

ВІДГУК

офіційного опонента на дисертаційну роботу

Келмановича Олександра

на тему «Маркетингове стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін»,
представлену на здобуття ступеня доктора філософії
в галузі знань 07 Управління та адміністрування
за спеціальністю 075 Маркетинг

Актуальність теми дослідження. Посилення процесів трансформаційних змін середовища, в якому на сьогодні функціонують підприємства, істотно впливає на стратегію розвитку машинобудівних підприємств і актуалізує орієнтацію їх розвитку у напрямі інноваційного маркетингу. Загострення кризових явищ і протиріч у суспільстві, наслідки пандемії Covid-19 та військових дій на території України спричинили значне падіння промислового виробництва. Відбудова економіки країни можлива за умови активізації таких значущих напрямів, як цілеспрямованість бізнес-орієнтирів, покращення фінансового стану підприємств, інноватизація та діджиталізація усіх сфер їх діяльності, виробництво конкурентоспроможних товарів та розширення ринків збуту. У такій ситуації особливої актуальності набувають питання маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємств в умовах конвергенції трансформаційних змін як одного з головних напрямів забезпечення їх ефективної діяльності.

У зв'язку з вищевикладеним дисертаційна робота Келмановича Олександра присвячена досить актуальній темі, що передбачає розвиток теоретико-методичних основ та накреслення шляхів формування маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін, має важливе наукове і практичне значення.

Дисертаційна робота виконана відповідно до тематики науково-дослідних робіт Хмельницького національного університету за темою «Моделювання стратегій безпечного розвитку інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем» (номер держреєстрації 0122U001212).

Оцінка обґрунтованості наукових результатів дисертації, їх достовірності та новизни.

Наукові положення, висновки та рекомендації, викладені в дисертаційній роботі, є обґрунтованими та достовірними, базуються на теоретичних та науково-практичних дослідженнях вітчизняних і зарубіжних вчених, законодавчих та нормативно-правових актах України, офіційних даних Державної служби статистики України, Головного управління статистики у Вінницькій та Хмельницькій областях, звітах міністерств, науково-дослідних центрів, даних фінансово-статистичної звітності машинобудівних підприємств, а також висновках, які були зроблені в результаті власних досліджень автора.

Достатня міра обґрунтованості наукових положень, висновків та рекомендацій, що містяться в дисертації, підтверджується широким використанням сучасних методів дослідження, серед яких варто відмітити методи діалектичного пізнання, теоретичного узагальнення та порівняння, групування, системного аналізу, абстрактно-логічного аналізу та синтезу, статистичного аналізу, економіко-порівняльного аналізу, експертного оцінювання, прогнозування, гармонійного аналізу і формалізації, що підтверджує обґрунтованість отриманих наукових результатів та положень, сформульованих автором.

Наукова новизна результатів дисертаційного дослідження полягає в подальшому поглибленні теоретико-методичних засад та розробці науково-прикладних рекомендацій щодо формування маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства в умовах конвергенції трансформаційних змін.

Дисертантом на основі дослідження концептуальних основ маркетингу, їх еволюційного розвитку, особливостей маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою промислових підприємств розроблено концептуальну процесно-компетентнісну модель структурної синхронізації стратегічного маркетингового забезпечення фінансово-економічної безпеки промислового підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін з

урахуванням взаємозв'язку між системою менеджменту, системою стратегічного управління, системою стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства та запропоновано власне бачення архітектури маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою промислового підприємства як синтезу дослідницько-аналітичної, функціонально-цільової та організаційно-методичної складових із деталізацією визначених цілей, системи принципів, інструментарію, методів, технологій та комплексу функцій (С. 101–106).

В роботі розвинуто понятійно-категоріальний апарат теорії управління у частині трактування понять: «маркетинг», «стратегічний маркетинг» (с. 48–52) та «маркетингове стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства» (с. 64–67),

На особливу увагу заслуговує авторське дослідження трендів розвитку сучасного маркетингу машинобудівних підприємств України, що дозволило дисертанту удосконалити науково-методичний підхід до процесів ціноутворення (формування початкової ціни) в контексті забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства, що базується на взаємоузгодженості цінової стратегії із маркетинговою концепцією та базовими цілями забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства (с. 174–180).

Отже, в дисертаційній роботі поставлені наукові завдання виконано повністю, здобувач повною мірою оволодів методологією наукової діяльності.

Оцінка змісту дисертації, її завершеність та дотримання принципів академічної доброчесності.

За своїм змістом дисертаційна робота здобувача Келмановича Олександра повністю відповідає Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг.

