

*Голові разової спеціалізованої вченої ради
PhD 7739 Хмельницького національного
університету д.е.н., професору Анатолію
ТЕЛЬНОВУ*

РЕЦЕНЗІЯ

рецензента – доктора економічних наук, професора, завідувача кафедри економічної теорії, підприємництва та торгівлі Хмельницького національного університету **Любохинець Лариси Сергіївни** на дисертаційну роботу **Келмановича Олександра** на тему: «Маркетингове стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін», подану до разової спеціалізованої вченої ради Хмельницького національного університету на здобуття наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Актуальність теми дослідження та її зв'язок з напрямками науково-дослідних робіт

Розвиток інформаційних технологій створює нові виклики для бізнесу, підвищуючи рівень невизначеності. Через те для успішного функціонування в умовах цифрових трансформацій підприємства змушені постійно вдосконалювати свої процеси як щодо маркетингових технологій, так і забезпечення фінансово-економічної безпеки бізнесу. Застосування сучасних маркетингових інструментів та методів управління дозволяє підприємствам стати більш гнучкими та дієздатними. Завдяки глибокому розумінню потреб клієнтів та динаміки ринку маркетинг сприяє розробці ефективних стратегій, які дозволяють підприємству адаптуватися до змін та зберігати свою конкурентоспроможність, оптимізувати свої витрати, підвищувати якість продукції та зміцнювати свою позицію на ринку. Маркетингові інструменти стають невід'ємною частиною системи стратегічного управління підприємством, оскільки вони сприяють формуванню конкурентних переваг, залученню інвестицій та створенню позитивного іміджу на ринку. Синергія маркетингу та фінансово-економічної безпеки підприємств дозволяє ефективніше реагувати на зовнішні загрози, зміцнити довіру клієнтів та забезпечити сталий розвиток бізнесу, що є критично важливим в умовах конвергенції трансформаційних змін.

За сучасних умов підприємства повинні мати гнучкі стратегії, які враховують швидкоплинний характер ринкових процесів та забезпечують

оперативне реагування на непередбачувані ситуації, що сприяє зміцненню їхньої фінансово-економічної безпеки. Саме тому дисертаційна робота Келмановича О. є надзвичайно актуальною, оскільки сприяє розробці комплексних підходів до стратегічного управління, які інтегрують маркетингові інструменти та заходи фінансово-економічної безпеки, забезпечуючи стійкий розвиток підприємств в умовах сучасних трансформаційних викликів.

Актуальність теми також підтверджується зв'язком дослідження із науковими планами та програмами, що виконувались у Хмельницькому національному університеті. Так, дисертаційну роботу виконано відповідно до планів науково-дослідних робіт Хмельницького національного університету за темою № 5Б-2022 «Моделювання стратегій безпечного розвитку інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем» (номер держреєстрації 0122U001212), де автором досліджено методи забезпечення маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою в умовах трансформаційних змін.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації, їх достовірність і новизна

У теоретичному та методологічному плані робота побудована за чіткою логічною схемою з виділенням предмету дослідження – теоретичних, науково-методичних та практичних основ формування і побудови архітектури маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства на основі досяжності прогностичних показників.

Наукові положення і рекомендації дослідження є достовірними і науково обґрунтованими, що підтверджується використанням науково-практичного аналітичного матеріалу. Теоретичні положення, висновки та практичні рекомендації базуються на узагальненні досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів з проблем маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін, матеріалах річної фінансової та управлінської звітності підприємств, відповідних нормативних та законодавчих актів. Це дає підстави стверджувати про достовірність та обґрунтованість наданих автором оцінок, аналізу та отриманих результатів.

Інформаційною основою дослідження стали законодавчі нормативно-правові акти органів державної та місцевої влади, інформаційні ресурси Державної служби статистики України, Головного управління статистики у Вінницькій та Хмельницькій областях, звіти міністерств, науково-дослідних центрів, інформаційні дані фінансово-статистичної звітності машинобудівних підприємств, наукові та статистичні інтернет-ресурси.

