

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації

**на тему «Маркетингове стратегічне управління фінансово-економічною
безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін»**

здобувача наукового ступеня доктора філософії

Келмановича Олександра

з галузі знань 07 – Управління та адміністрування

за спеціальністю 075 – Маркетинг

Публічна презентація проведена на спільному засіданні кафедр «Маркетингу» та «Міжнародних економічних відносин» 14 січня 2025 року, протокол № 3, в онлайн форматі (запис додається).

В результаті аналізу опрацювання теоретичних та практичних положень дисертаційного дослідження, поданих до розгляду наукових публікацій за темою дисертації, результатів виконання здобувачем освітньо-наукової програми, а також за підсумками проведення фахового семінару визначено наступне.

1. Актуальність теми дослідження. Здобувач переконливо обґрунтовує важливість та нагальність наукового опрацювання питань, що є предметом його дослідження, висвітлюючи зв'язок теми дисертації із сучасними дослідженнями у відповідній галузі знань шляхом критичного аналізу з визначенням сутності наукового завдання. Зокрема, здобувач звертає увагу на таке.

За умов посилення інтеграційних процесів, частих змін умов функціонування, промисловим підприємствам потрібно створювати адаптаційні механізми, удосконалювати систему управління фінансово-господарською діяльністю, визначати напрями підвищення конкурентоздатності продукції та перспективи розширення ринків збуту, а також удосконалювати маркетингову діяльність. Внесення змін у процеси проведення маркетингових досліджень, формування маркетингових стратегій, сегментування ринку із розглядом питань щодо позиціонування виробів сприятиме підвищенню рівня ефективності маркетингу на

підприємстві. Лише за умови удосконалення технологій забезпечення ефективної маркетингової діяльності для підприємства стає можливим розширювати ринкові сегменти збуту, постійно відслідковувати зміну споживчих вподобань, а також тенденції ведення бізнесу на тому чи іншому сегменті збуту продукції. Зміна потреб споживачів, посилення конкурентної боротьби як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках вимагають від керівництва та провідних маркетингологів формування ефективної системи маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства.

Актуальним є розкриття основоположних підходів науковців до трактування маркетингового стратегічного управління підприємством із доведенням ролі маркетингу у підвищенні фінансово-економічної безпеки та результативності ведення бізнесу в умовах посилення інтеграційних процесів та трансформаційних змін ринкової економіки. Стратегізація маркетингу фінансово-економічної безпеки постає новітнім інструментарієм в управлінні промисловим підприємством, який забезпечить цілеспрямованість бізнес-орієнтирів, результативність ведення бізнесу, покращення фінансового стану та забезпечення конкурентоспроможності.

З огляду на вищезазначене, дисертаційне дослідження Келмановича О. «Маркетингове стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін» має як теоретичний, так і практичний характер, є своєчасним і актуальним.

2. Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація Келмановича О. виконана відповідно до планів науково-дослідних робіт Хмельницького національного університету в межах науково-дослідної теми: «Модельовання 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.

Сукупність теоретико-методологічних положень та результатів, представлених у дисертації, дозволяє зауважити, що її виконання є важливою складовою частиною науково-дослідних робіт університету.

3. Наукова новизна отриманих результатів. Представлені в дисертації положення, концептуальні засади, структура, постановка завдань

та їх вирішення, узагальнені висновки є результатом реалізації авторських ідей і самостійно виконаної наукової праці. У роботі обґрунтовано низку концептуальних положень, узагальнень та висновків, які відповідають критеріям наукової новизни, зокрема:

вперше:

– розроблено концептуальну процесно-компетентісну 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; комплекс функцій, принципів, інструментарію та методичного забезпечення маркетингу фінансово-економічної безпеки; 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;

– побудовано архітектуру маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою промислового підприємства, яка сформована із дослідницько-аналітичної, функціонально-цільової та організаційно-методичної складових, визначених цілей, системи принципів, інструментарію, методів, технологій та комплексу функцій на основі структурної синхронізації маркетинг-менеджменту та основ підвищення безпеки за цілеспрямованим на досягнення стратегічних (безпекових) орієнтирів із застосуванням функціонально-цільового і процесного управління, планування, комплексне використання яких сприяє ефективній реалізації маркетингової стратегії розвитку підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін;

удосконалено:

– науково-змістовне формулювання у визначенні категорій «маркетингу», «стратегічного маркетингу» та «маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства», яке, на відміну від наявних,

розкриває функціонально-цільове та процесне наповнення маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою промислового підприємства, 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;

– 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;

набули подальшого розвитку:

– науково-методичний підхід до побудови рівневого цілеспрямування у забезпеченні маркетингу фінансово-економічної безпеки промислового підприємства, 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 та визначає необхідність використання запропонованої типової структури плану маркетингу, 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;

– науково-методичні підходи щодо систематизації зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на маркетингове забезпечення промислових підприємств, 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;

– профіль комплексної структуризації та аналізу досьє 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, який, на відміну від інших, надасть 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.