Дисертаційна робота виконана на належному науковому рівні, є завершеною науковою працею і свідчить про наявність особистого внеску дисертанта у теорію маркетингу в частині формування маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін.

У дисертації Келмановича Олександра відсутні порушення академічної доброчесності. Використані ідеї, результати і тексти інших авторів мають належні посилання на відповідне джерело.

Мова та стиль викладення результатів.

Дисертаційна робота написана українською мовою. Матеріал викладено в науковому стилі, логічно, доступно та послідовно, із використанням загальноприйнятої термінології. Висновки та пропозиції є достатньо аргументованими.

Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг дисертації 288 сторінок.

У вступі обґрунтовано актуальність обраної теми, її зв'язок з науковими програмами, визначено мету і завдання дослідження; розкрито предмет і об'єкт дослідження, висвітлено методи, використані в процесі роботи, розкрито наукову новизну та практичне значення одержаних результатів, подано відомості про апробацію, публікації, структуру й обсяг роботи.

У першому розділі наведено основні теоретико-методичні напрями наукових досліджень, присвячених специфіці маркетингової діяльності промислових підприємств. Значну увагу приділено дослідженню поглядів на розуміння концепцій маркетингу у вітчизняних та зарубіжних джерелах, аналізу їх еволюційного розвитку (зокрема виробничої, товарної, збутової, маркетингової, соціально-відповідальної, маркетингу взаємовідносин, сервісної та комунікаційної концепцій) та притаманних їм характерних особливостей. Досліджено наукові підходи до визначення «маркетингу» та «стратегічного маркетингу» із формуванням авторських визначень (с. 48–52). На основі проведених досліджень дисертантом запропоноване власне бачення системи маркетингового стратегічного управління фінансово-економічної безпекою підприємства та схематично представлено складові (компоненти) фінансово-економічної безпеки у забезпеченні маркетингової діяльності підприємства із зазначенням функціонально-процесних та забезпечуючих зв'язків.

У другому розділі на основі проведеного аналізу дисертантом визначено основні тенденції розвитку машинобудівних підприємств України з позиції маркетингового забезпечення їх фінансово-економічної безпеки та проаналізовано основні фактори, впливають на фінансово-господарську діяльність підприємств галузі (с. 111 – 149). Досліджено основні ризики, загрози та негативні фактори, що мають бути об'єктами швидкого реагування з боку фахівців маркетинг-менеджменту промислового підприємства, надано пропозиції щодо їх усунення. На особливу увагу заслуговують висновки щодо потенціалу досліджуваних підприємств для розвитку маркетингової діяльності, в тому числі і щодо напрямів підвищення фінансово-економічної безпеки.

Проведений аналіз дозволив визначити ключові оціночні показники в маркетинговому стратегічному управлінні фінансово-економічною безпекою підприємства, що слугують підґрунтям обґрунтування управлінських рішень щодо реалізації обраних стратегій розвитку в умовах конвергенції трансформаційних змін та запропонувати алгоритм оцінки параметрів маркетинг-менеджменту економічної безпеки промислових підприємств (параметрів збутової, товарної, цінової політики, маркетингових витрат, рівня фінансово-економічної безпеки підприємства із підсистемою базових оціночних показників та пропозицією розрахунку відповідного узагальнюючого інтегрального параметра маркетинг-менеджменту економічної безпеки) (с. 150 – 164).

У третьому розділі проведено оцінку формування маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства в умовах трансформаційних змін та запропоновано напрями удосконалення товарної політики промислового підприємства (у розрізі її базових складових: конкурентоспроможність, якість товару, інновації, товарний асортимент, марка та бренд, маркування, життєвий цикл товару та його позиціонування) (с. 168-170); цінової політики (с. 170-177) та комунікативної політики (с. 177-182).

Заслуговує на увагу авторське бачення процесів стратегізації фінансово-економічної безпеки промислового підприємства (с. 183-184), логіка маркетингової стратегії підприємства (с. 187), виділення особливостей

формування маркетингової стратегії підвищення фінансово-економічної безпеки підприємства (с. 191) та побудова архітектури маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства на основі досяжності прогнозних показників (с. 195), що характеризується удосконаленням управлінських процесів, спрямованих на підвищення фінансово-економічної безпеки підприємства .

Автор акцентує увагу на моніторингу та контролінгу стану підвищення фінансово-економічної безпеки підприємства в маркетинговій стратегії (с. 213-226).

Дисертаційна робота оформлена відповідно до вимог наказу МОН України від 12 січня 2017 р. № 40 «Про затвердження вимог до оформлення дисертації».

