

ВІДГУК

офіційного опонента на дисертацію
Восколупова Володимира Віталійовича
на тему «**Формування системи маркетингового менеджменту
у сільськогосподарських підприємствах**»,
подану на здобуття ступеня доктора філософії
зі спеціальності 073 «Менеджмент»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Актуальність теми дослідження. У сучасних умовах господарювання розвиток сільськогосподарського виробництва потребує невідкладного вирішення комплексу життєво важливих завдань, серед яких поряд з подоланням кризи в сільському господарстві, є проблема побудови ефективної системи управління підприємством та її адаптація до змін зовнішнього середовища. Без сумніву, війна в Україні погіршила становище українських сільськогосподарських підприємств, негативно вплинула на всі сфери суспільного життя та галузі виробництва.

У цьому контексті важливе місце посідає маркетинговий менеджмент, який полягає у застосуванні нових підходів до формування такої системи управління, яка б сприяла, з одного боку, задоволенню потреб споживачів, а з іншого – ефективному розвитку сільськогосподарських підприємств. Крім того необхідність використання маркетингового менеджменту зумовлена тим, що сучасний етап розвитку українських сільськогосподарських підприємств в умовах воєнного стану пов'язаний з необхідністю пошуку нових, дієвих напрямів забезпечення їх стабільного функціонування, які повинні ґрунтуватися на підвищенні конкурентоспроможності підприємств через максимальне задоволення потреб споживачів, застосування диджитал-технологій виробництва та інноваційний розвиток підприємств. Таким чином, в умовах сьогодення використання маркетингового менеджменту у сільськогосподарських підприємствах є не тільки доцільною, а й необхідною умовою успішної діяльності підприємств.

Це обумовлює необхідність розвитку теорії, методики і практики щодо формування системи маркетингового менеджменту у сільськогосподарських підприємствах. Відтак, дисертаційне дослідження Володимира Восколупова є актуальним та своєчасним.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконана відповідно до плану науково-дослідної роботи Національного університету біоресурсів і природокористування України за темою «Розробка інноваційної моделі розвитку сільського підприємництва в Україні з урахуванням чинника євроінтеграції» (номер державної реєстрації 0117U002637), в межах якої автором взято участь у зборі та систематизації інформації щодо стану і тенденцій розвитку сільського підприємництва в Україні та впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на формування підприємницького середовища в сільській місцевості України.

Рівень виконання поставленого наукового завдання та оволодіння здобувачем методологією наукової діяльності. Метою дослідження є розроблення й обґрунтування теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій щодо формування системи маркетингового менеджменту у сільськогосподарських підприємствах, що сприятиме підвищенню ефективності їх діяльності та конкурентоспроможності. Для досягнення зазначеної мети в дисертації було поставлено і вирішено такі завдання: узагальнити теоретичні аспекти маркетингового менеджменту у підприємствах з метою уточнення та поглиблення сутності його основних понять; розкрити сутність і значення системи маркетингового менеджменту підприємств, що сприятиме обґрунтованому прийняттю управлінських рішень на основі маркетингу; систематизувати методичні підходи до оцінювання маркетингового менеджменту у підприємствах з метою виявлення можливостей досягнення визначених цілей їх діяльності; проаналізувати сучасний стан сільськогосподарського виробництва в Україні та виявити тенденції його розвитку, що сприятиме прийняттю обґрунтованих управлінських рішень; проаналізувати чинники зовнішнього та внутрішнього середовища з метою визначення напрямів удосконалення системи маркетингового менеджменту сільськогосподарських підприємств; здійснити оцінювання маркетингового менеджменту сільськогосподарських підприємств для визначення напрямів їх подальшого розвитку; удосконалити систему маркетингового менеджменту сільськогосподарських підприємств у контексті їх інноваційного розвитку; оптимізувати товарний портфель сільськогосподарських підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності; запропонувати підходи до використання інструментів цифровізації в системі маркетингового менеджменту сільськогосподарських підприємств для забезпечення їх швидкого та дієвого реагування на виклики мінливого зовнішнього середовища.

