

ВІДГУК

офіційного опонента на дисертаційну роботу
ЛУЦЬКА ВІТАЛІЯ ВАСИЛЬОВИЧА

на тему

«МАРКЕТИНГ МАЛОГО ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА»,

представлену на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук
за спеціальністю **08.00.04** – економіка і управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

1. Актуальність обраної теми дисертаційної роботи та її зв'язок з напрямками науково-дослідних робіт.

Створення передумов росту економіки в Україні, покращення добробуту населення, розвиток підприємницького потенціалу можливі за умов забезпечення ефективної діяльності малих виробничих підприємств, підвищення їх ринкової стійкості та конкурентоспроможності. Провідна роль у вирішенні цієї проблеми належить маркетингу.

Маркетинг малого виробничого підприємства має особливості, які викликані особливостями побудови організаційних структур, обмеженістю можливості залучення додаткового персоналу, специфічними умовами діяльності.

Питання маркетингової діяльності промислових підприємств вивчаються провідними зарубіжними та вітчизняними науковцями. Проте маркетингу малих виробничих підприємств приділяється недостатньо уваги.

Окреслені проблеми визначають актуальність теми дослідження, її мету, завдання, предмет та об'єкт.

Дисертаційна робота виконувалась як складова наукової тематики Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно- економічного університету та Національного університету харчових технологій за темами: «Формування виробничими та торговельними підприємствами вертикальних інтегрованих маркетингових збутових систем»; «Дослідження впливу економічних, політичних, демографічних, соціально-культурних, природних чинників та науково-технічного прогресу на функціонування регіональних товарних ринків» (номер державної реєстрації 0110U003360); «Управління конкурентоспроможністю підприємств» (номер державної реєстрації 0111U007791); «Формування матеріальних потоків підприємства на принципах маркетингової логістики» (номер державної реєстрації 0112U006098); «Маркетинговий менеджмент малого виробничого підприємства» (номер державної реєстрації 0114U003926). Авторський науковий доробок при виконанні цих тем забезпечив підґрунтя для написання дисертації.

2. Основні наукові положення, висновки і пропозиції, що сформульовані в дисертації, їх новизна, ступінь обґрунтованості та достовірності.

Дисертаційна робота Луцька В.В. ґрунтується на опрацюванні 491 найменуванні літературних джерел вітчизняних і зарубіжних авторів та



обробленої за достатній період з використанням системи економічних методів дослідження, багатої статистично-економічної інформації щодо розвитку підприємств малого бізнесу.

При написанні роботи використовувались сучасні наукові методи дослідження, результати дослідження опубліковані і відкритому друці.

Основні теоретичні положення і результати дослідження доповідались і апробовані на багатьох міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференціях з економічних проблем розвитку малого бізнесу та АПК. Все це дає підстави стверджувати, що основні положення, висновки і рекомендації дисертаційної роботи достатньо обґрунтовані і достовірні.

До наукової новизни результатів дослідження можна віднести:

- розроблений теоретико-методологічний підхід до управління конкурентоспроможністю малого виробничого підприємства, в основу якого покладено поєднання теорії динамічних здібностей та ресурсного підходу;

- теоретико-методичні підходи до формування динамічних здібностей малих виробничих підприємств, що забезпечить вирішення стратегічних завдань маркетингу малого виробничого підприємства;

- теоретичний підхід до оцінювання динамічних здібностей малого виробничого підприємства, в основу якого покладено врахування структурних складових конкурентоспроможності та визначення взаємозв'язків і передумов здійснення інноваційних процесів, що визначені напрямками маркетингової діяльності малих виробничих підприємств;

- розвинутий автором теоретичний підхід до визначення економічної сутності зв'язків між здійсненням маркетингової діяльності та інноваційним результатом малого виробничого підприємства, де здійснено обґрунтування можливості використання двох підходів до оцінювання інноваційного результату у вигляді виданих патентів за їх видами та нових продуктів, що представлені на ринку;

- процедура обґрунтування стратегічних напрямів маркетингової діяльності малих виробничих підприємств, основу якої покладено проведення оцінювання рівня розвитку передумов формування динамічних здібностей на підприємстві за розвитком динамічних здібностей та фази життєвого циклу розвитку малого виробничого підприємства;

- теоретичні та методичні положення визначення причинно-наслідкових зв'язків між якістю маркетингової діяльності і людським капіталом малого виробничого підприємства;

- удосконалення характеристик процесу розгортання функції якості та зв'язки між комплексом маркетингу підприємства і характеристиками виробництва, що спрямовані на забезпечення якості продукції.