4. Теоретичне та практичне значення результатів дисертації полягає у тому, що теоретичні положення, висновки та рекомендації дисертаційної роботи, що розкривають зміст маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою промислового підприємства доведені до рівня їх практичного застосування машинобудівними підприємствами. Побудована архітектоніка маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою промислового підприємства, яка сформована із дослідницько-аналітичної, функціонально-цільової та організаційно-методичної складових, визначених цілей, системи принципів, інструментарію, методів, технологій та комплексу функцій сприяє ефективній реалізації маркетингової стратегії розвитку підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін.

5. Використання результатів роботи. Отримані результати дисертаційного дослідження у вигляді практичних рекомендацій апробовані Хмельницькою обласною організацією Спілки економістів України, Департаментом міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької обласної військової адміністрації, Департаментом економіки і інвестицій Вінницької міської ради та рекомендовані для практичного використання підприємствам машинобудівної промисловості, а також знайшли практичне застосування у діяльності ПАТ «Барський

машинобудівний завод», ПрАТ «Калинівський машинобудівний завод», ТОВ «Краснянське СП «Агромаш», ПАТ «Укрелектроапарат».

Науково-практичні рекомендації на основі сформованих теоретико-методичних висновків використовуються в навчальному процесі Хмельницького національного університету при викладанні таких дисциплін як «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Маркетинг», «Маркетингова аналітика».

6. Особиста участь автора в одержанні наукових та практичних результатів, що викладені в дисертаційній роботі. Дисертаційна робота Келмановича О. є одноосібно проведеним науковим дослідженням, в якому викладено авторський підхід до формування теоретичних, науково-методичних, практичних засад та рекомендацій щодо вирішення поставленого завдання – формування маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства в умовах конвергенції трансформаційних змін.

Основні положення дисертаційної роботи, наукові результати, висновки, пропозиції та рекомендації, які виносяться на захист, опубліковані у фахових наукових виданнях. З наукових праць у дисертаційній роботі використані ідеї та положення, запропоновані лише особисто автором.

Дисертаційна робота виконана на кафедрі Міжнародних економічних відносин Хмельницького національного університету, науковий керівник доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України Нижник Віктор Михайлович.

Розглянувши звіт подібності щодо перевірки на плагіат, встановлено, що дисертаційна робота Келмановича Олександра є результатом самостійних досліджень здобувача і не містить елементів плагіату та запозичень. Використані ідеї, результати і тексти інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Дисертаційна робота характеризується єдністю змісту та відповідає вимогам щодо її оформлення. Стиль викладення в дисертації матеріалів дослідження, наукових положень, висновків і рекомендацій забезпечують легкість і доступність їх сприйняття. Дисертаційне дослідження відповідає обраній темі, розкриває її та підтверджує, що автором вирішено поставлені у роботі завдання.

7. Перелік публікацій за темою дисертації. Аналіз наукових публікацій, повноти опублікування результатів дисертації та особистого внеску здобувача, засвідчив, що результати дослідження, які викладені в дисертаційній роботі, повною мірою відображають основні положення та висновки роботи, доповідалися та обговорювалися на міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях.

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.

Список публікацій здобувача за темою дисертації:

а) в яких опубліковані основні наукові результати:

у вітчизняних та закордонних виданнях, що включені до міжнародних наукометричних баз даних:

1. Kelmanovich A., Trusova N., Chorna L., Kudlaenko S., Denysiuk O. Glocal Dimensions of the Safe Development of Marketing Communications of Transnational Corporations. *Review of Economics and Finance*. 2022. N. 20. P. 1179–1195. (1,1 друк. арк., з них 0,4 авторські). **Індексується і реферується в базах даних:** Scopus, Web of Science, Index Copernicus, Portico, DRJI, SJR, Google Scholar, ECONBIZ, EBSCO HOST, RePEc, CrossRef та ін.

у наукових фахових виданнях України:

2. Келманович О. Підходи до оцінки рівня маркетингового забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств. *Development Service Industry Management*. 2024. № 1. С. 299–304. (0,4 друк. арк.). **Індексується і реферується в базах даних:** Index Copernicus, Google Scholar, CrossRef, НБУ ім. В. І. Вернадського.

3. Келманович О. Сучасні аспекти формування маркетингової стратегії підвищення фінансово-економічної безпеки підприємства. *Modeling the development of the economic systems*. 2024. № 2. С. 333–339. (0,39 друк. арк.).

Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar, CrossRef, НБУ ім. В. І. Вернадського.

