичного забезпечення у формуванні відповідних ланцюгів, а з позицій оцінювання маркетинг-логістичного забезпечення у підвищенні ефективності виробничо-торговельних ланцюгів питання у вітчизняній науковій літературі взагалі не висвітлювалось. Саме це й визначає актуальність теми дисертаційної роботи Семенова К. Л., яка спрямована на обґрунтування теоретико-методичних основ і розроблення науково-практичних рекомендацій щодо формування та реалізації маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах.

Також слід зазначити, що дисертаційна робота відповідає науковому напрямку кафедри маркетингу Хмельницького національного університету «Дослідження маркетингового механізму функціонування підприємств в ринкових умовах» і виконана у межах держбюджетної теми: «Управління інноваціями у плануванні і маркетингу на засадах маржинального підходу» (державний реєстраційний номер 0117U001169, 2017–2019 рр.), де автором обґрунтовано та удосконалено концепцію виробничо-торговельних ланцюгів підприємств, яка базується на їх ідентифікуванні за стадіями кругообігу капіталу на макрорівні, де господарські процеси органічно взаємопов'язані і взаємозумовлені та уособлюють загальний рух капіталу у його відтворенні.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, їх достовірність, новизна та практична значимість

Сформульовані у дисертації наукові положення та практичні рекомендації є достатньо обґрунтованими та достовірними. Автор чітко сформував мету наукового дослідження та визначив його завдання. Структура свідчить про послідовність та завершеність дисертаційної роботи. Зміст розділів характеризує прагнення автора послідовно, від загального до часткового, дослідити предмет наукових пошуків та вирішити досліджувану проблему. Основні теоретичні положення та

практичні результати дослідження доповідались здобувачем та отримали позитивну оцінку на 13 міжнародних, всеукраїнських наукових і науково-практичних конференціях та форумах. Крім того, у дисертації надано значний перелік використаних джерел (211 джерел), що свідчить про високий рівень ознайомлення автора з проблемою, яка досліджувалась. Структурна побудова роботи характеризується логічним і послідовним аналізом теоретико-методичних засад та прикладних проблем, пов'язаних із застосуванням маркетинг-логістичного забезпечення для підвищення ефективності виробничо-торговельних ланцюгів.

У *першому розділі* «**Теоретико-методичні засади маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах**» досліджено теоретичні передумови маркетинг-логістичного забезпечення підприємств; розглянуто концептуальні підходи до формування підприємствами виробничо-торговельних ланцюгів; обґрунтовано застосування науково-методичного підходу до формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах. Слід зазначити авторський підхід, який знайшов прояв у гармонізації маркетингового та логістичного комплексів (міксів) при формуванні маркетинг-логістичного міксу (double mix) 5PR (с. 37-41). Також автором проведено ідентифікування складових виробничо-торговельного ланцюга (рис.1.2, с. 43), який, на відміну від існуючих підходів, визначається як лінійно впорядкована послідовність ланок за стадіями кругообігу капіталу на мікрорівні (рівні підприємства), що уособлює відповідне чергування ланок торгівлі та виробництва (с. 45). Автором здійснено уточнення змісту бізнес-процесів у виробничо-торговельних ланцюгах підприємств, що є підґрунтям їх подальшої декомпозиції. Опис процесів другого рівня декомпозиції бізнес-процесів у виробничо-торговельних ланцюгах підприємств в SCOR-моделі розглядається з позицій можливості поширення маркетинг-логістичного забезпечення у виробничо-торговельних ланцюгах підприємств і доповнюється інтерпретацією ідентифікації процесів у виробничо-торговельних ланцюгах щодо належності до штовхаючої (Push-system) чи тягнутої (Pull-system) систем (с. 56-62). В роботі визначено особливості комплексного охоплення формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, яке

відбувається через упорядкування процесів підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах стосовно створення і наданні цінності споживачам; уточненням стратегій дій організаційних структур, що здійснюють маркетинг-логістичне забезпечення підприємств; удосконаленням маркетинг-логістичного забезпечення підприємств для їх ефективної діяльності на основі забезпечення розвитку ядра бізнесу (с. 65-76).

Досить логічним у структурі проведеного дослідження і аналітичним за змістом є *другий розділ* «**Аналітичні імперитиви маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах**», в якому дисертантом досліджено аналітичні детермінанти визначення рівня маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах (с. 85-93); сформовано ієрархічну модель оцінювання маркетинг-логістичного забезпечення підприємства та надано результати її апробації (с. 94-99). Проведено ідентифікування та оцінювання системи дій організаційних структур, що здійснюють маркетинг-логістичне забезпечення підприємств (пп.2.2). Заслуговує уваги, запропонована автором науково-методичний підхід щодо оцінювання стратегічної спрямованості та зрілості ядра бізнесу підприємств за використання маркетинг-логістичного забезпечення (с. 130-144).