Заслужують на увагу запропоновані автором визначення понять: підприємництво, маркетингова діяльність підприємства; управління процесом створення споживчої цінності у формі товару, управління маркетингом малого виробничого підприємства, маркетинговий механізм управління інноваційним розвитком малого виробничого підприємства, конкурентоспроможність малого виробничого підприємства.

Розроблені автором методики мають теоретичну і практичну цінність.

Практична значимість роботи полягає в тому, що рекомендації автора з організації та планування маркетингової діяльності малих виробничих підприємств прийняті до впровадження ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» (акт впровадження від 1.10.2015 р.); МВП ТМ «Їжа богатирів» (акт впровадження від 2.10.2015 р.); ФОП В.А. Пецько (акт впровадження від 5.11.2014 р.); ПП «Культтовари» (акт впровадження від 11.03.2016 р.); ПрАТ «Вінницька макаронна фабрика» (акт впровадження від 17.06.2016 р.); МВП ТМ «Олійка» (акт впровадження від 28.08.2015 р.); ТОВ «Торговий дім «Оксамит» (акт впровадження від 10.03.2016 р.); ВГО «Українська горіхова асоціація» (акт впровадження від 10.06.2016 р.) та Департаментом регіонального економічного розвитку Вінницької ОДА (договір №20 від 05.11.2014 р.).

Окремі положення дисертаційної роботи використовуються у навчальному процесі Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету при викладанні дисциплін: «Маркетингова діяльність підприємства», «Міжнародний маркетинг», «Маркетингова товарна політика».

Зміст дисертації. Дисертація складається зі вступу, п'яти розділів, висновків, додатків і списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертації становить 473 сторінки, основний зміст роботи викладено на 280 сторінках, список використаних джерел включає 491 найменування, які викладені на 52 сторінках.

Зміст автореферату підготовлений за всіма вимогами Міністерства освіти і науки України відображає основні положення та зміст дисертаційної роботи.

У першому розділі «Теоретичні засади підприємництва та сфери діяльності малих виробничих підприємств» (с. 21-115) розкрито роль підприємництва як чинника суспільного виробництва, визначено його характеристики та функції. Узагальнюючи точки зору науковців на підприємництво автором визначено ознаки підприємництва, що дало можливість сформулювати авторське трактування підприємництва як ризикованої інноваційної діяльності, в основі якої лежить створення та розвиток здібностей до організації виробництва та раціональне розпорядження ними (с. 27). Автором зроблено висновок, що ефективність підприємництва залежить від здатності адаптації до зовнішнього середовища та ефективності маркетингової діяльності – її орієнтації на передбачення та задоволення потреб споживачів.

Визначено, що інноваційність стала основною функцією підприємця, можна вважати перехід до суспільства споживання та наявності насичених ринків у розвинутих ринкових економіках, де присутність конкурентного тиску стимулює постійну зміну продукції, послуг та ідей (с. 28)

Проведені автором дослідження дали можливість зробити висновок, що у розвитку підприємництва діють суперечливі тенденції. Встановлені особливості підприємництва дозволяють визначити джерела формування потенціалу малого виробничого підприємства.

В роботі розглянуто окремі етапи розвитку товарного виробництва з властивими їм формами організації підприємницької діяльності в контексті

історичних перетворень економічної системи (с. 29). Автор прийшов до висновку, що налагодження нових комерційних зв'язків для підприємств із значним капіталом вимагає широкого використання підприємницького потенціалу (с. 33).

На думку автора, з якою можна погодитись, за ситуації, що склалась в Україні, розвиток малого бізнесу – вирішальний чинник розвитку економіки.

