

ВІДГУК

офіційного опонента

доктора економічних наук, професора

Череп Алли Василівни

на дисертаційну роботу Ратинського Вадима Віталійовича:
«Особливості використання маркетингового інструментарію у сфері
ресурсозабезпечення промислових підприємств», поданої на здобуття
наукового ступеня кандидата економічних наук
за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

1. Актуальність обраної теми

Сучасний етап розвитку економічних систем різного рівня характеризується інтенсивними процесами структурних перетворень, змінами орієнтирів функціонування, націленістю на подолання кризових явищ, посилення конкурентоспроможності підприємств. За таких обставин, узагальнення та розвиток науково-теоретичних засад удосконалення концептуальних положень використання маркетингового інструментарію у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств є однією з необхідних умов забезпечення їх стабільного розвитку, стійких позицій на внутрішньому та зовнішніх ринках. Сьогодні ефективність управління підприємствами-виробниками забезпечується не стільки за рахунок ефективного управління їх функціональними сферами діяльності, скільки за умов злагодженої взаємодії складових їхнього внутрішнього господарського механізму.

У цьому контексті визначення напрямків удосконалення концептуальних положень використання маркетингового інструментарію у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств є принциповим питанням, яке потребує докладного вивчення.

Слід зазначити, що підходи, які нині застосовують при їх формуванні позбавлені комплексності, ґрунтуються на статичних моделях та категоріях. Це призводить до недостатньої обґрунтованості рішень з управління

ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮКА	
Вхідний акт	1/28-429
«19» 03	20 18 р.
Підписе	<i>Слово</i>

підприємствами, браку ресурсів, необхідних для їх розвитку, втрати підприємствами конкурентних переваг.

Таким чином, дисертаційне дослідження Ратинського В.В.: «Особливості використання маркетингового інструментарію у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств», що спрямоване на узагальнення та розвиток науково-теоретичних засад, розроблення й обґрунтування практичних рекомендацій щодо формування маркетингового інструментарію у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств є актуальним та своєчасним.

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

Дисертаційну роботу виконано в межах планових науково-дослідницької теми кафедри бухгалтерського обліку та аудиту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя: «Концепція трансформації системи утворюючих факторів бухгалтерського обліку: теоретико-методологічний аспект» (номер державної реєстрації 0115U002453), де здобувачем обґрунтовано необхідність, та обґрунтовано окремі шляхи удосконалення системи ресурсозабезпечення підприємства..

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

Ознайомлення з дисертацією, авторефератом, науковими працями у фахових виданнях та іншими публікаціями Ратинського В.В., дає підставу зробити висновок про те, що отримані результати є обґрунтованими і достовірними.

Цілісність методологічного підходу забезпечується кваліфікованим використанням методів гносеологічного, системно-структурного, порівняльного, функціонально-вартісного аналізу, системного підходу, використанням достовірної фактологічної бази для дослідження економічних систем, механізмів господарювання у цих системах, внутрішнього

господарського механізму промислових підприємств України та Тернопільської області; коректним застосуванням аналітичних методів з метою встановлення функціональних залежностей окремих економічних та фінансових показників від впливу внутрішніх та зовнішніх чинників; використанням структурно-логічного методу для дослідження послідовності процесу аналізування особливостей використання маркетингового інструментарію у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств та у процесі висвітлення питання щодо необхідності використання економіко-математичного апарату маркетингового інструментарію з метою визначення ступеня забезпечення промислових підприємств паливними ресурсами.

Достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій автора підтверджена також результатами їх апробації на XX науково-практичних конференціях різного рівня, впровадженням рекомендацій що стосуються забезпечення економічно обґрунтованих запасів ресурсів підприємства, які б давали можливість безперебійного функціонування з мінімальним фінансовим навантаженням, в тому числі методичні інструменти, щодо формування інтелектуальних ресурсів підприємства на підприємстві Львівської області (ТзОВ «Львівська пивна компанія»), пропозицій в частині формування ринкового ціноутворення на пальне та формування економічно обґрунтованих залишків пального, яке є об'єктом продажу на АЗК із використанням економіко-математичних та статистичних методів (ПП «ОККО-Бізнес») (мережа автозаправних станцій «ОККО»). Результати дослідження використовуються у навчальному процесі Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя та Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій.

Автором, в процесі викладення змісту дослідження, у логічній послідовності ретельно обґрунтовуються наукові положення, висновки та рекомендації.