Практичне значення одержаних результатів.

Практична цінність дослідження полягає у тому, що розроблені дисертантом положення та сформований методичний інструментарій доведено до рівня прикладного застосування і запропоновано до практичного використання Хмельницькою обласною організацією Спілки економістів України (довідка № 7 від 12.09.2024 р.), 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.), та впроваджено в 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 «Агромаш» (довідка про впровадження № 124 від 19.12.2024 р.), ПАТ «Укрелектроапарат» (довідка про впровадження № 468 від 15.10.2024 р.).

Оприлюднення результатів дисертаційної роботи.

Основні результати дослідження достатньо повно висвітлені у 19 наукових публікаціях здобувача, серед яких 11 статей у наукових виданнях, включених

до переліку наукових фахових видань України, та 1 публікація, що індексується і реферується в базах даних Scopus, Web of Science та ін.

Отримані Келмановичем Олександром наукові результати апробовано на 7 наукових фахових конференціях, що також можна вважати підтвердженням їх достовірності.

Таким чином, наукові результати описані в дисертаційній роботі, достатньо повно висвітлені у наукових публікаціях здобувача.

Недоліки та зауваження до дисертаційної роботи.

Не зменшуючи вагомості і достатньо високого наукового рівня дисертаційної роботи Келмановича Олександра, слід вказати на окремі недоліки та дискусійні положення, що дають підстави вислови такі критичні зауваження:

1. У першому розділі дисертації ґрунтовно досліджено теоретико-методичні основи маркетингової діяльності як форми взаємодії підприємства із суб'єктами ринку (с. 33-105). Але, автору при систематизації наукових підходів до визначення маркетингу, стратегічного маркетингу та пропонуванні власного бачення даного процесу (с. 48-51), варто було більше уваги зацентувати на маркетинговій діяльності саме промислових підприємств, окресливши складові маркетингового управління.

2. Досліджуючи у дисертаційній роботі, зокрема у підпункті 1.4, прийняття та імплементацію маркетингових управлінських рішень, автором запропоновано системну орієнтованість напрямів удосконалення прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень підприємства (с. 91-93). На нашу думку, дане питання у дослідженні варто було б удосконалити, зазначивши й основні підходи до оцінювання їх ефективності.

3. У другому розділі дисертації, поряд із значною оцінкою рівня маркетингового забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств (с. 111-131), аналізом динаміки основних показників фінансово-господарської діяльності досліджуваних машинобудівних підприємств (с. 129-131) бажано було б зосередити більше уваги на вирішенні питань щодо поліпшення загалом

маркетингового забезпечення. Також, слід було б крім проведеного аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств посилити аналіз їх маркетингової складової.

4. У підпункті 2.3 дисертаційної роботи автор проводить дослідження вибору та встановлення показників маркетинг-менеджменту економічної безпеки підприємств в системі конвергенції трансформаційних змін (с. 150-164), наводячи підсистему базових оціночних показників маркетинг-менеджменту економічної безпеки промислового підприємства (табл. 2.10). Водночас, вважаємо, що автор мав би більш детально описати індикатори маркетингової діяльності саме досліджуваних підприємств.

5. У параграфі 3.2, при визначенні процесів стратегізації фінансово-економічної безпеки промислового підприємства (с. 183–186), було б доречно зазначити, що відрізняє зазначені процеси від тих, які вже набули практичного застосування.

Вважаю, що висловлені зауваження загалом носять рекомендаційний характер, не є визначальними і не зменшують загальну наукову новизну та практичну значимість результатів та не впливають на позитивну оцінку дисертаційної роботи.

Висновок про дисертаційну роботу.

Вважаю, що дисертаційна робота здобувача ступеня доктора філософії Келмановича Олександра на тему «Маркетингове стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін» виконана на високому науковому рівні, не порушує принципів академічної доброчесності та є завершеним науковим дослідженням, сукупність теоретичних та практичних результатів якого розв'язує наукове завдання, що має істотне значення для галузі знань. 07 Управління та адміністрування. Дисертаційна робота за актуальністю, практичною цінністю та науковою новизною повністю відповідає вимогам чинного законодавства України, що передбачені в п.6 – 9 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу

вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44 (із змінами, внесеними згідно з Постановами КМУ № 341 від 21.03.2022 р., № 502 від 19.05.2023 р. та № 507 від 03.05.2024 р.).

Здобувач Келманович Олександр заслуговує на присудження ступеня доктора філософії в галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Офіційний опонент:

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри маркетингу
Національного університету
харчових технологій

Ольга ПЕТУХОВА

«12» березня 2025 року

