ВІДГУК

офіційного опонента

доктора економічних наук, професора

Мних Ольги Богданівни

на дисертаційну роботу Луцяка Віталія Васильовича:

«Маркетинг малого виробничого підприємства», поданої на здобуття

наукового ступеня доктора економічних наук

за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами

(за видами економічної діяльності)

1. Актуальність теми дисертаційного дослідження

Важливою проблемою сучасного періоду розвитку вітчизняної економіки є створення умов для ефективного функціонування малих виробничих підприємств у конкурентному середовищі. При обмеженій конкуренції – монопольному становищі великих підприємств на споживчих і промислових ринках України виживання малих виробничих підприємств істотно залежатиме від їх вміння розробляти і застосовувати маркетингові інструменти, в тому числі, нові засоби та механізми впливу на рішення споживача, що підвищуватиме їх фінансову стійкість.

Актуальність теми дисертаційної роботи Луцяка Віталія Васильовича обумовлена необхідністю вдосконалення існуючих в Україні методів управління потенціалом конкурентоспроможності підприємства та маркетингом, у т.ч. і харчової галузі, через невирішені економічні проблеми, що виникають на різних ієрархічних рівнях управління.

Незважаючи на те, що різні аспекти щодо формування потенціалу конкурентоспроможності і маркетингу виробничого підприємства вже частково втілені в практичній діяльності українських підприємств (і досить активно висвітлюються у науковій літературі), проте ця проблема ще не знайшла системного розв'язання у працях вітчизняних дослідників. Саме з цієї точки зору дисертаційна робота Луцяка Віталія Васильовича є актуальною, оскільки в ній

ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ
Вхідний № 1128-493
«29» 03 2017 р.
Підпис

розроблені теоретико-методологічні положення та практичні рекомендації, що враховують специфіку маркетингу малих виробничих підприємств.

2. Зв'язок дисертаційної роботи з науковими програмами, темами та планами досліджень

Виконана дисертаційна робота є узагальненим результатом науково-дослідних робіт, виконаних Луцяком Віталієм Васильовичем у Національному університеті харчових технологій, Вінницькому торговельно-економічному інституті Київського національного торговельно-економічного університету та Приватному вищому навчальному закладі «Вінницький фінансово-економічний університет». До переліку таких робіт відносяться наступні: «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» 0110U003360, «Управління конкурентоспроможністю підприємств» 0111U007791, «Формування матеріальних потоків підприємства на принципах маркетингової логістики» 0112U006098, «Маркетинговий менеджмент малого виробничого підприємства» 0114U003926. Автор здійснив особистий внесок у виконання наведених науково-дослідних робіт, що полягає у наступному:

– визначено теоретичні засади управління маркетингом малих виробничих підприємств;

– виявлено та проаналізовано основні чинники впливу науково-технічного прогресу на формування регіонального ринку харчових продуктів;

– визначено підхід до здійснення управління конкурентоспроможністю малого виробничого підприємства;

– розроблено концептуальний та практичний підходи до управління матеріальним потоком малого виробничого підприємства;

– розроблено підхід до інтеграції малих виробничих підприємств до вищого організаційного рівня - маркетингових збутових систем.

3. Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації

Наукові положення, висновки й рекомендації, сформульовані в дисертації, є достовірними. Достовірність забезпечено використанням значного обсягу матеріалів офіційної статистики України. Достовірність усіх наукових положень, висновків та рекомендацій підтверджується глибоким аналізом фундаментальних наукових праць зарубіжних та вітчизняних вчених з проблеми формування маркетингу малого виробничого підприємства. Робота характеризується комплексним використанням загальнонаукових та спеціальних засобів емпіричного та теоретичного пізнання, використанням системного комплексного підходу. Пропозиції автора орієнтовані на результат, тому знайдуть застосування в сучасних умовах національної економіки.

У першому розділі **«Теоретичні засади підприємництва та сфери діяльності малих виробничих підприємств»** підприємництво розглянуто з позицій суспільного виробництва та його ролі у діяльності малого виробничого підприємства (С. 29-30). Також здійснено теоретичне обгрунтування особливостей малих підприємств у найбільш суттєвих аспектах з позицій маркетингу: організаційній структурі (С. 47), дано характеристику ролі і змісту задач в об'єднаннях підприємств (С. 49, 51-52), сфери діяльності (С. 56-59) та особливостей правового регулювання їх діяльності (С. 59-63).