Автором систематизовано проблемні аспекти підприємництва в Україні (с. 40).

Однією із особливостей організації малого бізнесу є особливості у формуванні структури системи управління, де основним обмежуючим чинником є кількість працівників. В малих підприємствах раціональним шляхом забезпечення повноцінності системи управління має бути об'єднання повноважень (с.42).

В роботі узагальнено погляди на причини об'єднання суб'єктів малого підприємництва в організації, до яких віднесено: здійснення лобіювання та захисту власних інтересів в органах влади різних рівнів; перед органами, що здійснюють фіскальну політику; здійснення поділу ринків; координації власної діяльності у вирішенні муніципальних замовлень і завдань (с. 51-52).

Зроблено висновки, що стан малого підприємництва в Україні зараз є незадовільним.

Значна увага в роботі приділена сферам діяльності та правовому регулюванню малих підприємств (с.52-63).

Автором зроблено висновок, що особливості маркетингової діяльності підприємства, як і інших видів діяльності підприємства, пов'язані із формами її організації на підприємстві, можуть бути використані як критерії класифікації підприємств з метою системного опису процесів та явищ, що пов'язані із плануванням та реалізацією маркетингових функцій (с. 55-56).

У другому розділі «Особливості маркетингової діяльності малого виробничого підприємства та тенденції функціонування малого бізнесу в Україні» узагальнено принципи управління маркетинговою діяльністю (с.65-66). Представлено авторське визначення (с. 67) комплексу маркетингу як набору функціональних чинників маркетингу, які підприємство використовує для досягнення бажаної реакції цільового ринку.

Автором зроблено висновок, що у загальному вигляді зміст маркетингової діяльності полягає в узгодженні або гармонізації потреб ринку та можливостей підприємства (с. 68-69).

Викладене дозволяє стверджувати, що управління маркетингом у малому виробничому підприємстві спрямоване на створення товару та його концепції, що характеризується споживчою цінністю, яка здатна задовольняти потреби.

В роботі запропоновано маркетинговий механізм діяльності малих виробничих підприємств (с. 70). Автором удосконалено модель А. Бревнова, що ставить у функціональну залежність чинники маркетингу, які впливають на створення споживчої цінності, та систему управління маркетингом малого виробничого підприємства (с. 72-74).

Проведений автором аналіз існуючих у науковій літературі підходів до економічного та маркетингового механізмів (с.75-80) дозволив запропонувати розглядати маркетинговий механізм управління малим виробничим

підприємством як сукупність принципів, напрямків, управлінських засобів (організаційних, нормативно-правових, економічних) та заходів управлінського впливу даного підприємства на його маркетингову підсистему, спрямованих на задоволення потреб споживачів цільового ринку та підвищення конкурентоспроможності підприємства (с. 80).

В роботі представлено авторське визначення маркетингового механізму управління інноваційним розвитком підприємства комплекс законів, закономірностей, факторів, принципів і методів формування та функціонування системи, яка покликана задовольняти чітко визначені суспільні потреби шляхом отримання комерційного ефекту від ринкової реалізації уречевленої форми нового знання, отриманого внаслідок цілеспрямованого наукового пошуку(с. 81). Основною метою маркетингового механізму управління інноваційним розвитком підприємства є забезпечення сприятливих організаційних і економічних умов для здійснення інноваційної діяльності (с. 81). Проведений аналіз наукової літератури з маркетингу дозволив сформулювати принципи управління маркетингом малих виробничих підприємств (с. 83-84).

Проаналізувавши причини, що визначають розвиток малого бізнесу, автором зроблено висновок, що тенденції, які склались в Україні, призводять до диференціації пропозиції і розвитку форм як суспільного виробництва в цілому, так і форм суб'єктів господарювання та видів їх діяльності. У відповідності до наведених умов розвитку глобального попиту та пропозиції малі підприємства діють у різних за призначенням сферах (с. 91).

В роботі представлена динаміка розвитку малого підприємництва та показників, що його характеризують (с. 86-95). Автором зроблено висновок, що загальні параметри розвитку малого підприємництва в Україні не відповідають можливостям і потребам української економіки.

