

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Ректор Хмельницького національного університету



доктор технічних наук, професор,
член-кореспондент НАПН України

М. Є. Скиба

2020 р.

ВИСНОВОК

**про наукову новизну, теоретичне та практичне значення
результатів дисертації Семенова К.Л. на тему: «Маркетинг-логістичне
забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах»
на здобуття наукового ступеня доктора філософії
з галузі знань 07 Управління та адміністрування
за спеціальністю 075 Маркетинг**

Дисертація «Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах», подана на здобуття наукового ступеня доктора філософії в галузі знань 07 – управління та адміністрування за спеціальністю 075 – Маркетинг, виконана в Хмельницькому національному університеті. Тему дисертації затверджено Вченою радою Хмельницького національного університету, № 5 від 28 жовтня 2016 року.

Актуальність теми дослідження. Цільові орієнтири господарської діяльності підприємств першочергово включають підвищення конкурентоспроможності та досягнення сталого розвитку як можливості подальшого виживання в умовах постійної конкурентної боротьби. При здійсненні процесів у виробничо-торговельних ланцюгах підприємства приходять до усвідомлення того, що визначення напрямів забезпечення конкурентоспроможності при вирішенні проблеми стійкого розвитку у розробленні стратегії діяльності є основною метою господарювання. Як переконливо доводить світовий досвід розвитку економіки, підходи до забезпечення конкурентоспроможності лежать на перетині та поєднанні маркетингового та логістичного забезпечення.

Виходячи з того, що концепції логістики і маркетингу базуються на економічній спільності, що відбиває суть ринкових процесів, актуальними постають питання дослідження проблем маркетинг-логістичного забезпечення діяльності підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі раціонального поєднання маркетингу як ринково-орієнтованого та логістики як системно-орієнтованого управління та сприйняття такого маркетинг-логістичного забезпечення у якості чинника підвищення ефективності діяльності підприємств.

Вагомий внесок у розвиток теоретичних та практичних основ управління підприємствами на основі маркетингових та логістичних підходів та маркетинг-логістичного управління безпосередньо здійснили зарубіжні і вітчизняні вчені, як: П. Дойль, Ж.-Ж. Ламбен, М. Мескон, Х. Пек, М. Портер, Л. Балабанова, М. Войнаренко, О. Гончар, Є. Забурмеха, С. Ковальчук, Є. Крикавський, М. Окландер, О. Орлов, І. Перезова, О. Похильченко, М. Постан, І. Решетнікова, О. Тридід, Н. Тюріна, Н. Чухрай. Своєю чергою, питаннями розвитку маркетингової логістики в різні часи, зокрема, займалися А. Германчук, А. Ізекенова, С. Кирюков, Ф. Котлер, М. Крістофер, Г. Плахута, І. Попова, Р. Тейлор, чим створено основи комплексного бачення маркетинг-логістичного забезпечення підприємств, аспекти якого отримали розкриття у працях С. Ковальчук, З. Андрушкевич, Н. Трішкіної.

Разом з тим, визнання у якості чинника підвищення ефективності діяльності підприємств їх маркетинг-логістичного забезпечення висуває першочерговість розгляду сутності та дефініцій вказаної категорії, її елементів та оцінки, розробки комплексного підходу до формування, вироблення інноваційного інструментарію впливу на маркетинг-логістичне забезпечення у виробничо-торговельних ланцюгах для досягнення поставлених цілей розвитку бізнесу підприємств на основі концепції ядра бізнесу. Вище зазначене обумовило актуальність та вибір теми дисертаційної роботи, її предмет, об'єкт, методи, мету та завдання.

Мета і завдання дослідження відповідно до предмета та об'єкта дослідження. *Об'єктом дослідження* є процеси формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних

ланцюгах.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, науково-методичних, прикладних основ та практичного інструментарію формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методичних основ і розроблення науково-практичних рекомендацій щодо формування та реалізації маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах.

