

ВІДГУК

опонента на дисертаційну роботу
Герасимова Олександра Костянтиновича
на тему: «Теоретичне та методичне забезпечення
ефективності діяльності підприємства: маркетинговий
аспект», подану на здобуття наукового ступеня
доктора філософії у
галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
за спеціальністю 051 «Економіка»

**Актуальність обраної теми дослідження та її зв'язок з науковими
програмами, планами, темами.**

Сучасні умови функціонування і розвитку підприємств вимагають від них своєчасної реакції на зміни у внутрішньому, а особливо у зовнішньому середовищі, для забезпечення ефективності господарювання, про що вказується у Стратегії сталого розвитку України до 2020 року, Стратегії інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів, Концепції розвитку економіки до 2030 р. Врахування змін дозволяє підприємствам перерозподіляти внутрішні економічні ресурси у відповідності із мінливими пріоритетами розвитку, формувати ефективні взаємовідносини з постачальниками, споживачами, конкурентами та органами державного управління і місцевого самоврядування на основі моніторингу та діагностування ринку, тобто з урахуванням результатів маркетингових досліджень, які є підґрунтям забезпечення економічної ефективності господарювання. Таким чином, саме зміни очікувань, вподобань і уявлень суб'єктів зовнішнього середовища про здобутки підприємств та результати їх економічної діяльності у комплексі забезпечують досягнення й зростання економічної ефективності. Про це свідчить й досвід провідних країн та їх промислового сектору: для досягнення та утримання певного рівня ефективності необхідно орієнтуватися на результати маркетингових досліджень щодо суб'єктів ринку та використання економічних ресурсів, орієнтуючись на

ХНЕУ ім.С.Кузнеця
ВХ. № 20/86-01-191
" 19 " 11 2020р.

ключові фактори успіху. Таким чином, необхідність удосконалення теоретичних і методичних засад економічної ефективності полягає у врахуванні маркетингового аспекту діяльності підприємств, що об'єктивно підвищує пріоритетність та актуальність тематики дисертаційної роботи Герасимова О.К. та підтверджує її відповідність пріоритетним напрямам наукових досліджень.

Актуальність тематики, мети та поставлених завдань дисертації відповідає планам наукових досліджень Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця за темою «Забезпечення ефективності діяльності підприємства інструментами маркетингу» (номер державної реєстрації 0117U000985), де особисто здобувачем виконано 3 розділи: теоретичні положення ефективності діяльності підприємства, організаційно-економічний механізм маркетингового забезпечення ефективності діяльності підприємства, методичні підходи до оцінки ефективності функціонування підприємства та його маркетингової підсистеми. Науково-практичні результати, викладені у наведених розділах, представлені у дисертаційній роботі. Таким чином, тематика дисертації та викладені пропозиції й висновки є актуальними і мають науково-теоретичне та практичне значення.

Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків і рекомендацій

Представлена дисертаційна робота Герасимова О.К., опубліковані праці дають можливість відзначити, що наукові результати, висновки та рекомендації характеризуються достатнім рівнем обґрунтованості і достовірності та є професійно аргументованими.

У дисертації були використані положення сучасних теорій економіки підприємств, маркетингу, що свідчить про її теоретичну актуалізованість, яка підтверджується значною і достатньою кількістю наукових і аналітичних літературних джерел з досліджуваної проблематики, у т.ч. теоретико-методологічних, методичних та науково-практичних, що дозволило автору

здійснити глибокий критичний аналіз фактичного матеріалу та досягти поставлених наукових результатів.

Обґрунтованість і достовірність наукових пропозицій дисертації підтверджується коректним використанням загальних і спеціальних методів дослідження, що відповідають й адекватно описують його об'єкт і предмет, а саме: методи багатовимірних факторного та кластерного аналізів, експертні методи, проектного і статистичного аналізу та інші.

Обсяги первинної інформації, використані для отримання узагальнених розрахунків і підтвердження висунутих гіпотез, є достатніми й становлять як дані офіційної статистичної звітності підприємств, так і результати експертних опитувань, що перевірені на узгодженість.

Достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертаційній роботі, підтверджується їх публікацією у наукових статтях у фахових виданнях України, що представлені у міжнародних наукометричних базах, міжнародному виданні та у матеріалах профільних міжнародних науково-практичних конференціях.

Представлені результати є логічно обґрунтованими і достовірними, їх доцільно розглядати як суттєвий підсумок проведеної роботи, що повністю відображає основні положення проведеного автором дослідження, що сприятимуть підвищенню ефективності діяльності підприємств з урахуванням комплексних досліджень суб'єктів ринку та внутрішніх чинників підприємств.

Новизна наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації

Глибокий аналіз дисертаційної роботи, опублікованих автором наукових праць дає підстави стверджувати, що основні наукові положення, висновки і рекомендації отримані дисертантом самостійно, містять низку теоретичних, науково-методичних положень і практичних рекомендацій, які присвячені розробленню, науковому обґрунтуванню та практичній апробації теоретико-

методичного забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті.

Основні положенні наукової новизни, представлені у дисертації, полягають у такому.

Автор обґрунтовано поєднав класичну теорію економіки підприємств і теорію маркетингу взаємовідносин із сучасними перспективними напрямками наукових досліджень. У роботі удосконалено теоретичне забезпечення відносно понятійного апарату щодо визначень основних понять дисертації, таких як «економічна ефективність діяльності підприємств» та її «маркетинговий аспект», що лягли в основу всієї роботи й з урахуванням яких розроблено відповідне методичне забезпечення. Особливістю сформульованого поняття «економічна ефективність діяльності підприємства» (с. 40 – 41) є врахування її об'єктивної (на основі використання даних офіційної статистичної звітності про застосування економічних ресурсів) та суб'єктивної (за результатами опитування експертів – постачальників, споживачів та конкурентів про ефективність діяльності підприємства) природи його походження; відмінністю удосконаленого поняття «маркетинговий аспект» (с.41) щодо економічної ефективності є ґрунтування на тріаді «споживачі – постачальники – конкуренти», що об'єднує пріоритетних суб'єктів ринкового середовища прямого впливу, маркетингові дослідження діяльності яких забезпечать зростання прибутку підприємства та його економічної ефективності. Взаємодія досліджених й удосконалених понять у складних системах, якими є підприємства, логічно й наскрізно використовуються у розробленому методичному забезпеченні дисертації та є її теоретичним підґрунтям.

За результатами ґрунтового теоретичного й практичного аналізу діяльності підприємств, автором вперше запропоновано та доведено доцільність комплексного визначення економічної ефективності діяльності підприємства з позицій постачальників, споживачів та конкурентів одночасно на основі об'єктивної та суб'єктивних складових з урахуванням значущості кожної (с. 179 – 184), які є відмінними для кожного виду суб'єктів зовнішнього середовища. Запропоноване кількісне визначення економічної ефективності з уточненням якісних рівнів за шкалою Харінгтона дозволить підприємствам

зосередити увагу на пріоритетних напрямках її підвищення для забезпечення сформованості платоспроможного попиту суб'єктів зовнішнього середовища на вироблену продукцію та генерування потоків прибутку, що сприятиме зростанню економічної ефективності діяльності підприємств на основі проведених маркетингових досліджень.

Доцільно відзначити удосконалений автором методичний підхід до визначення економічної ефективності діяльності підприємства за об'єктивними результатами його господарювання (с. 143, 148 – 165), тобто за об'єктивною складовою ефективності, яка забезпечується використанням економічних ресурсів, що у порівнянні з існуючими пропозиціями враховує актуальні й пріоритетні в сучасних економічних умовах господарювання напрями, такі як інноваційний, людський, фінансовий і виробничий, часткові та інтегральний показники за якими обґрунтовано з використанням багатовимірних факторного та кластерного аналізів.

У дисертації удосконалено методичний підхід до визначення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті – за суб'єктивними очікуваннями споживачів, постачальників та конкурентів, тобто за суб'єктивною складовою (с. 143, 167 – 179). Особливістю розробленого методичного підходу є визначення економічних результатів діяльності підприємства у відповідності з очікуваною мірою задоволення власних потреб суб'єктів прямого зовнішнього впливу в разі встановлення активних взаємовідносин з підприємством. Рівень економічної ефективності діяльності підприємства запропоновано визначати кількісно з використанням експертних методів за обґрунтованою системою показників маркетингового та інформаційно-комунікаційного напрямів та якісно з розподілом за шкалою Харінгтона.