Для розвитку мікропідприємництва та малих підприємств, як основи економічної системи Україні та основної вимоги стійкого економічного зростання, автором пропонується низка заходів (с. 98).

В роботі визначено роль малих підприємств харчової промисловості в економіці України (с. 98-114).

У третьому розділі «Маркетингова діяльність малого виробничого підприємства як чинник забезпечення його ринкової стійкості» розглянуто поняття конкурентоспроможності малого виробничого підприємства (с. 116-123).

Автором проведено аналіз розвитку концепцій управління конкурентоспроможністю та теоретичних підходів до визначення конкурентних переваг. Це дозволило виділити характеристики, що розглядаються різними науковцями, але так чи інакше визначають сутність конкуренції: суперництво, зміни, цілепокладання в руслі задоволення потреб, необхідність знань, інновації тощо (с. 118).

Узагальнення підходів щодо визначення конкурентоспроможності дозволило запропонувати авторський підхід до визначення конкурентоспроможності малого виробничого підприємства як сукупності його можливостей та здібностей до випуску продукції, що здатна задовольнити існуючі суспільні потреби та здібностей, що приводять підприємство до стану,

при якому за допомогою специфічних конкурентних переваг забезпечується його ринкова та фінансова стійкість (с. 120).

В роботі запропоновано здійснювати аналіз конкурентоспроможності підприємства за аспектами діяльності, що відносяться до ринкового середовища, у сукупності з такими, що належать до економічного середовища в цілому. Даний підхід забезпечить взаємозв'язок сучасного стану розвитку теорії конкурентоспроможності, що в більшості ґрунтується на неокласичних підходах до вузького аналізу «внутрішнього» ринку із загальною теорією системного аналізу, що прискорить перехід від аналізу ринку до аналізу глобальних економічних систем.

Автором обґрунтовано положення, що, залежно від типу взаємозв'язків та відносин між підприємствами, що виникають на ринку, конкурентоспроможність також можна розділяти за рівнями управління та реакцією. Виділено характеристики конкурентоспроможності підприємства залежно від обраних критеріїв: конкурентоспроможність у конкретній площині діяльності(функціональна); тактична (транзакційна) конкурентоспроможність; операційна конкурентоспроможність; стратегічна конкурентоспроможність.

Загострення конкуренції викликає необхідність управління конкурентоспроможністю та здійснення оцінки конкурентної позиції підприємства (с.121-122).

Провівши аналіз підходів до визначення конкурентоспроможності автор приходить до думки, що підприємництво, що характеризується кращими значеннями показників продуктивності та ефективності діяльності за обраними критеріями в процесі досягнення поставленої мети, володіє вищим рівнем конкурентоспроможності, у порівнянні з іншими підприємствами (с. 122-123), а ресурси підприємства (як матеріальні так і нематеріальні) є основою існування потенціалу підприємства та різних його видів (с.124).

В роботі узагальнено підходи до визначення потенціалу підприємства та його складових (с. 125-126).

Узагальнивши існуючі точки зору і розвинувши представлені підходи автор прийшов до висновку, що з позицій управління конкурентоспроможністю підприємства на основі інновацій, функціональна структура потенціалу конкурентоспроможності підприємства повинна містити такі обов'язкові елементи як: виробничо-технічний потенціал; маркетинговий потенціал; інноваційний потенціал; трудовий потенціал; фінансово-економічний потенціал; управлінський потенціал (с.126).

Охарактеризовано складові потенціалу підприємства і визначено, що рівень ринкової орієнтації підприємства забезпечується використанням його маркетингового потенціалу (с.127-128).

Автором одним із пріоритетів розвитку конкурентоспроможності підприємства визначено інноваційний потенціал.

Розгляд конкурентоспроможності малих виробничих підприємств здійснено через ресурсний, системний, функціональний підходи та реалізацію потенціалу конкурентоспроможності.

Потенціал конкурентоспроможності підприємства автором розглядається як сукупність ресурсів та можливостей або здібностей (здатностей) підприємства до реалізації цих можливостей (с.128-131).