4. Келманович О. Контролінг в системі забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки.* 2024. Т. 330. № 3. С. 517–522. (0,37 друк. арк.). *Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar, CrossRef, НБУ ім. В. І. Вернадського.*

5. Келманович О., Чорна Л. О., Кудлаєнко С. В., Чорна Н. Ю. Кадрове управління та його техніко-технологічне забезпечення як складова оперативного та стратегічного менеджменту. *Агросвіт.* 2024. № 10. С. 4–11. (0,67 друк. арк., з них 0,17 авторські). *Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar.*

6. Келманович О., Чорна Н. Ю., Кудлаєнко С. В. Інноваційна складова стратегії соціально-економічного розвитку та забезпечення економічної безпеки регіону в контексті перспектив впровадження глобальних новацій. *Інвестиції: практика та досвід.* 2024. № 15. С. 72–79. (0,84 друк. арк., з них 0,28 авторські). *Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar.*

7. Келманович О. Маркетинг фінансово-економічної безпеки підприємства: інноваційний аспект. *Цифрова економіка та економічна безпека.* 2023. Вип. 9(09). С. 152–156. (0,37 друк. арк.). *Індексується і реферується в базах даних: Google Scholar, Index Copernicus, Open Ukrainian Citation Index (OUCI).*

8. Келманович О. Наукова полеміка з питань імплементації маркетингових управлінських рішень в процесі управління підприємством. *Науковий журнал «Причорноморські економічні студії».* 2023. Вип. 84. С. 74–78. (0,4 друк. арк.). *Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar, НБУ ім. В. І. Вернадського.*

9. Келманович О. Вплив факторів на показники фінансово-економічної безпеки підприємства в системі конвергенції трансформаційних змін. *Науковий погляд: економіка та управління.* 2023. № 4(84). С. 48–53. (0,39 друк. арк.). *Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar, НБУ ім. В. І. Вернадського.*

10. Келманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств. *Вісник Хмельницького національного*

університету. Серія: Економічні науки. 2021. № 3. С. 182–185. (0,38 друк. арк.). **Індексується і реферується в базах даних:** *Index Copernicus, Google Scholar, CrossRef, НБУ ім. В. І. Вернадського.*

11. Келманович О. Концептуальні засади маркетингового управління підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 4. Т 3. С. 362–365 (0,37 друк. арк.). **Індексується і реферується в базах даних:** *Index Copernicus, Google Scholar, CrossRef, НБУ ім. В. І. Вернадського.*

12. Келманович О. Теоретико-методичні підходи маркетингового забезпечення промислових підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 6. Т. 2. С. 427–429 (0,36 друк. арк.). **Індексується і реферується в базах даних:** *Index Copernicus, Google Scholar, CrossRef, НБУ ім. В. І. Вернадського.*

б) які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

13. Келманович О. Маркетингова стратегія підвищення фінансово-економічної безпеки підприємства. «*Modern Movement of Science*» : матеріали XVI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (14-15 жовтня 2024 р., м. Дніпро). URL : <http://www.wayscience.com/konferentsiya-16-14-15-zhovtnya-2024/>. (0,17 друк. арк.).

14. Келманович О. Функціональне забезпечення маркетингу фінансово-економічної безпеки підприємства. *Актуальні питання економіки, обліку та права в сучасних умовах* : збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (30 грудня 2023 р., м. Житомир). – Житомир : ЦФЕНД, 2023. С. 37–38. (0,18 друк. арк.).

15. Келманович О. Інформаційна складова маркетингової політики підприємства в контексті забезпечення економічної безпеки. International scientific-practical conference «*Vectors of science, education and technology development in the context of globalization*»: conference proceedings (20 December 2023, Tampere, Finland). Tampere, Finland : Scholarly Publisher ICSSH, 2023. P. 24–25. (0,16 друк. арк.).

16. Келманович О. Основи маркетингу фінансово-економічної безпеки підприємства. *Сучасний стан та основні пріоритети розвитку економіки* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (23 грудня 2022 р., м. Одеса). – Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2022. С. 8–10. (0,17 друк. арк.).

17. Келманович О. Шляхи підвищення ефективності маркетингових досліджень. The 4th International scientific and practical conference «*Science and innovation of modern world*» (21-23 December, 2022, London). Cognum Publishing House, London, United Kingdom. 2022. С. 637–639. (0,19 друк. арк.).

18. Келманович О. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. *Актуальні проблеми економіки, обліку, фінансів та права: теорія і практика* : збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (16 грудня 2022 р., м. Житомир). – Житомир : ЦФЕНД, 2022. С. 54–55. (0,18 друк. арк.).

19. Келманович О. Значення маркетингової діяльності для промислових підприємств. Міжнародна науково-практична конференція «*Стратегічні пріоритети розвитку економіки, фінансів, обліку і права в Україні та світі*» (15 червня 2022 р., м. Полтава). – Полтава : ЦФЕНД, 2022. С. 39–41. (0,19 друк. арк.).

ВВАЖАТИ,

що дисертаційна робота Келмановича Олександра «Маркетингове стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін», яка подана на здобуття ступеня доктора філософії, за своїм науковим рівнем та практичною цінністю, змістом та оформленням повністю відповідає вимогам пп. 6, 7, 8, 9 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради Закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44, та відповідає напрямку наукового дослідження освітньо-наукової програми Хмельницького національного університету зі спеціальності 075 – Маркетинг.

РЕКОМЕНДУВАТИ:

дисертаційну роботу «Маркетингове стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних

змін», подану Келмановичем Олександром на здобуття ступеня доктора філософії, до захисту.

Головуючий публічної презентації

спільного засідання кафедр

«Маркетингу»

та «Міжнародних економічних відносин»

доктор економічних наук, професор _____ Дмитро ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ

(підпис)