До здобутків автора можна віднести формування науково-методичного підходу до запровадження маркетинг-логістичного забезпечення у виробничо-торговельні ланцюги підприємства, та його апробацію, запропоновану у *третьому розділі роботи* «**Імплементация маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі концепції ядра бізнесу**». Беззаперечною перевагою запропонованого автором комплексного підходу є формування інструментарію маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі концепції ядра бізнесу (с. 147-162). У пп.3.2 автором запропоновані тактичні дії щодо активізування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств на основі концепції ядра бізнесу. Запропонований підхід дозволяє враховувати взаємозв'язок і взаємний вплив виробничої і торговельної діяльності та отримати синергійний ефект від застосування маркетинг-логістичного забезпечення впродовж всього виробничо-торговельного ланцюга. Удосконалення маркетинг-логістичного

забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі концепції ядра бізнесу дозволило сформувати маршрутизацію процесу розвитку бізнесу машинобудівних підприємств (с. 181-197).

Практична орієнтованість дисертації забезпечується апробацією теоретико-методичних положень та доведенням їх до рівня конкретних рекомендацій та прикладних розробок, які можуть використовуватися у при формуванні системи маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах.

Новизна наукового дослідження, висновків і рекомендацій

Наукова новизна дисертаційної роботи Семенова Костянтина Леонідовича полягає у розробленні теоретико-методичних положень та науково-практичних рекомендацій стосовно формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах.

До найбільш вагомих наукових результатів можна віднести те, що
на теоретичному рівні:

– *розвинено* теоретичні підходи до визначення маркетинг-логістичного забезпечення за уточненим трактуванням змісту маркетингової логістики, що, на відміну від усталених, дозволяє комплексно охарактеризувати це поняття з позицій сутнісного наповнення, мети здійснення, концептуального застосування, наукового обґрунтування, складової функціонального менеджменту, виду підприємницької діяльності, а отже уможлиблює формування маркетинг-логістичного міксу (double mix) підприємства як поєднання, маркетингового та логістичного міксів, що посилює ефект синергії у прийнятті управлінських рішень;

– *уточнено* трактування дефініції «маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах» як створення та здійснення умов, які гарантують ефективну взаємодію комплексів маркетингу та логістики задля створення та надання цінності для споживачів у виробничо-торговельних ланцюгах, виходячи з управлінських дій організаційних структур підприємства, що здійснюють маркетинг-логістичне забезпечення, для сприяння ефективній роботі підприємства на основі забезпечення розвитку ядра бізнесу, це дає змогу здійснювати спрямування підприємств на найбільш ефективне використання ядра бізнесу задля підвищення їх конкурентоспроможності;

на методичному та прикладному рівнях:

– запропоновано науково-методичний підхід комплексного охоплення формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, який за своєю сутністю втілює: ідентифікацію та впорядкування базових процесів підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах при створенні та наданні цінності для споживачів; вибір стратегій та спрямування дій організаційних структур підприємств, які здійснюють маркетинг-логістичне забезпечення; виявлення дієвих способів маркетинг-логістичного забезпечення задля створення умов ефективної діяльності підприємств на основі розвитку ядра бізнесу з метою досягнення їх сталого розвитку;

– удосконалено концептуальний підхід до формування виробничо-торговельних ланцюгів підприємств, який базується на їх ідентифікуванні за стадіями кругообігу капіталу на макрорівні, де господарські процеси органічно взаємопов'язані і взаємозумовлені та уособлюють загальний рух капіталу у його відтворенні, аргументовано доцільність використання еталонних моделей і методик структури SCOR у сприянні бізнес-процесам, що відбуваються у виробничо-торговельних ланцюгах, як всеосяжного заходу налаштування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств для підвищення їх конкурентоспроможності;

– обґрунтовано застосування науково-методичного підходу до оцінювання рівня маркетинг-логістичного забезпечення підприємств, який базується на алгоритмізації процесу оцінювання, що включає аналіз подвійного маркетинг-логістичного міксу (double mix) 5PR за методом ієрархій (АНР) і спрямований на визначення рівня маркетинг-логістичного забезпечення кожного із підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах та формування їх рейтингу;

– дістав подальшого розвитку науково-методичний підхід ідентифікування базових процесів у виробничо-торговельних ланцюгах на основі принципів управління матеріальними потоками, таких як: виштовхування та витягування, та їх оцінювання за показниками, що характеризують фінансовий стан підприємства, в ході чого, визначено критерії важливості показників стосовно маркетинг-логістичного забезпечення виробничо-торговельних ланцюгів, що дозволило надати

відповідні пропозиції вибору систем управління ними.