Погляд на функціональну структуру потенціалу конкурентоспроможності підприємства представлено автором на с.131. При розгляді потенціалу конкурентоспроможності автор зупиняється на кожній складовій (с.131-137).

Для застосування процесного підходу до управління діяльністю із забезпечення конкурентоспроможності підприємства автор спирається на поєднання двох підходів: забезпечення конкурентоспроможності товару (ринкова стійкість) та забезпечення ефективності діяльності (фінансова стійкість).

Розглянуто складові елементи, що забезпечують взаємозв'язок між потенціалом конкурентоспроможності підприємства та функціями підприємництва і запропоновано систему управління конкурентоспроможністю на основі цих елементів (с. 138).

В роботі для визначення етапів життєвого циклу підприємства автором обґрунтовано загальний набір параметрів, що характеризують діяльність підприємства (с. 139). Особлива увага приділена змінам у маркетинговій діяльності (с. 143, 146).

В роботі охарактеризовано протиріччя, що виникають у результаті циклічності зміни стану малого виробничого підприємства та призводять до коливань стану і формування хвиль кривої життєвого циклу підприємства і приходить до висновку, що одним із найбільш вагомим є розвиток динамічних здібностей на рівні індивіда, що суперечить внутрішній необхідності та схильності до зовнішніх проявів влади, статусу в період змін у зовнішньому середовищі, та відповідних перетворень у внутрішньому середовищі малого виробничого підприємства.

В роботі запропоновано методологію управління конкурентоспроможністю малого виробничого підприємства (с. 147-161), яка побудована на поєднанні ресурсного підходу та теорії динамічних здібностей. Автором розроблено алгоритм формування динамічних здібностей, визначений у відповідності до конкретної мети і змісту поставлених завдань.

Систему управління конкурентоспроможністю підприємства пропонується формувати на основі використання таких основних її елементів: підсистема створення та розвитку динамічних здібностей в підприємстві (Д); підсистема розвитку та використання інноваційного потенціалу підприємства (І); підсистема формування якості продукції, яка випускається підприємством (Я) – ДІЯ (с. 153-155).

Визначено, що динамічні здібності слугують базою для функціонування системи управління. На основі використання динамічних здібностей, змінюючи та трансформуючи рівні якості об'єктів управління у малому виробничому підприємстві створюються інновації, які, в свою чергу, надають підприємству нові конкурентні переваги (с. 154).

В роботі представлено результати апробації інтегрованої системи «ДІЯ», яка здійснена на малому та середніх виробничих підприємствах (с. 155-158) і запропоновано модель визначення доходів і витрат малого виробничого підприємства (с. 158) та взаємозв'язок життєвого циклу малого виробничого підприємства та його інноваційної діяльності (с. 159-160).

В четвертому розділі «Методичний підхід до оцінки динамічних здібностей малого виробничого підприємства», здійснивши аналіз публікацій з

тематики динамічних здібностей, автором узагальнено внутрішні (с. 166-167) та зовнішні (с. 168) передумови виникнення динамічних здібностей.

Виходячи зі змісту процесів формування динамічних здібностей та передумов їх виникнення автором зроблено висновок, що природа динамічних здібностей полягає в тому, що вони виступають інструментом у підвищенні продуктивності підприємства, а не причиною (с. 171).

Система управління конкурентоспроможністю ДІЯ, що ґрунтується на динамічних здібностях, передбачає наявність непрямого зв'язку між динамічними здібностями та конкурентоспроможністю, через створення інновацій та управління якістю для забезпечення зв'язку між запитами ринку та виробництвом підприємства на основі використання комплексу маркетингу. Таким чином ДІЯ передбачає операційні зміни в процесах, що відбуваються в середині підприємства з урахуванням опосередкованих чинників впливу на ефективність.

Охарактеризовано підходи щодо вимірювання ефективності ДЗ (с. 173-183). Автором проаналізовані кількісні, якісні та комбіновані методи оцінювання ДЗ: збалансована система показників діяльності підприємства в чотирьох площинах функціонування підприємства (фінанси; клієнти; бізнес-процеси (організація); навчання та розвиток); статистична модель оцінювання ДЗ; узагальнюючий показник.