У другому розділі **«Маркетингова діяльність малого виробничого підприємства»** виявлені особливості в маркетингу малого виробничого підприємства (С. 67-72) і на цій основі запропоновано підхід до формування механізму його діяльності для забезпечення ринкової стійкості (С. 84-86). На основі аналізу статистичних даних описано сучасні тенденції функціонування малих підприємств (С. 87, 89, 92, 93, 95, 99-100) та малих підприємств харчової промисловості України, зокрема (С. 103, 106, 109, 110, 112).

У третьому розділі **«Маркетингова діяльність малого виробничого підприємства як чинник забезпечення його ринкової стійкості»** здійснено

аналіз поняття конкурентоспроможності малого виробничого підприємства (С. 118, 120) та запропоновано розглядати її як результат реалізації потенціалу конкурентоспроможності (С. 124). При цьому потенціал конкурентоспроможності малого виробничого підприємства структуровано у відповідності до цілей маркетингу (С. 132-134). Запропоновано розглядати життєвий цикл малого виробничого підприємства як ряд послідовних початкових етапів розвитку організації в загальному її розумінні, що характеризуються особливостями управління маркетингом (С. 146). Розроблено методологію управління конкурентоспроможністю малого виробничого підприємства на основі динамічних здібностей, інновацій та управління якістю продукції (С. 155-156).

У четвертому розділі **«Методичний підхід до оцінки динамічних здібностей малого виробничого підприємства»** вивчено історію розвитку та подано сутнісну характеристику динамічних здібностей підприємства (С. 172-173), досліджено методи та показники їх оцінювання (С. 176-179, 183-184). Встановлено, що між динамічними здібностями та результативністю маркетингової діяльності малого виробничого підприємства існують прямі взаємозв'язки (С. 186, 198, 206). На основі вивчення даних зв'язків запропоновано метод оцінювання динамічних здібностей малого виробничого підприємства з позицій здійснення маркетингової діяльності (С. 213).

У п'ятому розділі **«Розгортання функції якості продукції малого виробничого підприємства з метою забезпечення ринкової стійкості»** вивчено основні взаємозв'язки між управлінням якістю продукції в процесі її створення на малому виробничому підприємстві та маркетинговою діяльністю (С. 223, 228, 229-230). Запропоновано методичний підхід до застосування методології розгортання функції якості продукції при створенні нового продукту та виведенні його на ринок із урахуванням комплексу маркетингу підприємства (С. 234-250). Здійснено статистичний аналіз достовірності отриманих результатів щодо встановлення зв'язків між комплексом маркетингу, очікуваннями споживача та елементами виробництва малого виробничого підприємства (С. 251-253). Результати

дозволили узагальнити умови ефективного використання та обмеження запропонованої методики (С. 254-255). Показано, що оптимізація витрат на забезпечення відповідності вимог споживачів та характеристик продукції підприємства сприяє забезпеченню фінансової стійкості малого виробничого підприємства (С. 263-269).

Представлені в дисертації теоретичні й методичні результати відрізняються глибиною аналізу, коректністю формулювання пропозицій щодо практичного використання, науковою новизною.

Висновки, методичні підходи, а також відповідні елементи наукової новизни з достатньою аргументованістю знайшли відображення в публікаціях автора. Основні положення дисертації були апробовані на 15 науково-практичних всеукраїнських і міжнародних конференціях. За результатами дослідження здобувачем опубліковано 47 наукових праць, 21 з яких – у фахових виданнях. Кількість, обсяг і якість друкованих праць надають авторові право публічного захисту дисертації.

4. Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів

До положень дисертаційної роботи Луцяка Віталія Васильовича, які містять наукову новизну, належать:

1. Запропоновано теоретичну основу оцінки динамічних здібностей малого виробничого підприємства, що відрізняється від існуючих системністю підходу та аналізом інноваційної діяльності, як результативної складової структурної характеристики динамічних здібностей на різних рівнях управління діяльністю підприємства та із урахуванням зв'язків між даними рівнями на основі оцінки інноваційного результату, наукового та управлінського капіталу і рівня модернізації техніки і технологій. Систематична оцінка рівня розвитку динамічних здібностей за результатами діяльності уможливлює формування стратегічних пріоритетів розвитку в межах встановленої місії із забезпеченням умов реалізації потенціалу конкурентоспроможності підприємства на основі

наявної ресурсної бази. Це сприятиме зниженню економічних втрат та досягненню найбільш високої результативності ринку в цілому (С. 186, 212-213).

2. З ініціативи автора набули подальшого розвитку тлумачення сутності конкурентоспроможності та потенціалу конкурентоспроможності з урахуванням особливостей ресурсного обмеження малого виробничого підприємства та маркетингових аспектів управління ним. При цьому в основі конкурентоспроможності малого виробничого підприємства лежать суперництво, зміни, цілепокладання в руслі задоволення потреб, необхідність знань та інновації. Функціональна структура потенціалу конкурентоспроможності, що визначає особливості малого виробничого підприємства, містить: виробничо-технічний потенціал; маркетинговий потенціал; інноваційний потенціал;трудовий потенціал; фінансово-економічний потенціал; управлінський потенціал (С. 121, 127, 132, 137).

3. Досліджено вплив держави на розвиток малого підприємництва в сучасних умовах, у результаті яких доведено, що такий вплив повинен здійснюватися на основі принципів своєчасності, прозорості, публічності, стабільності. Особливої уваги потребує реалізація принципу системності, що на сьогодні не завжди знаходиться в центрі уваги дослідників нормативно-правових проблем. Особливістю державного регулювання в сфері маркетингу є те, що комплексне регулювання процесу маркетингової діяльності законодавчо не закріплено. В роботі запропоновано ряд класифікаційних ознак малих виробничих підприємств, що можуть бути використані як основа для правового регулювання їх маркетинговою діяльністю. Це дозволить формувати державну політику із підтримки та розвитку малого підприємництва в регіонах (С. 54-55, 112).

4. Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання наукових розробок та методичних рекомендацій щодо застосування системи управління потенціалом конкурентоспроможності малого виробничого підприємства та його інноваційним розвитком на основі створення, розвитку та використання динамічних здібностей, маркетингового управління якістю і

виробництвом, що сприятиме забезпеченню фінансової стійкості, ринкової стійкості та підвищенню результативності господарської діяльності вітчизняних малих виробничих підприємств (С. 138-139, 186, 223-225) .

Викладені та обґрунтовані в дисертації нові ідеї, теоретико-методичні положення та практичні рекомендації отримані дисертантом вперше на основі оригінального авторського підходу до вирішення актуальної науково-практичної проблеми – розроблення теоретико-методологічних положень та практичних рекомендацій, що враховують специфіку маркетингу малих виробничих підприємств.

5. Основі дискусійні питання та зауваження щодо змісту дисертаційної роботи.

При загальній позитивній характеристиці дисертаційна робота має і ряд недоліків:

1. У підрозділі 2.2 дисертаційної роботи досліджено сучасний стан харчової промисловості України та місце в ній малих виробничих підприємств (с. 100-111). Поряд з цим потребує більш розширеного пояснення позиція автора щодо ступеня розвитку конкуренції на ринку харчової продукції з боку вітчизняних та закордонних компаній.

2. У підрозділах 2.3 та 2.4 описано векторіальні напрями розвитку малих підприємств харчової промисловості в контексті їх маркетингової діяльності (с. 86-112). Тим часом у даному підрозділі доцільно було б ширше розкрити вплив соціально-політичних чинників на попит харчової продукції і для різних типів ринкової кон'юнктури (зростаючої, спадаючої тощо).

3. У роботі автором описано чинники, які здійснюють значний вплив на результативність підприємств та забезпечення належної конкурентоспроможності, серед яких виділено такий чинник як невідповідність кваліфікації працівників реальному конкурентному стану підприємства (с. 167-169). Проте у роботі не приділено належної уваги питанню формування системи мотивування працівників як вагомому аспекту розвитку динамічних здібностей підприємства.