Для підвищення економічної ефективності діяльності підприємств у маркетинговому аспекті в дисертації розроблено методичне забезпечення (с. 185 – 186, 194 – 198, 201, 205 – 207, 221, 222), яке заслуговує на увагу, оскільки має суттєві відмінності від існуючих науково-практичних пропозицій, завдяки використанню програмно-цільового та проектного підходів, що застосовуються як до об'єктивної, так і до суб'єктивної складових економічної ефективності з урахуванням запропонованих цілей, критеріїв, обмежень і пріоритетів.

Практичну цінність методичного забезпечення підтверджено розрахунками очікуваного рівня рентабельності його впровадження на промисловому підприємстві, що є суттєвим.

Об'єднує методичні підходи до визначення економічної ефективності діяльності підприємств за об'єктивною та суб'єктивною складовими, а також методичне забезпечення з її підвищення запропонований організаційно-економічний механізм маркетингового забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства (с.66), що також враховує розвинуті у дисертації теоретичні поняття «економічна ефективність діяльності підприємства» та «маркетинговий аспект». Наведені пропозиції у сукупності суттєво відрізняють запропонований механізм від існуючих.

Висунуті на захист положення наукової новизни опубліковані у достатній кількості й обсязі, відзначаються достатнім рівнем обґрунтованості та достовірності, оскільки отримані на основі застосування сучасних прогресивних теорій економіки підприємств, коректного використання відповідних складності й сутності досліджуваної проблеми методів наукового пізнання, обробки значного масиву наукової інформації та достатньої вибірки статистичних даних, а також опрацювання значної кількості літературних джерел.

Теоретична цінність і практична значущість результатів дослідження, можливі шляхи використання результатів дослідження

Теоретична цінність отриманих наукових результатів полягає в розробленні вперше, удосконаленні та розвитку теоретичних, методичних положень з визначення і підвищення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті, тобто з урахуванням взаємовідносин з суб'єктами прямого впливу зовнішнього середовища.

Основними теоретичними здобутками, що базуються на сучасних економічних теоріях, є такі.

Удосконалено понятійно-термінологічний апарат щодо визначень основних понять дисертації, таких як «економічна ефективність діяльності підприємств» та її «маркетинговий аспект» (с.40 – 41).

Розвинуто організаційно-економічний механізм визначення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті (с. 66).

Відзначені положення наукової новизни є суттєвим здобутком розвитку теорії економіки підприємств, логічно її доповнюють, враховуючи особливості сучасного перебігу економічних процесів. Підтвердженням значущості розроблених положень є їх використання у навчальному процесі Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (довідка № 20/86 – 02 – 119/1 від 10.08.2020 р.).

Викладені положення є теоретичним підґрунтям розробленого методичного забезпечення та практичних рекомендацій, що підкреслює практичну спрямованість перших та комплексність й логічно-структурну побудову дослідження.

Практична значущість положень дисертації полягає в:

уперше запропонованому визначенні економічної ефективності діяльності підприємства з позицій тріади «постачальники – споживачі – конкуренти», що характеризує її маркетинговий аспект (с. 179 – 184);

удосконаленому методичному підході визначення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті за об'єктивною складовою (с. 143, 148 – 165);

удосконаленому методичному підході визначення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті за суб'єктивною складовою (с. 143, 167 – 169);

удосконаленому методичному забезпеченні як проекту з підвищення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті (с. 185 – 222).

Практичну спрямованість результатів дисертаційної роботи підтверджує їх доведеність до рівня практичних рекомендацій, основні з яких впроваджені в діяльність промислових підприємств: ТОВ «Торгово-промислова компанія

«НОВА» (довідка № 24/3 від 23.01.2018 р.) застосовуються методичні підходи до визначення ефективності діяльності підприємства і до її забезпечення, у ПАТ «Харківський підшипниковий завод» (довідка № 36/1 від 04.02.2020 р.), використовуються методичні підходи до визначення об'єктивної та суб'єктивної складових діяльності підприємства та методичне забезпечення обґрунтування основних напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті.