У першому розділі «Теоретичні засади використання маркетингового інструментарію у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств» уточнено понятійний апарат у сфері ресурсозабезпечення промислових

підприємств, проаналізовано праці вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячені семантиці понятійно-термінологічної бази предмета дослідження. Розгляд теоретичних основ процесу формування та використання маркетингового інструментарію дозволив сформулювати його сутнісний зміст як сукупність методів, засобів, прийомів, що реалізуються через динамічний, безперервний, цілеспрямований, соціальноорієнтований інформаційний канал, який передбачає отримання, обробку та розповсюдження необхідної інформації визначеним підрозділам всередині підприємства та цільовій аудиторії споживачів кінцевої продукції чи послуг. Специфікою даного розуміння маркетингового інструментарію є диверсифікація напрямків маркетингу у сфері ресурсозабезпечення, та включення у нього маркетингу нематеріальних ресурсів.

У другому розділі **«Аналізування маркетингового інструментарію та його використання у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств»** розглянуто та удосконалено методичні підходи з аналізування маркетингового інструментарію та проведено статистично-економетричний аналіз забезпеченості підприємств стратегічними ресурсами.

Застосування маркетингового інструментарію до всіх сфер економічного життя зумовлює теоретичний і практичний інтерес до алгоритмізації планування діяльності за різними напрямками маркетингу. Пріоритетне значення серед подібних алгоритмів планування, поза сумнівом, належить розробці обґрунтованої діяльності з проведення маркетингових досліджень.

Встановлено, що причиною виникнення етичних проблем у маркетингових дослідженнях є конфлікт між інтересами зацікавлених сторін. Це відбувається тоді, коли одна або кілька з них вважають себе вільними від зобов'язань перед іншими.

У третьому розділі **«Удосконалення маркетингового інструментарію у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств»** обґрунтовано економіко-математичний апарат маркетингового інструментарію забезпечення промислових підприємств паливними ресурсами та напрямки використання

маркетингового інструментарію в сфері залучення інноваційно-інтелектуальних ресурсів.

За допомогою маркетингового інструментарію було проведено дослідження залежності зміни об'ємів продажу та ціни на один з основних елементів ресурсозабезпечення – світлі нафтопродукти.

4. Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів

Аналіз змісту дисертації дозволяє зробити висновок:

1. Дисертантом встановлено, що маркетингове дослідження – це наукове дослідження, спрямоване на систематичний збір, оцінку й аналіз фактографічної інформації щодо потреб, думок, мотивацій, відносин, поведінки окремих осіб і організацій, пов'язаних з маркетингом, тобто всіма аспектами просування на ринку певних товарів і послуг, а також підготовки цієї інформації до прийняття маркетингових рішень.

2. Здобувач пропонує ввести в наукову термінологію категорію «маркетинг ресурсозабезпечення», сутність якого полягає у діяльності підприємства, спрямованої на досягнення раціонального, своєчасного та повного забезпечення підприємства необхідними ресурсами, та пошук шляхів удосконалення ресурсно-сировинної бази на інноваційних засадах.

3. Встановлено та обгрунтовано, що особливості застосування маркетингового інструментарію значною мірою залежать від глибини маркетингового механізму на підприємстві загалом.

4. З ініціативи автора Визначено, що серед критеріїв відзначаються відсутність якісних інновацій та складність визначення попиту на інноваційні ідеї. На цей аспект варто сконцентрувати особливу увагу, оскільки саме інновації та здатність до інновацій є стратегічно визначальним ресурсом для підприємства.

5. Здобувачем обгрунтовано що одним з стратегічно визначальних ресурсів в умовах зовнішньої енергетичної переорієнтації України є паливні ресурси, тому інструментарію ресурсозабезпечення в даному напрямку варто приділити окрему увагу. Коли активно розвивається ринок нафтопродуктів, так само широко розвивається ринок транспортування переробленої сировини.

Нафта і нафтопродукти, потребують транспортування від місця видобутку до переробного заводу, або до одержувача. Транспортування нафти здійснюється за допомогою залізниць, автоцистернами, річковим шляхом або нафтопроводом.

7. Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання наукових розробок та методичних рекомендацій щодо особливостей використання маркетингового інструментарію у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств

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

Незважаючи на високий науковий рівень розробок, робота не позбавлена окремих недоліків:

1. У відповідності до методологічних положень дослідження особливостей розвитку науково теоретичних засад формування особливостей використання маркетингового інструментарію у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств, автор наголошує на необхідності врахування зовнішніх факторів впливу на процес управління підприємством як складною багаторівневою ієрархічною системою. Однак у роботі автором не конкретизовано критерії та процедури здійснення відбору чинників впливу на ресурсозабезпеченість промислових підприємств.