Досягнення поставленої мети потребувало вирішення таких завдань:

- узагальнити і розвинути існуючі наукові підходи до визначення сутнісного наповнення дефініції «маркетинг-логістичне забезпечення підприємства»;
- удосконалити концептуальний підхід до формування виробничо-торговельних ланцюгів підприємств;
- розробити науково-методичний підхід комплексного охоплення формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах;
- дослідити середовище прояву, обґрунтувати та здійснити оцінку маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах;
- провести ідентифікування базових процесів у виробничо-торговельних ланцюгах на основі принципів управління матеріальними потоками;
- встановити стратегічну відповідність у маркетинг-логістичному забезпеченні виробничо-торговельних ланцюгів підприємств;
- провести оцінювання стратегічної спрямованості та зрілості ядра бізнесу підприємств;
- розробити інструментарій формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі концепції ядра бізнесу;
- сформулювати напрями активізації та впровадження маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах.

Наукові положення, розроблені особисто дисертантом, та їх новизна.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розв'язанні актуального завдання щодо теоретичного обґрунтування і розроблення науково-практичних рекомендацій формування та посилення маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах і включає наступне:

вперше:

– розроблено 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:

– 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. Такий підхід уможливує формування маркетинг-логістичного міксу (double mix) підприємства як поєднання маркетингового та логістичного міксів, що посилює ефект синергії у прийнятті управлінських рішень;

– концепцію виробничо-торговельних ланцюгів підприємств, яка, на відміну від традиційних поглядів, 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. На цій основі встановлено взаємозв'язок

виробничо-торговельних ланцюгів підприємств із ланцюгами цінності, вартості і ланцюгами поставок, що уможлиблює операційне управління ними в межах підприємства, 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;

– науково-методичний підхід до оцінювання рівня маркетинг-логістичного забезпечення підприємств, який, на відміну від усталених, 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;

дістали подальшого розвитку:

– 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;

– 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, на відміну від традиційних, визначено критерії важливості показників стосовно маркетинг-логістичного забезпечення виробничо-торговельних ланцюгів, що дозволило надати відповідні

пропозиції вибору систем управління ними;

– концепція ядра бізнесу, де ядро бізнесу, на відміну від існуючих підходів, визначається як базис маркетинг-логістичного забезпечення виробничо-торговельних ланцюгів підприємств щодо розкриття сутності, встановлення метрик та ідентифікування конкурентних переваг ядра бізнесу, виявлення взаємозв'язку останніх з елементами ядер маркетингу та логістики, що дозволило здійснити побудову маркетинг-логістичного забезпечення розвитку ядра бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах;

– науково-методичний підхід до встановлення стратегічної відповідності у маркетинг-логістичному забезпеченні виробничо-торговельних ланцюгів підприємств застосуванням сформованої матриці «SCE&SCR / рівень визначеності попиту» що, на відміну від існуючих підходів, уможлиблює вибір організаційними структурами відповідних реактивних та ефективних бізнес-стратегій у маркетинг-логістичному забезпеченні виробничо-торговельних ланцюгів та сприяє встановленню балансу між маркетинговою та логістичною діяльністю підприємств;

– науково-методичний підхід до розробки інструментарію формування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на засадах концепції ядра бізнесу, який, в комплексі, передбачає формування, активізацію та апробацію такого забезпечення, що дасть змогу оперативно реагувати на зміну вимог до рівня розвитку маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах відповідно до напрямів розвитку ядра бізнесу.

Обґрунтованість і достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій, які захищаються. Усі результати науково обґрунтовані, при вирішенні наукових задач використовувалися наукові дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених у сферах економічної теорії, макро- і мікроекономіки, теорії управління підприємством, маркетингу, логістики, управління маркетинговою та логістичною діяльністю підприємств, маркетинг-логістичного забезпечення.