4. У підрозділі 5.2 дисертаційної роботи автор сформулював методичний підхід з метою забезпечення відповідності комплексу маркетингу і вимог споживачів характеристикам продукту та виробництва (с. 234-255). Однак, потрібно було більше уваги приділити проблемам організації виробництва харчових продуктів в умовах посилення боротьби за збереження екологічного середовища, що підвищує практичний інтерес до маркетингової проблеми завоювання нових екологічних ніш на внутрішньому і закордонних ринках; це особливо актуально для вітчизняних товаровиробників після вступу України в зону вільної торгівлі з країнами ЄС з 1 січня 2016р.

5. Слід підкреслити прикладну спрямованість запропонованих здобувачем рекомендацій щодо побудови організаційно-економічного механізму управління потенціалом конкурентоспроможності малого виробничого підприємства харчової промисловості (с. 138-139, 157-159). Разом з тим, у роботі необхідно було ширше розглянути шляхи розвитку національного бренду і бренду окремого підприємства в контексті підвищення його конкурентоспроможності на маркетингових засадах. У «Стратегії сталого розвитку «Україна- 2020» підкреслено вагомість цього напрямку розвитку економіки як «вектору гордості».

Втім, висвітлені недоліки не носять принциповий характер та не мають суттєвого впливу на підсумковий позитивний результат науково-практичного дослідження.

6. Важливість отриманих у дисертації результатів для науки та практики, рекомендації щодо їх використання

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливостях використання наукових розробок та методичних рекомендацій щодо формування маркетингу малого виробничого підприємства, що сприятиме підвищенню фінансової стійкості та підвищенню результативності господарської діяльності малих виробничих підприємств харчової промисловості України.

Результати дослідження впроваджено у практику діяльності ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика»; МВП ТМ «Їжа богатирів»; ФОП В.А. Пецько;

ПП «Культтовари»; ПрАТ «Вінницька макаронна фабрика»; МВП ТМ «Олійка»; ТОВ «Торговий дім «Оксамит»; ВГО «Українська горіхова асоціація»; Департаменту регіонального економічного розвитку Вінницької ОДА, що підтверджено актами про їх впровадження.

Теоретичні та методичні результати дослідження прийнято до використання у навчальному процесі при викладанні дисциплін «Маркетингова діяльність підприємства», «Міжнародний маркетинг», «Маркетингова товарна політика» у Вінницькому торговельно-економічному інституті Київського національного торговельно-економічного університету та Вінницькому фінансово-економічному університеті.

7. Повнота викладу наукових положень, сформульованих у дисертації в опублікованих працях та авторефераті

Автореферат за структурою і технічним оформленням відповідає визначеним вимогам МОН України. Зміст автореферату відповідає змісту дисертаційної роботи.

Висновки, методичні підходи, а також відповідні елементи наукової новизни з достатньою аргументованістю знайшли відображення в публікаціях автора. Основні положення дисертації були апробовані на 15 науково-практичних конференціях. За результатами дослідження здобувачем опубліковано 47 наукових праць, 21 з яких – у фахових виданнях. Кількість, обсяг і якість друкованих праць надають авторові право публічного захисту дисертації.

8. Висновок щодо відповідності дисертації встановленим вимогам

Дисертація (комп'ютерний набір) виконана українською мовою, оформлена у повній відповідності з нормами і правилами ДАК України, є завершеною науково-дослідною роботою, виконана на високому науково-теоретичному рівні.

Дисертація Луцяка Віталія Васильовича на тему «Маркетинг малого виробничого підприємства» виконана на високому науково-теоретичному рівні, а отримані в процесі дослідження наукові результати характеризуються новизною та мають практичну цінність. Дисертація є завершеною науково-дослідною

роботою, за своїм змістом і якістю відповідає вимогам МОН, що викладені в пп. 9, 11, 12, 13 та 14 Порядку присудження наукових ступенів, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 р. №567, які висуваються до дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Це дає можливість зробити висновок про те, що Луцяк Віталій Васильович заслуговує на присудження наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

Професор кафедри маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська
політехніка»,
доктор економічних наук, професор О.Б. Мних

Підпис О.Б. Мних
ЗАСВІДЧУЮ

Вчений секретар
Національного університету
«Львівська політехніка» Р.Б. Брилинський