Високий ступінь обґрунтованості результатів дисертації обумовлений правильним застосуванням здобувачем загальнонаукових та спеціальних методів проведення наукових досліджень, а саме: метод аналізу й синтезу, моделювання та формалізації, методи кореляційно-регресійного аналізу, метод експертних оцінок, оптимізаційні методи й моделі, абстрактно-логічний метод, графічний і табличний методи.

Ступінь обґрунтованості наукових положень висновків і рекомендацій, сформульованих в дисертації. Характеризуючи дисертацію Володимира Восколупова слід зазначити, що основні наукові положення викладено переконливо і логічно, висновки та рекомендації ґрунтуються на результатах власних досліджень. Обґрунтованість наукових положень підтверджується проведенням автором аналізом наукових праць українських та зарубіжних вчених з проблем формування системи маркетингового менеджменту у сільськогосподарських підприємствах, чіткістю поставлених завдань та їх вирішенням, використанням офіційних статистичних даних Державної служби статистики України, Головного управління статистики у Вінницькій області, звітності сільськогосподарських підприємств Вінницької

області та інтернет-ресурсів, застосуванням широкого спектру загальнонаукових і спеціальних методів дослідження.

У дисертації сформульовано та обґрунтовано ряд положень, висновків і пропозицій, які відзначаються науковою новизною та мають практичне значення.

Висновки, наведені в дисертації, відображають глибину досліджуваної проблеми, побудовані в логічній послідовності та на основі аналітичних розрахунків.

Виходячи з цього, вищезазначене підтверджує, що одержані результати досліджень, висновки та рекомендації дисертації Володимира Восколупова мають високу ступінь обґрунтованості та є достовірними.

Новизна представлених теоретичних та/або експериментальних результатів проведених здобувачем досліджень. Наукова новизна сформульованих в дисертації основних положень, висновків та рекомендацій полягає в тому, що вони у сукупності вирішують важливе наукове завдання розроблення теоретико-методичних засад і практичних рекомендацій щодо формування системи маркетингового менеджменту у сільськогосподарських підприємствах.

У дисертації на основі аналізу думок різних науковців Володимир Восколупов обґрунтував з власної точки зору тлумачення поняття маркетингового менеджменту. Також, в контексті теоретичного базису дисертації, здобувачем удосконалено систему маркетингового менеджменту підприємств як інтегровану сукупність елементів менеджменту і маркетингу, що створюють позитивний синергетичний ефект для прийняття управлінських рішень.

Заслужують на увагу запропоновані підходи до прийняття управлінських рішень щодо оптимізації товарного портфелю сільськогосподарських підприємств в частині введення до структури виробництва нішевих культур на основі оптимізаційної моделі.

Особливий науковий інтерес викликають методичні підходи до визначення сучасного стану та тенденцій розвитку сільськогосподарського виробництва в Україні, що передбачають використання статистичних методів, зокрема, побудови багатофакторних регресійних моделей, і які відрізняються від існуючих підходів можливістю виокремлювати кожен вид сільськогосподарської продукції залежно від рівня його впливу на формування внутрішнього валового продукту та валового регіонального продукту, та можуть бути використані при прийнятті обґрунтованих управлінських рішень щодо визначення напрямів розвитку виробництва або доцільності його диверсифікації. Заслужує на увагу розроблений прогноз виробництва зернових та зернобобових як в цілому по Україні, так і зокрема у Вінницькій області.

Вагомим доробком здобувача є систематизація методичних підходів до оцінювання маркетингового менеджменту у підприємствах, що надає можливість здійснити поглиблений аналіз внутрішніх процесів діяльності

підприємств з метою досягнення цілей та розроблення ефективної стратегії розвитку.