З метою розв'язання поставлених наукових завдань в дисертаційній

роботі застосовано такі методи дослідження: індукція, дедукція, логічний, абстрагування, аналізу і синтезу, порівняння, економічного узагальнення, систематизації – для дослідження еволюціонування та трансформування наукових підходів у теорії маркетинг-логістичного забезпечення; економіко-статистичний, історичного аналізу, абстрактно-логічний методи – для виявлення існуючих тенденцій розвитку середовища прояву маркетинг-логістичного забезпечення підприємств; статистичний, структурний, динамічний аналіз – для аналізу динаміки основних показників підприємств; метод аналізу ієрархій (MAI) як засобу проведення багатовимірного оцінювання рівня маркетинг-логістичного забезпечення підприємств; метод Фішберна та стандартного п'ятирівневого нечіткого 01-класифікатора – для оцінки зрілості ядра бізнесу підприємств; наукової абстракції – для побудови концептуальної моделі; економіко-математичного моделювання – при побудові алгоритмів формування, різновидів та маршрутизації процесу удосконалення маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі ядра бізнесу; графічний і табличний методи – для висвітлення теоретичних і візуалізації аналітичних результатів дослідження, наочного зображення статистичного матеріалу, структурної візуалізації запропонованих науково-методичних підходів, концепцій, положень.

Інформаційну базу проведеного в дисертаційній роботі дослідження складають закони України, офіційні дані Головного управління статистики у Хмельницькій області, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріали науково-практичних конференцій, матеріали мережі Інтернет, звітність досліджуваних підприємств, дослідження, спостереження і розрахунки автора.

Повнота викладення матеріалів дисертації в роботах, опублікованих автором. Основні теоретичні положення та висновки дисертації опубліковані у 27 наукових працях загальним обсягом 12,94 друк. арк., з яких 10,94 друк. арк. належать автору особисто, зокрема: у розділах 2 колективних монографій у закордонному виданні, де особисто автору належить 1,2 друк. арк та 1 одноосібній статті у закордонному періодичному виданні обсягом

0,68 друк. арк; у розділах 1 колективної монографії, де особисто автору належить 0,3 друк. арк., 10 статей у наукових фахових виданнях України, які входять до міжнародних наукометричних баз, де особисто автору належить 6,28 друк. арк.; 13 публікацій у матеріалах і тезах конференцій обсягом 2,48 друк. арк.).

У колективних монографіях

1. Semenov K. L. Research, development and elements evaluation of marketing and logistics support of enterprises in production and trade chains / S.V.Kovalchuk, K. L.Semenov // Economic Development: Global Trends and National Peculiarities. – Collective monograph. – Poland: «Publishing House «Baltija Publishing», 2020. – 600 p. – P.514-529 (1,0 д.а.) Особистий внесок автора: 0,65 друк. арк.

2. Семенов К.Л. Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у інноваційному управлінні бізнесом / С.В. Ковальчук, К.Л. Семенов // Innovative development of the economy: global trends and national features. – Collective monograph. – Lithuania : Publishing House «Baltija Publishing», 2018. – 716 p. – P. 604-618. (0,88 д.а.) Особистий внесок автора: 0,55 друк. арк.

3. Семенов К.Л. Науково-практичні підходи застосування системи маркетингового оцінювання КПП харчової промисловості / В.М. Посторонко, К.Л. Семенов // Маркетингові інновації в економіці і бізнесі : монографія / за заг. ред.. С.В. Ковальчук. – Хмельницький : ТОВ «Поліграфіст – 2», 2013. – 321 с. – С. 106-115. (0,80 д.а.) Особистий внесок автора: 0,3 друк. арк.

Статті у наукових періодичних виданнях інших держав та у виданнях України, які включені до міжнародних баз даних

4. Semenov K. Scientific and methodological approach to the formation of marketing-logistics support of enterprises in production and trade chains [Electronic resource] / K. Semenov // Economics, Finance and Management Review, 2020. – № 3. – P. 143–152. – Mode of access <https://doi.org/10.36690/2674-5208-2020-3-143> (0,68 друк. арк.) Індексується і

реферується в 11 науково-метричних базах даних, репозиторіях і пошукових системах.:

5. Семенов К.Л. Оцінка стратегічної спрямованості ядра бізнесу підприємств у маркетинг-логістичному забезпеченні / К.Л. Семенов // Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія: Економіка та підприємництво. – 2020. – № 3 (114). – Ч.1.– С. 140-146. (0,78 друк. арк.) **Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus International, Google Scholar, Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського**