Достовірність отриманих результатів визначається коректним застосуванням широкого спектру загальнонаукових методів дослідження: групування, системного аналізу, абстрактно-логічного аналізу та синтезу (пп. 1.2-1.4); гармонійного аналізу та формалізації (пп. 3.1, 3.2); діалектичного пізнання, теоретичного узагальнення та порівняння (пп. 1.1); статистичного та економіко-порівняльного аналізу (пп. 2.1, 2.2); експертного оцінювання та прогнозування (пп. 2.3); експериментального аналізу (пп. 3.3, 3.4); наочне представлення результатів дослідження здійснено за допомогою графічного методу тощо.

Основні результати дисертаційного дослідження необхідною мірою апробовані в діяльності органів державної влади, підприємницьких структур, висвітлені у наукових працях автора роботи за темою дисертації, обговорені на науково-практичних конференціях різного рівня.

В сукупності аналіз теоретичного базису дослідження, використання емпіричних основ, застосованих для вирішення поставлених завдань наукового дослідження, міра апробації результатів дисертаційного дослідження свідчать про достатню обґрунтованість і достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій дисертації

До основних результатів, що містять наукову новизну, одержаних в дисертаційній роботі, слід віднести обґрунтування теоретико-методичних основ та практичних положень маркетингового забезпечення економічної безпеки та *вперше* побудовану архітектуру маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою промислового підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін (пп. 3.2, с. 194-199).

Автором *вперше* розроблено концептуальну процесно-компетентнісну модель структурної синхронізації стратегічного маркетингового забезпечення фінансово-економічної безпеки промислового підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін, в якій існує синхронізаційний взаємозв'язок між системою менеджменту, системою стратегічного управління та системою стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства (пп. 1.4, с. 101–106). В цьому аспекті враховано необхідність формування концепції маркетингу на основі розвитку сучасних трендів, що в сукупності із реалізацією системно-орієнтованих напрямів удосконалення управлінських дій персоналом підприємства із використанням основ концепції та принципів трансформаційного лідерства в прийнятті управлінських рішень активізує персонал до формування та успішної реалізації маркетингової стратегії підвищення фінансово-економічної безпеки промислового підприємства (пп. 1.4, с. 90–93).

В дисертаційній роботі *удосконалено* науково-змістовне формулювання у визначенні категорій «маркетингу», «стратегічного маркетингу» (с. 48–52) та

«маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства» (с. 64–67), яке, на відміну від наявних, розкриває функціонально-цільове та процесне наповнення маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою промислового підприємства (с. 64-65), характеризує інноваційну досяжність реалізації маркетингових стратегічних бізнес-орієнтирів, забезпечення компонент безпеки із власним (внутрішньо-підприємницьким) управлінсько-концептуальним баченням та забезпечує конкурентні позиції, формування цінності суб'єкта, імплементацію управлінських рішень, підвищує аналітично-дослідницьку діяльність маркетологів у товарній, ціновій, комунікативній політиці продажу і просуванні продукції в трансформаційному середовищі ведення бізнесу.

Удосконалено науково-методичний підхід до процесів ціноутворення (формування початкової ціни) в імплементації забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства, в якому, на відміну від інших, акцентується увага на функціях із врахуванням етапу життєвого циклу продукції, інноваційних принципів ціноутворення, що ґрунтуються на взаємоузгодженості цінової стратегії із маркетинговою концепцією та базовими цілями забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства із визначенням тенденцій впливу факторів, їх вагомості, оцінкою ризиків і загроз для підвищення ефективності комунікативної політики продажів підприємства (пп. 3.2, рис. 3.3, с. 174-180).

Необхідність використання запропонованої в дисертації типової структури плану маркетингу (с. 77–80), який передбачає вчасне внесення корективів для проведення ситуаційного аналізу, тактичного і стратегічного планування, маркетингового синтезу і контролінгу, що є визначальним за умови функціонування промислових підприємств в нестабільному бізнес-середовищі для пришвидшення реалізації сформованих маркетингових стратегій, визначила *подальший розвиток* науково-методичний підходу до побудови рівневого цілеспрямованого у забезпеченні маркетингу фінансово-економічної безпеки промислового підприємства (пп. 1.4, с. 80–84), який, на відміну від наявних, характеризує орієнтири в розвитку підприємства, що окреслюють цільове призначення ведення бізнесу, розкривають необхідність діяльності, формуючи переконання в досягненні запланованого, починаючи від місії, концепції маркетингу, цілей, стратегічного планування до виконання функціональних обов'язків персоналом підприємства в напрямі управління фінансово-економічною безпекою.