2. В роботі автором запропоновано економіко-математичний апарат маркетингового інструментарію забезпечення промислових підприємств паливними ресурсами, у якому наголошується про доцільність визначення цінових меж ресурсів досліджуваної галузі на основі розрахунку певних показників. Тим часом, практично розрахунок таких показників не здійснювався.

3. У роботі автором не достатньо розкрито питання залучення інноваційно-інтелектуальних ресурсів промислових підприємств. При цьому, на даний момент, одним із найактуальніших завдань у галузі інформатизації підприємств є формування систем, які полегшували б управління підприємством, у т.ч. ресурсозабезпеченням, як цілісною системою.

4. Бажано було б ширше розкрити особливості формування механізмів ресурсозабезпечення в контексті можливої співпраці з аналогічними промисловими підприємствами європейської співдружності.

Однак дані зауваження не мають принципового значення і не впливають на кінцевий позитивний результат дослідження.

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

Цінність дисертації для науки полягає у науковому обґрунтуванні нової цілісної наукової концепції удосконалення концептуальних положень формування особливостей використання маркетингового інструментарію у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств, та на цій основі підвищення ефективності діяльності промислових підприємств, яка ґрунтується на визначених особливостях методології дослідження внутрішнього господарського механізму та є базою для побудови: моделі його динамічної рівноваги, методології проектування організаційної структури, системи показників інформаційного забезпечення оцінки ефективності управління внутрішнім господарським механізмом, ін.

Практична цінність дисертації полягає в тому, що теоретичні положення, запропоновані та обґрунтовані автором у дисертаційному дослідженні, доведені до рівня конкретних методичних рекомендацій з узагальнення та розвитку науково-теоретичних засад удосконалення концептуальних положень формування особливостей використання маркетингового інструментарію у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств, які були впроваджені на промислових підприємстві Тернопільської та Львівської області (ПП «ОККО Бізнес», ТзОВ «Львівська пивна компанія», ТзОВ «Ватра»). Результати дослідження використовуються у навчальному процесі Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя під час викладання дисциплін: «Аналіз господарської діяльності», «Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті».

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

Аналіз публікацій автора свідчить про те, що у 24 наукових публікаціях, 12 з яких є фаховими, автором викладені всі наукові положення, сформульовані у дисертації які повною мірою відображають принципові наукові положення, обґрунтовані в дисертації.

Докладне вивчення дисертаційної роботи і автореферату дає змогу зробити висновок щодо ідентичності змісту автореферату та основних положень дисертації. Усі наукові положення, висновки і рекомендації, що наведено в авторефераті, належним чином розкрито в дисертації.

8. Висновок щодо відповідності дисертації встановленим вимогам


Таким чином, констатуємо, що дисертація Ратинського В.В.: «Особливості використання маркетингового інструментарію у сфері ресурсозабезпечення промислових підприємств», яку подано на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), є цілісним, самостійним і завершеним науковим дослідженням, у якому автором отримані нові науково-обґрунтовані результати, що у сукупності вирішують важливу науково-практичну проблему формування конкурентоспроможних підприємницьких структур в умовах меблевого виробництва, що має істотне значення для розвитку економічної науки та практики управління підприємствами-виробниками. Отримані результати, висновки і положення дисертаційної роботи Ратинського В.В., мають наукову новизну, теоретичне і практичне значення. Праці, опубліковані у фахових виданнях, містять в собі основні положення дисертації. Роботу оформлено відповідно до встановлених вимог.

У цілому дисертація здобувача Ратинського В.В. відповідає вимогам пунктів 9, 11, 12, 13 та 14 Порядку присудження наукових ступенів, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 р. №567 та документам МОН України щодо кандидатських дисертацій, а її автор

Ратинський В.В. – заслугове на присудження їй наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

Офіційний опонент:

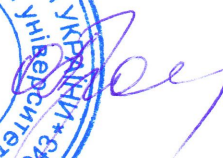
доктор економічних наук, професор
Запорізький національний університет,
декан економічного факультету

 А.В. Череп

Підпис доктора економічних наук, професора Запорізького національного університету, декана економічного факультету засвідчую:

Вчений секретар
Запорізький національний університет





О.А. Проценко