У навчальному процесі Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця використовуються в процесі підготовки: бакалаврів за спеціальністю 073 «Менеджмент» при викладанні дисципліни «Економіка підприємства» розвинений понятійно-термінологічний апарат та запропоновані методичні підходи до визначення економічної ефективності діяльності підприємства за об'єктивною і суб'єктивною складовими; магістрів за спеціальністю 073 «Менеджмент» при викладанні дисципліни «Маркетинг інновацій» методичне забезпечення з підвищення економічної ефективності діяльності підприємства: маркетинговий аспект (довідка № 20/86 – 02 – 119/1 від 10.08.2020 р.).

Повнота викладення основних результатів в опублікованих працях

Основний зміст дисертації відображено у 15 наукових працях, з них: 1 стаття у періодичних наукових виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та Європейського Союзу (Республіка Польща); 8 статей у наукових фахових виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз, з них 1 стаття у науковому фаховому виданні, що індексується у міжнародній наукометричній базі Web of Science; 1 стаття у науковому фаховому періодичному виданні України; 5 тез доповідей на міжнародних наукових і науково-практичних конференціях. Загальний обсяг опублікованих праць за темою дисертації становить 9,58 ум.-друк. арк., особисто автору належить 7,97 ум.-друк. арк.

У спільних наукових публікаціях автором враховано тільки ту частину, яка не стосується наукової новизни співавторів статей, що свідчить про академічну добросовісність автора дисертації.

У процесі оприлюднення наукових результатів було дотримано вимоги пунктів 9, 11 і 12 Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою КМУ від 06.03.2019 р. № 167, а також Наказу МОН від 23.09.2019 № 1220 «Про опублікування результатів дисертацій на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук», що підтверджує достатність публікацій.

З урахуванням зазначеного можна зробити висновок про те, що опубліковані праці в повній мірі відображають основні положення, результати і наукову новизну дослідження.

Відповідність дисертації встановленим вимогам

Дисертація складається з анотації, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. В додатках представлено копії довідок про апробацію результатів, отриманих у ході дослідження. Обсяг основного тексту дисертації становить 8,58 авторських аркуша, що цілком відповідає встановленим вимогам. Виклад матеріалу роботи здійснено у науковому стилі з дотриманням вимог до структури та логіки дослідження згідно завдань, спрямованих на досягнення визначеної мети. Оформлення дисертації відповідає вимогам Наказу МОН України № 40 від 12.01.2017 «Про затвердження вимог до оформлення дисертації».

Дискусійні положення та зауваження щодо змісту дисертації

Відзначаючи в цілому позитивне враження від дисертаційного дослідження, високий науковий рівень його виконання й вагоме практичне значення одержаних автором результатів, слід вказати деякі недоліки, зауваження та дискусійні положення, що є у роботі.

1. У підрозділі 1.1 автор глибоко аналізує види ефективності, вказуючи на відмінності у теоретичному підґрунті та узагальнюючи теорії ефективності у п'ять складових: економічну, динамічну, статистичну, адаптивну та синергетичну. Проте не ідентифікує, до якої складової теорії ефективності він відносить викладені у дисертації власні пропозиції щодо удосконаленого поняття, організаційно-економічного механізму, вперше запропонованого визначення економічної ефективності з позиції постачальників, споживачів та конкурентів та інші здобутки.

2. У 2 розділі дисертації п. 2.1. та 2.2. представлено аналіз зовнішнього середовища економічної діяльності підприємств на макро- та мезоекономічному рівнях. Було б доречно доповнити такий аналіз на мезоекономічному рівні тенденціями зміни взаємовідносин підприємств промисловості з постачальниками, споживачами та конкурентами як основними їх стейкхолдерами.