6. Семенов К.Л. Формування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі ядра бізнесу / К.Л. Семенов // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – 2019. – Вип. 28. – Ч. 2 – С. 91-97. (0,83 друк. арк.) **Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar, Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського**

7. Семенов К.Л. Концептуальні засади формування комплексного підходу до маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах / К.Л. Семенов // Причорноморські економічні студії : екон. наук.-практ. журн. / Причорномор. н.-д. ін-т економіки та інновацій. – 2019. – Вип. 47 – С. 164-171. (0,72 друк. арк.) **Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar, Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського**

8. Семенов К.Л. Активізація маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі ядра бізнесу / К.Л. Семенов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2019. – № 6, т.1. – С. 159-166. (0,8 друк.арк.) **Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ, НБУ ім. В. І.Вернадського.**

9. Семенов К.Л. Синергійний ефект маркетинг-логістичного забезпечення підприємств: сутність, методи й моделі оцінки / С.В. Ковальчук, К.Л. Семенов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2019. – № 6,т.2.– С. 163-170. (0,72

друк.арк.) *Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ, НБУ ім. В. І.Вернадського.* Особистий внесок автора: 0,55 друк. арк.

10.Семенов К.Л. Маркетинг-логістичне забезпечення протидії дестабілізаційним ефектам у виробничо-торговельних ланцюгах промислових підприємств // Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Куцик П. О., Апопій В. В., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету. – 2018. – Вип. 23. – 162 с. – С. 120-125. (0,5 д.а.) *Індексується і реферується в базах даних: Ulrich's Periodicals, Index Copernicus, Google Scholar, WorldCat, НБУ ім. В. І.Вернадського.*

11.Семенов К.Л. Блокчейн в інноваційній модернізації маркетинг-логістичного забезпечення підприємств / К.Л. Семенов // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. – 2018. – Т. 23. – Вип. 8(73). – С. 127-132. (0,55 друк.арк.) *Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar, НБУ ім. В. І.Вернадського.*

12.Семенов К.Л. Розвиток теоретичних засад маркетинг-логістичного забезпечення / К.Л. Семенов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – № 6, т.3.– С. 188-193. (0,67 друк.арк.). *Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ, НБУ ім. В. І.Вернадського.*

13.Семенов К.Л. Маркетинг-логістичне забезпечення у ланцюгах поставок товарів споживчого попиту / С. В. Ковальчук, К. Л. Семенов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – № 3, т. 1. – С. 155-163. (0,89 друк.арк.). Особистий внесок автора: 0,45 друк. арк. *Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ, НБУ ім. В. І.Вернадського.*

14. Семенов К.Л. Формування маркетинг-логістичного міксу у маркетинг-логістичному забезпеченні підприємств / К.Л. Семенов // Вісник Хмельницького національного університету. – 2016. – № 5, т.2. – С. 159-162. (0,43 друк.арк.). *Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ, НБУ ім. В. І.Вернадського.*

Опубліковані праці апробаційного характеру

15. Семенов К.Л. Розробка інструментарію маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі концепції ядра бізнесу // Економіка сьогодення: актуальні питання та інноваційні аспекти: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 25 липня 2020 року) / К.Л. Семенов // Східноукраїнський інститут економіки та управління. – Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2020. – 148 с. – С.106-109. (0,2 друк.арк.)

16. Семенов К.Л. Впорядкування бізнес-процесів виробничо-торговельних ланцюгів у маркетинг-логістичному забезпеченні підприємств / К.Л. Семенов // Міжнародна наукова інтернет-конференція «Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення (випуск 50)» / Збірник тез доповідей: випуск 50 (м. Тернопіль, 8 липня 2020 р.). – Тернопіль, 2020. – 70 с. – С.44-45. (0,1 друк.арк.)