Подальший розвиток отримали науково-методичні підходи щодо систематизації зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на маркетингове забезпечення промислових підприємств (пп. 2.2, с. 134–137; 142–145), які, на відміну від інших, надають можливість менеджерам та маркетологам використати адаптивний інструментарій (пропозиції) для вирішення проблем

управлінського характеру в напрямі визначених основних чинників впливу на маркетингове стратегічне управління фінансово-економічною безпекою (с. 145–149).

Заслуговує на увагу профіль комплексної структуризації та аналізу досє підприємств-конкурентів, в якому запропоновано здійснювати поглиблену оцінку стратегій конкуруючих підприємств та їх фінансової ефективності, а також фінансовий аналіз на основі виконаної вибірки конкурентів за рядом критеріїв (пп.3.4, с. 201–205), який, на відміну від інших, надає змогу промисловим підприємствам посилити маркетингову політику, визначати загрози на ринку, активізувати діяльність в напрямі розвитку інноваційно-інвестиційних процесів, реалізації стратегічних сценаріїв та посилення конкурентних позицій.

Наукові положення, висновки і пропозиції дисертаційної роботи в достатній мірі обґрунтовані і достовірні, що підтверджується фундаментальністю концепцій дослідження. Отримані автором наукові положення сформульовані коректно. За кожним визначений науковий результат, сутність його новизни та її ступінь. Слід зауважити, що отримані результати значно розширюють попередні наукові дослідження проблем маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємств в умовах трансформаційних змін економіки.

Теоретичне та практичне значення отриманих результатів

Теоретичне значення одержаних результатів полягає у розробці теоретико-методичних та науково-практичних основ маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою промислового підприємства.

Наукові результати використовуються в освітньому процесі Хмельницького національного університету при викладанні таких навчальних дисциплін як «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Маркетинг», «Маркетингова аналітика» (довідка про впровадження № 006/610 від 2.09.2024 р.).

Характерною рисою рецензованої дисертаційної роботи слід визнати те, що більшість наукових положень має прикладний характер та чіткий взаємозв'язок з практикою.

Положення та результати дисертаційної роботи, запропоновані до практичного використання Департаментом міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької обласної військової адміністрації (довідка № 1964/0-1 від 9.12.2024 р.), Департаментом економіки і інвестицій Вінницької міської ради (довідка № 11/00/004/1796-25 від 6.12.2024 р.), Хмельницькою обласною організацією Спілки економістів України (довідка № 7 від 12.09.2024 р.), та впроваджено у діяльність машинобудівних підприємств Вінницької та

Хмельницької областей: ПАТ «Барський машинобудівний завод» (довідка про впровадження № 265 від 2.10.2024 р.), ПрАТ «Калинівський машинобудівний завод» (довідка про впровадження № 168 від 21.10.2024 р.), ТОВ «Краснянське СП «Агротех»» (довідка про впровадження № 124 від 19.12.2024 р.), ПАТ «Укрелектроапарат» (довідка про впровадження № 468 від 15.10.2024 р.), що підтверджує їх прикладну значимість та перспективи впровадження отриманих результатів у роботі підприємств.

Повнота викладу наукових і практичних результатів дисертації в опублікованих працях

Ключові результати, висновки, елементи наукової новизни, викладені в дисертації Келмановича О., знайшли відображення у наукових публікаціях автора. За результатами дослідження опубліковано 19 наукових праць, загальним обсягом 7,28 друк. арк., з яких особисто автору належить 5,52 друк. арк., у тому числі: 1 стаття у виданні, що індексується і реферується в базах даних Scopus, Web of Science загальним обсягом 1,1 друк. арк. (особисто автору належить 0,4 друк. арк.); 11 статей у фахових наукових виданнях України обсягом 4,94 друк. арк. (особисто автору належить 3,88 друк. арк.); 7 наукових одноосібних публікацій, що додатково відображають результати дослідження загальним обсягом 1,24 друк. арк.