Визначена залежність між динамічними здібностями та ефективністю маркетингової діяльності малого виробничого підприємства (с. 184-186), проведена оцінка інноваційного результату діяльності підприємства (с. 186-212), визначена роль ДЗ у створенні продуктових інновацій малих виробничих підприємств (с. 185-195).

Автором доведено залежність між індивідуальними менеджерськими здібностями та їх впливом на ефективність малих виробничих підприємств. Результатом використання передумов і чинників ДЗ на всіх рівнях в процесі аналізу виступають інновації, то результуюча компонента ефективності міжфункціонального досвіду представляє собою усі види інновацій, до яких залучений менеджер у сфері його компетенції. При цьому забезпечується взаємозв'язок між рівнями аналізу. Визначено кількісні та якісні показники ефективності міжфункціонального досвіду (с. 195-209). В роботі визначено процес та охарактеризовано основні етапи процесу оцінки ДЗ підприємства (с. 208-210), розроблено показники та критерії часткових показників для розрахунку узагальнюючого показника оцінювання ДЗ (с. 212-217).

У п'ятому розділі «Розгортання функції якості продукції малого виробничого підприємства з метою забезпечення ринкової стійкості» розглянуто управління якістю продукції та маркетинговою діяльністю малого виробничого підприємства на основі розгортання функції якості (с. 221).

Встановлено, що на стадії відбору ідей створенню інновацій з мінімальним ризиком сприяє використання методології розгортання функції якості (с. 221-222).

Огляд наукового доробку з цього питання дозволив прийти до висновку, що сучасна методична база розгортання функції якості описується в багатьох прикладах для підприємств різних видів діяльності та сфер виробництва, однак

в літературі не зустрічається спеціальних рекомендацій та теоретичного обґрунтування що до вибору конкретних очікувань споживачів та відповідних характеристик продукції (с. 227-230).

Методичний підхід до застосування QFD-методології при створенні інновації адаптовано до малих виробничих підприємств. В роботі покроково описано побудову будинків якості із врахуванням впливу на елементи комплексу маркетингу. Апробація методики проведена на прикладі розробленого автором інноваційного харчового продукту ТМ «Їжа богатирів» – «Горіховий шербет» (патент на корисну модель № 83647) (с. 230-231).

Проведено аналіз варіації пріоритетності показників, що характеризують очікування споживачів, споживчу цінність продукту виробництво підприємства (с. 252-253). Одержані результати дозволяють зробити висновок, що при здійсненні узагальнюючого аналізу показників пріоритетності за різними характеристиками на різних етапах QFD окремо для виробничих ліній та товарних груп можливо досягти прийнятної варіації показників та приймати рішення на основі їх накопичувальних значень.

В роботі встановлено зв'язок між очікуваннями споживачів та управлінням якістю (с. 252-255).

Для остаточного виявлення впливу характеристик продукту та його підтримки на очікування споживачів здійснено аналіз причинно-наслідкових зв'язків та побудована діаграма за методом К. Ісікави (с. 267). Побудовано цільову діаграму задоволеності споживача харчової продукції (рис. 5.8, с. 269).

4. Дискусійні положення та зауваження щодо змісту дисертаційної роботи і її окремих положень.

Дисертація містить ряд дискусійних положень та має окремі недоліки.

1. В дисертаційній роботі автором зроблено висновок про важливе значення участі малого виробничого підприємства в різного роду господарських об'єднаннях, що впливає на формування його маркетингу (С. 47-52). Однак, при оцінюванні рівня розвитку динамічних здібностей, цей аспект розкрито не повністю. У зв'язку із цим, доцільно було б здійснити більш глибокий аналіз динамічних здібностей, що обумовлюються міжорганізаційним рівнем їх формування, зокрема, участю малих виробничих підприємств у господарських об'єднаннях різних форм.