3. У п.2.3, п.3.2 та п. 3.3 використані методи експертного опитування. Їх використання є коректним, що підтверджується розрахованими коефіцієнтами конкордації та значенням критерія Пірсона. Доцільно було б також вказати, чи один і той же склад експертів залучався до експертних оцінок, що підтвердило б чистоту експериментальної частини опитування.

4. Автором використано методи багатовимірного факторного та кластерного аналізів для уточнення остаточного складу часткових показників визначення економічної ефективності (п. 3.1, п. 3.2). Можливо біло б вказати, з якою метою у кластерному аналізі застосовано в якості показників кластеризації всі значущі показники факторного аналізу. Доречно було б скористатися тільки значущими показниками першого фактора, як найбільш значущого за відсотком дисперсії.

5. У запропонованому вперше узагальненому інтегральному показнику доцільно було б розрахунки провести не за постачальниками, споживачами й конкурентами окремо, а розрахувати узагальнений інтегральний показник за всіма стейкхолдерами певного сегменту ринку, коригуючи коефіцієнти

значущості за об'єктивними й суб'єктивними складовими нормуванням їх значення для приведення до загальної суми, що дорівнюється одиниці. Такий розрахунок дозволив би ухвалювати управлінські рішення в цілому за суб'єктами прямого впливу на певному сегменті ринку.

6. У запропонованому методичному забезпечення підвищення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті (п. 3.3) наведено розрахунок очікуваної рентабельності проекту. Можливо було б для забезпечення повноти інформації за проектом навести розрахунки всіх можливих показників економічної ефективності проекту, а саме: періоду окупності, чистої поточної вартості, внутрішньої норми прибутковості, що підвищило б інформативність запропонованого методичного забезпечення.

Викладені зауваження не зменшують наукової та практичної цінності результатів дослідження і не впливають на загальну позитивну оцінку дисертаційної роботи, сутність і доведеність положень наукової новизни.

Загальний висновок

Дисертаційна робота Герасимова Олександра Костянтиновича на тему «Теоретичне та методичне забезпечення ефективності діяльності підприємства: маркетинговий аспект», подана на здобуття ступеня доктора філософії за галуззю знань «Соціальні та поведінкові науки» та спеціальністю «Економіка», виконана на високому науковому рівні і є завершеною науково-дослідницькою працею, в якій представлені пропозиції до вирішення науково-практичного завдання з визначення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті, яка має практичне значення для розвитку економіки України.

Представлені в дисертації наукові положення, висновки та рекомендації в комплексі дозволяють констатувати досягнення поставленої мети та завдань дослідження, матеріали дисертації викладені з дотриманням чіткого наукового стилю та логіки економічного дослідження, висновки і рекомендації є достовірними й обґрунтованими, положення наукової новизни, рівень яких

(«вперше», «удосконалено», «дістали подальшого розвитку») визначено коректно та змістовно. Вони пройшли необхідну апробацію на міжнародних науково-практичних конференціях та у повній мірі відображені у публікаціях здобувача у необхідній кількості обсязі та якості наукових видань. Структура й обсяг роботи відповідають встановленим вимогам. За сутністю викладені пропозиції не суперечать сучасним положенням теорій економіки підприємств та маркетингу взаємовідносин, розвивають їх і поглиблюють у відповідності з новітніми тенденціями розвитку економіки.

Тематика дисертаційного дослідження є актуальною. Відповідає програмним і нормативним документам України, напрямам пріоритетних наукових досліджень, тенденціями розвитку економічних відносин.

Дисертація Герасимова Олександра Костянтиновича на тему «Теоретичне та методичне забезпечення ефективності діяльності підприємства: маркетинговий аспект» відповідає вимогам до дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора філософії, а саме вимогам пунктів 9, 10, 11 і 12 Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою КМУ від 06.03.2019 р. № 167.

У зв'язку з цим вважаю, що Герасимов Олександр Костянтинович заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії у галузі знань 05 – «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 051 – «Економіка».

Доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу,
менеджменту та підприємництва
Харківського національного
університету імені В.Н. Каразіна
Міністерства освіти і науки України

Ірина ГОНТАРЕВА



Згідно з заповідною
Начальник служби управління
персоналом

НАЧАЛЬНИК СЛУЖБИ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