Про завершений характер дослідження та достатній рівень наукової новизни свідчить і обґрунтованість та виваженість висновків і рекомендацій автора. Отже, зміст дисертаційної роботи засвідчує, що окреслена мета досягнута, поставлені завдання вирішені, висновки достатньо аргументовані. Здобувачем виконано теоретично і практично цінну роботу.

Повнота викладення основних положень дисертації в опублікованих роботах

Матеріали дисертаційної роботи належним чином оприлюднені. Основні положення дисертаційної роботи знайшли відображення у 27 наукових працях, з яких 1 одноосібна стаття у закордонному періодичному виданні, 10 статей, опубліковані у наукових фахових виданнях України, а 3 є розділами у колективних монографіях, дві з яких опубліковані в країнах Євросоюзу. Ознайомлення з публікаціями здобувача дозволяє зробити висновок про те, що в них повною мірою відображено результати дисертаційної роботи.

Порушення академічної доброчесності не виявлено.

Дискусійні положення та критичні зауваження щодо змісту дисертаційної роботи

Оцінюючи виконану Семеновим К.Л. дисертаційну роботу в цілому позитивно, необхідно відзначити окремі дискусійні положення і зауваження.

1. У першому розділі роботи (пп. 1.1) автор при дослідженні підходів щодо трактування терміну «маркетинг-логістичне забезпечення діяльності підприємства» (табл.11, с.29) автор послуговується лише поглядами, викладеними у працях українських науковців, які належать до однієї наукової школи, що значно звужує сутність цього поняття.

2. У розділі 1, рис. 1 (с. 40) здобувачем запропоновано формування маркетинг-логістичного міксу (double mix) 5PR на підставі інтегрування маркетингового і логістичного комплексу. На наш погляд, за такого підходу бажано виокремлювати якість самостійним блоком, маючи на увазі не лише якість товару, але і якість обслуговування.

3. В табл. 2.5-2.6 наведено показники ідентифікації бізнес-процесів підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах за тягнутою (Pull-system) і штовхаючою (Push-system) системами, які є показниками фінансового стану підприємства, але автор не пояснює яким чином обиралися ці показники та чому він зупинився саме на них. Також не зрозуміло, яким чином ці показники оцінюють окремі елементи ядра бізнесу.

4. На рис. 3.11-3.16 дисертаційної роботи представлена маршрутизація процесу удосконалення маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу розглянутих підприємств на основі алгоритмів, відображених на рис.3.8-3.10. Але з тексту роботи не є зрозумілим, яким чином був побудований маршрут, та чому він відрізняється для різних підприємств.

5. В роботі автор спирається на процедуру формування конкурентних переваг. Але з тексту роботи незрозуміло які саме конкурентні переваги має на увазі автор, та чому саме ці переваги він вважає найбільш важливими при формуванні маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах.

Вказані недоліки не впливають на загальну позитивну оцінку проведеного дослідження, не знижують його практичної та теоретичної цінності.

Загальний висновок

Дисертаційна робота Семенова Костянтина Леонідовича «Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах» є завершеною науковою працею, яка виконана на актуальну тему. За своїм змістом відповідає профілю спеціальності 075 – Маркетинг. Отримані результати та висновки мають наукову новизну, важливе теоретичне та практичне значення, роблять безперечний внесок у теорію та практику розвитку маркетинг-логістичного забезпечення промислових підприємств. Дослідження виконано на високому науковому рівні, матеріал викладено чітко й обґрунтовано з вмілим використанням графічного підходу до ілюстрування змісту, що значно полегшує його сприйняття. Усі положення, результати і висновки є чітко аргументованими. Впровадження результатів дисертаційної роботи

підтверджено документально. Оpubліковані праці здобувача достатньо повно відображають основні положення дисертації.

Таким чином, дисертаційна робота Семенова Костянтина Леонідовича «Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах» за ступенем наукової новизни, достовірністю наведених результатів дослідження та обґрунтованістю висновків, теоретичною та практичною цінністю, за обсягом, структурою, оформленням відповідає вимогам пунктів 10, 11, 12 Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, Затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 6 березня 2019 р. № 167 (зі змінами та доповненнями), та положень Вимог до оформлення дисертації затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 №40.

Вважаю, що автор дисертації «Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах» Семенов К. Л. заслуговує присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 – Маркетинг.

Офіційний опонент:

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри маркетингу та логістики
Національного університету
«Львівська політехніка»

 Є.В. Крикавський

Вчений секретар
Національного університету
«Львівська політехніка»

 Р.Б. Брилинський