17. Семенов К.Л. Концепція виробничо-торговельних ланцюгів підприємств для здійснення маркетинг-логістичному забезпеченні / К.Л. Семенов // Стратегії, моделі та технології управління економічними системами / Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (8-9 жовтня 2020 р., м. Хмельницький). – Хмельницький: ХНУ, 2020. – 404 с. – С. 296-302 (0,3 друк.арк.)

18. Семенов К.Л. Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств за умов цифрової трансформації / К.Л. Семенов // Напрями розвитку ринкової економіки: нові реалії та можливості в умовах інтеграційних процесів: матеріали доповідей Міжнародній науково-практичній конференції (м. Ужгород, 30 листопада 2019 року), 2019. – Ч.2. - С. 111-115. (0,19 друк.арк.)

19. Семенов К.Л. Умови та чинники пертурбації маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у цифровій трансформації / К.Л. Семенов // Економіка, облік, фінанси та право: стратегічні пріоритети розвитку в умовах глобалізації: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 5 грудня 2019 р.): у 10 ч. Полтава: ЦФЕНД,

2019. – Ч. 8. – С. 84-86. (0,19 друк.арк.)

20.Семенов К.Л. Підходи та методи управління витратами на маркетинг-логістичне забезпечення підприємств / К.Л. Семенов // Управління економічними системами: концепції, стратегії та інновації розвитку: матеріали XI міжн. наук.-практ. конф. (25-26 травня 2018 р., м. Хмельницький). – Хмельницький: ФОП А.А. Мельник, 2018. – 271 с. - С.76-79. (0,18 друк.арк.)

21.Семенов К.Л. Використання інструментів інноваційних концепцій управління в удосконаленні функціонування виробничо-торговельних ланцюгів підприємств / К.Л. Семенов // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. XIII Міжнар. наук.-практ. конф., 29 листоп.- 1 груд. 2018 р., Хмельницький - Кам'янець-Подільський / Хмельниц. нац. ун-т [та ін.]. - Хмельницький ; Кам'янець -Подільський : ХНУ, 2018. - 240 с. – С. 164-166. (0,25 друк.арк.)

22.Семенов К.Л. Поглиблення теоретичних доміант маркетинг-логістичного забезпечення підприємств / К.Л. Семенов // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. XII Міжнар. наук.-практ. конф., 29 листоп.- 1 груд. 2017 р., Хмельницький / Хмельниц. нац. ун-т [та ін.]. - Хмельницький: ХНУ, 2017. – 240 с. – С.141-142. (0, 15 друк.арк.)

23.Семенов К.Л. Дропшипінг як інноваційний елемент маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах / К.Л. Семенов // Актуальні проблеми економіки та менеджменту: теоретичні та практичні аспекти : тези доп. V Міжнар. наук.-практ. конф., м. Хмельницький – смт. Сатанів, 12-14 трав. 2017 р. – Хмельницький : ХНУ, 2017. – 201 с. – С. 152-155. (0,25 друк.арк.)

24.Семенов К.Л. Сучасні аспекти забезпечення соціальним маркетингом системи соціального менеджменту підприємства / К.Л. Семенов, С.В. Ковальчук // Тези доповідей Всеукраїнської конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Наука та освіта в умовах трансформації суспільства», 21 вересня 2017 р., Київ: КНУТД, 2017. – 86 с. – С. 80-81. (0,16 друк.арк.). Особистий внесок автора: 0,05 друк. арк.

25. Semenov K.L. Aspects of improving effectiveness of enterprises marketing- logistic provision / K.L Semenov.// Development strategy of science and education: Collection of scientific articles. – Fidelite editions, Namur, Belgique, 2017. – 332 p. – P. 295-299. (0,42 друк.арк.)

26. Семенов К. Л. Підходи до управління поведінкою споживачів у виробничо-торговельних ланцюгах підприємств / С.В. Ковальчук, К.Л. Семенов // Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: Міжнародна науково-практична конференція, 15-16 грудня 2017 р. : [тези доп.]. – Рівне: РДГУ, 2017. – 251 с. - С.167 – 170. (0, 2 друк. арк.) Особистий внесок автора: 0,1 друк. арк.