Опубліковані наукові праці у повній мірі відображають зміст дисертаційної роботи та в достатній мірі представляють її основні результати. Аналіз публікацій автора дозволяє зробити висновок, що рецензована робота характеризується оригінальністю, самостійністю і науковою новизною, застосуванням автором власних підходів до розв'язання цілої низки питань. Кількість публікацій є достатньою для висвітлення результатів дисертації на здобуття наукового ступеня доктора філософії відповідно до вимог.

Ідентичність змісту анотації та основних положень дисертації

Порівняльний аналіз анотації та основних положень дисертації Келмановича О. засвідчує їх повну відповідність. Анотація не містить інформації, яка б була відсутня у тексті дисертаційної роботи. Дисертація та оприлюднена анотація оформлені відповідно до вимог, встановлених МОН України.

Дискусійні положення та зауваження щодо змісту дисертації

У цілому позитивно оцінюючи наукові результати, отримані в дисертаційному дослідженні та їх практичне значення, слід відзначити окремі

дискусійні моменти та висловити деякі зауваження стосовно роботи Келмановича О.:

1. У першому розділі дисертаційної роботи при дослідженні концепцій маркетингу та їх еволюційного розвитку у трансформаційному середовищі при зіставленні змістовного наповнення концепцій маркетингу від 1.0 до 4.0 (табл.1.1, с. 38-39) було б доцільно вказати й інші подальші модифікації маркетингу, в основі яких лежить модель 4Р.

2. В другому розділі дисертаційної роботи на рис.2.8 автором наведено схематичне представлення закономірностей адаптивності дій управлінців внаслідок впливів трансформаційного середовища на маркетингове забезпечення промислового підприємства (с.139-140). Варто було б конкретизувати «трансформаційні зміни» чи «трансформаційне середовище».

3. Робота склала б ще більш позитивне враження за умови деталізації практичного застосування оціночних показників маркетинг-менеджменту економічної безпеки промислового підприємства (табл.2.10, с. 159-162).

4. На рис. 3.12, с. 224-226 у запропонованій автором підсистемі моніторингу та контролінгу стану фінансово-економічної безпеки в маркетинговому стратегічному управлінні підприємством варто було б розширити коло суб'єктів маркетингового управління.

5. У розділах присутня диспропорційність за обсягами, а саме перший розділ за кількістю сторінок є найбільшим.

ЗАГАЛЬНИЙ ВИСНОВОК

Дисертаційна робота Келмановича Олександра на тему: «Маркетингове стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін» є завершеною, самостійно виконаною працею, в якій викладено авторський підхід щодо визначення теоретико-методичних та науково-практичних основ маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою промислового підприємства, маркетингового забезпечення економічної безпеки, а також побудови архітектоніки маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою машинобудівних підприємств.

Дослідження є цілісним, логічно структурованим, носить завершений характер. Обрану тему дисертації розкрито, поставлену мету досягнуто, задачі дисертаційної роботи вирішено. Основні наукові положення роботи обґрунтовано, достатньо повно висвітлено в опублікованих наукових працях. Дисертацію виконано на достатньо високому науково-теоретичному,

методичному та практичному рівнях з дотриманням вимог доброчесності

Враховуючи актуальність, новизну, важливість одержаних автором наукових результатів, їх обґрунтованість, а також значну теоретичну і практичну значимість сформульованих положень і висновків, дисертаційна робота Келмановича О. «Маркетингове стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін» відповідає вимогам пп.6-9 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 року №44 (зі змінами), а її автор Келманович Олександр заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Рецензент:

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економічної теорії,
підприємництва та торгівлі Хмельницького
національного університету

Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ

Підпис засвідчую:

Проректор з науково-педагогічної роботи
Хмельницького національного університету



Віктор ЛОПАТОВСЬКИЙ