2. Автором здійснено теоретичне обґрунтування структури потенціалу конкурентоспроможності малого виробничого підприємства (С. 123-137). Рис. 3.3 (С. 134) відображає деякі взаємозв'язки між окремими структурними складовими потенціалу конкурентоспроможності підприємства, однак автор не роз'яснює природу їх виникнення та силу впливу наведених. Доцільно більш детально характеризувати наведені зв'язки та їх вплив на маркетинг малого виробничого підприємства.

3. Запропонована автором структура потенціалу конкурентоспроможності малого виробничого підприємства обумовлює вибір системи критеріїв його оцінювання та характеристики (табл. 3.4, С. 137-138),

однак теоретичні викладки присвячені обґрунтуванню вибору наведених критеріїв та характеристик не дають вичерпного пояснення їх сутності в контексті аналізу маркетингу малого виробничого підприємства.

4. Запропонована автором методологія управління конкурентоспроможністю малого виробничого підприємства (С. 155) реалізується на основі базових принципів (С. 156), що реалізуються від часткового до загального і мають внутрішню ієрархічну структуру, яка потребує детального розгляду при практичному застосуванні. Тому, бажано було б надати більш розгорнуте обґрунтування та деталізувати основні принципові положення у вигляді набору часткових та загальних принципів побудови та впровадження інтегрованої системи управління конкурентоспроможністю в діяльність малого виробничого підприємства у відповідності до маркетингового підходу.

5. У відповідності до теоретико-методичного підходу із застосування методології розгортання функції якості при створенні інновацій малого виробничого підприємства автор реалізував розвиток характеристик процесу при забезпеченні зв'язку між комплексом маркетингу підприємства і характеристиками виробництва. Однак в роботі автором не конкретизовані базові моделі характеристик продукції (С. 231).

6. В роботі не достатньо обґрунтовані вибрані елементи комплексу маркетингу при застосуванні процедури розгортання функції якості (С. 235). Доцільно було б пов'язати вибір даних елементів із структурними елементами потенціалу конкурентоспроможності малого виробничого підприємства в контексті їх взаємодії і впливу.

В цілому дисертаційна робота Луцяка В.В. залишає позитивне враження, а відмічені дискусійні положення і окремі недоліки не знижують її наукового і практичного значення.

За змістом та оформленням дисертація Луцяка В.В. відповідає встановленим вимогам Міністерства освіти і науки України, зокрема:

1. Відповідає паспорту спеціальності 08.00.04 – економіка і управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

2. П.11. Порядку – дисертація є науковою працею, виконаною особисто її автором у вигляді спеціально підготовленого рукопису, містить висунуті для прилюдного захисту науково-обґрунтовані теоретичні і практичні результати, характеризується єдністю та логічністю змісту і свідчить про особистий внесок здобувача в економічну науку.

3. П.12. Порядку – дисертація містить раніше не захищені наукові положення та отримані автором науково обґрунтовані результати, які у сукупності розв'язують важливу науково-прикладну проблему щодо формування теоретичних, методологічних та методичних засад формування економічного механізму ефективного функціонування підприємств цукрової галузі України.

4. П.14. Порядку – основні наукові результати дисертації відображають особистий внесок автора в їх дослідженні і опубліковані ним в наукових працях у наукових фахових виданнях України.

5. Робота відповідає основним вимогам до дисертації та автореферату дисертації.

6. Автореферат за своїм змістом ідентично відображає основні положення, висновки і пропозиції дисертанта.

7. Дисертація не містить положень, які висвітлені у дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук.

6. Загальна оцінка дисертації. Дисертація Луцяка Віталія Васильовича написана на актуальну тему, характеризується завершеністю, достовірністю та обґрунтованістю одержаних результатів. Отримані результати, висновки й пропозиції являються вирішенням важливої наукової проблеми, що має суттєве значення для економічної науки.

Зазначене дозволяє зробити висновок про те, що здобувач Луцяк Віталій Васильович заслуговує присудження йому наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка і управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

Офіційний опонент

д. екон. наук, професор

декан економічного факультету

Запорізького національного університету,

академік Академії наук вищої освіти України



А.В. Череп

Вчений секретар

Запорізького національного університету



В.П.Снежко