27. Семенов К.Л. Дефініції сутності маркетинг-логістичного забезпечення підприємств / К.Л. Семенов // Підприємництво і маркетинг у XXI столітті : тези доп. Економічного науково-практичного форуму, 23-25 верес. 2016 р., м. Одеса. – Хмельницький : ХНУ, 2016. – 142 с. – С.87-90. (0,15 друк.арк.)

У роботах, опублікованих у співавторстві, здобувачеві належать: обґрунтування науково-методичних підходів до оцінювання маркетинг-логістичного забезпечення та виробничо-торговельних ланцюгів підприємств, вибору стратегій спрямування системи дій організаційних структур, які здійснюють маркетинг-логістичне забезпечення [1]; запропоновано множину визначень маркетинг-логістичного забезпечення підприємств, доповнено його сутність комплексами корисність-міх та менеджмент-міх, обґрунтовано формування маркетинг-логістичного міксу потребам інноваційного розвитку маркетинг-логістичного забезпечення підприємств [2]; визначення значущості та зміст методів маркетингового оцінювання в діяльності підприємств [3]; виявлення особливостей застосування методів і моделей оцінювання при обчисленні синергійного ефекту маркетинг-логістичного забезпечення підприємств [9]; дослідження підходів до визначення сутності ланцюга поставок та особливостей його формування за впливом на маркетинг-логістичне забезпечення, враховуючи переваги «е-ланцюга поставок» [13]; охарактеризовано напрями та технології маркетингового забезпечення соціального менеджменту підприємства [24];

охарактеризовано основні елементи виробничо-торговельних ланцюгів підприємств [26].

Результати дисертації опубліковані в повному обсязі.

Апробація дисертації. Основні положення і наукові результати дисертаційної роботи доповідалися й отримали позитивну оцінку на 13 міжнародних, всеукраїнських наукових і науково-практичних конференціях та форумах, як: міжнародних науково-практичних конференціях «Стратегії, моделі та технології управління економічними системами» (м. Хмельницький, 8-9 жовтня 2020 р.), «Напрями розвитку ринкової економіки: нові реалії та можливості в умовах інтеграційних процесів» (м. Ужгород, 30 листопада 2019 року), «Економіка, облік, фінанси та право: стратегічні пріоритети розвитку в умовах глобалізації» (м. Полтава, 5 грудня 2019 р.), «Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг» (м. Рівне, 15-16 грудня 2017 р.), XI міжнародній науково-практичній конференції «Управління економічними системами: концепції, стратегії та інновації розвитку» (м. Хмельницький, 25-26 травня 2018 р.), XII та XIII міжнародних науково-практичних конференціях «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України» (м. Хмельницький, 29 листопада - 1 грудня 2017 р., Хмельницький та м. Хмельницький – м. Кам'янець-Подільський, 29 листопада - 1 грудня 2018 р.), V міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми економіки та менеджменту: теоретичні та практичні аспекти» (м. Хмельницький – смт. Сатанів, 12-14 травня 2017 р.), Всеукраїнській конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Наука та освіта в умовах трансформації суспільства» (м. Київ, 21 вересня 2017 р.), international research and practical conference «Development strategy of science and education» (Namur, Belgique, March 30, 2017), економічному науково-практичному форумі «Підприємництво і маркетинг у XXI столітті» (м. Одеса – м. Хмельницький, 23-25 вересня 2016 р.).

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до планів науково-дослідних робіт Хмельницького національного університету у межах науково-дослідних тем: «Управління інноваціями у плануванні і маркетингу на засадах маржинального

підходу» (державний реєстраційний номер 0117U001169, 2017–2019 рр.; довідка № 114/15 від 21.05.2020 р.), в якій автором обґрунтовано та удосконалено концепцію виробничо-торговельних ланцюгів підприємств, яка, на відміну від традиційних поглядів, 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.

Практичне значення отриманих результатів. Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у розробці теоретико-методичних та практичних рекомендацій, обґрунтованих у дисертаційній роботі, які забезпечують формування, активізацію та апробацію маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах у напрямі підвищення ефективності діяльності підприємств на основі розвитку ядра їх бізнесу. Результати дослідження знайшли впровадження у практичній діяльності ПАТ «Завод «Темп» (довідка про впровадження № 21 від 06.05.2020 р.); ПрАТ «Завод «Нева» (довідка про впровадження № 11 від 17.03.2020 р.); ПрАТ «Завод «Строммашина» (довідка про впровадження № 15 від 20.02.2020 р.), роботі Хмельницької торгово-промислової палати (довідка про впровадження № 04-06/60 від 02.06.2020 р.), що вказує на їх прикладну значимість та можливість застосування у формуванні маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах при розробці та обранні ефективних стратегій розвитку

Теоретичні положення та матеріали дослідження використовуються у навчальному процесі Хмельницького національного університету Міністерства освіти і науки України при викладанні навчальних дисциплін: «Маркетинг», «Логістика», «Маркетинг промислового підприємства» (довідка впровадження від 20.05.2020 р.).

Оцінка мови, стилю та оформлення дисертації. Дисертацію написано грамотною українською мовою. Стиль викладення матеріалів досліджень, наукових положень, висновків та рекомендацій забезпечує легкість і доступність їх сприйняття. Дисертацію оформлено за вимогами,

передбаченими Наказом МОН України від 12.01.2017 р. № 40 «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації».

Дотримання академічної доброчесності. В процесі експертизи дисертаційної роботи Семенова К.Л. визначено, що робота не містить ознак плагіату, наявні лише окремі співпадиння з власними публікаціями, термінологією, посиланнями на літературу та нормативними документами, а також загальноживаними фразами.

Відповідність змісту дисертації спеціальності, за якою вона захищається. За змістом дисертаційна робота Семенова К.Л. повністю відповідає спеціальності 075 Маркетинг.


Рекомендація дисертації до захисту. Робота Семенова К.Л. «Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах» відповідає вимогам, передбаченим пунктом 10 «Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії» (Постанова Кабінету Міністрів України від 06.03.2019 р. № 167) та може бути представлена у разовій спеціалізованій вченій раді для присудження ступеня доктора філософії в галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг.

Висновок. Ознайомившись із дисертаційним дослідженням Семенова Костянтина Леонідовича та науковими публікаціями, у яких висвітлені основні наукові результати, а також взявши до уваги підсумки фахового семінару, вважаємо, що:


1. Дисертація Семенова Костянтина Леонідовича «Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах», подана у вигляді спеціально підготовленої кваліфікаційної наукової праці на правах рукопису, є фундаментальним науковим дослідженням з актуальних питань, характеризується єдністю змісту, містить наукові результати, яким властива наукова новизна, теоретичне та практичне значення, а отже, свідчить про особистий істотний внесок здобувача у розвиток науки в галузі управління та адміністрування, відповідає вимогам п.10 «Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 06 березня 2019

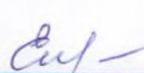
року №167 (зі змінами), та може бути рекомендована до захисту у разовій спеціалізованій вченій раді на здобуття наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

2. Результати дисертаційної роботи Семенова К.Л. обговорено та схвалено (результати голосування: «за» – 13, «проти» – немає, «утримались» – немає) на засіданні фахового семінару кафедри маркетингу і торговельного підприємництва Хмельницького національного університету з попередньої експертизи дисертації від 08 жовтня 2020 року.


Голова фахового семінару,
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу і
торговельного підприємництва
Хмельницького національного університету  А.С.Тельнов

Рецензенти:


Доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу і
торговельного підприємництва
Хмельницького національного університету  О.І.Гончар

Кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу і
торговельного підприємництва
Хмельницького національного університету  Є.М.Забурмеха

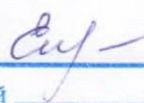


Підпис дійсний	
Засвідчую	
Начальник відділу кадрів	І.С.Мартинюк



Підпис дійсний	
Засвідчую	
Начальник відділу кадрів	І.С.Мартинюк



Підпис дійсний	
Засвідчую	
Начальник відділу кадрів	І.С.Мартинюк