Цікавими є пропозиції автора щодо пріоритетних напрямів удосконалення системи маркетингового менеджменту сільськогосподарських підприємств в контексті їх інноваційного розвитку. Вдало доповнюють дослідження запропоновані підходи до використання інструментів цифровізації у системі маркетингового менеджменту сільськогосподарських підприємств, що може сприяти покращенню їх комунікації із суб'єктами зовнішнього середовища.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що вони мають як науково-теоретичний, так і практичний інтерес, а відтак, можуть бути використані у практичній діяльності підприємств та навчальному процесі, що підтверджено документально через наявні довідки й акти: ТОВ «Колорит Агро» – впроваджено рекомендації щодо використання інструментів цифровізації в маркетинговому менеджменті сільськогосподарських підприємств, що передбачають підвищення цифрової компетентності персоналу; ТОВ «СОП «Щасливе» – впроваджено рекомендації щодо оптимізації використання сільськогосподарських угідь, які дозволяють урізноманітнити сівозміну, підстрахуватися у разі неврожаю й отримати позитивні результати; Національний університет біоресурсів і природокористування України – результати дисертації впроваджено в навчальний процес під час викладання дисциплін «Сучасні концепції управління», «Диджитал-менеджмент» і «Управління бізнесом».

Повнота викладення наукових результатів дисертації в публікаціях. Основні положення дисертації опубліковано у 12 наукових працях, з яких 2 статті в наукових виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз даних Scopus та/або Web of Science Core Collection, 2 статті в наукових фахових виданнях України, 8 тез наукових доповідей.

Апробація результатів дисертації. Основні положення, висновки і результати дисертації доповідалися й одержали позитивну оцінку на науково-практичних міжнародних і всеукраїнських конференціях, зокрема: «Глобальні виклики для сільського господарства та харчової промисловості» (м. Київ, 19–20 вересня 2019 р.); «Підприємницька, торговельна, біржова діяльність: тенденції, проблеми та перспективи розвитку» (м. Київ, 11 лютого 2020 р., 11–12 лютого 2021 р.); «Роль молоді у розвитку АПК України» (м. Київ, 5 травня 2020 р.); «Нові виклики для аграрного сектору України в умовах глобалізації» (м. Київ, 22 жовтня 2020 р.); «Маркетинг та логістика в агробізнесі» (м. Київ, 15 квітня 2021 р.); «Аграрна політика України в умовах глобальних викликів» (м. Київ, 23–24 вересня 2021 р.); «Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики» (м. Полтава, 19 травня 2022 р.).

Оформлення дисертації та дотримання принципів академічної доброчесності. Дисертація оформлена згідно з нормативними вимогами і стандартами з дотриманням системного викладення матеріалу. Робота написана державною мовою, стиль викладення матеріалу – науковий, літературний. Текст дисертації переважно позбавлений граматичних та орфографічних помилок, а також технічних недоліків. Основні положення, висновки, пропозиції

та рекомендації дисертації в цілому характеризуються послідовністю, аргументованістю і завершеністю.

Дисертація є самостійно написаною кваліфікаційною науковою працею із науково-обґрунтованими висновками та рекомендаціями. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідні джерела. Дисертація та наукові публікації, у яких висвітлені основні наукові результати дисертації, не містять ознак академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації, текстових запозичень чи інших порушень академічної доброчесності.

Висновки та пропозиції, що викликають певні сумніви, зауваження або вказують на окремі суперечності, що може слугувати підґрунтям дискусії під час прилюдного захисту дисертації. Оцінюючи позитивно дисертацію, яка виконана на достатньо високому науковому рівні, відзначаючи її цілісність та завершеність, необхідно вказати на наявність певних недостатньо аргументованих положень, дискусійних моментів та зауважень, зокрема:

1. На рис. 1.4 «Система маркетингового менеджменту у підприємстві» (підрозділ 1.2) відображено керуючу та керовану підсистеми. Доцільно було б в описі до рисунку більш детально розкрити, що саме повинні включати в себе керуюча і керована підсистеми.

2. У підрозділі 2.2 автор зазначає, що «рівень рентабельності досліджуваних сільськогосподарських підприємств Вінницької області за аналізований період має динаміку до зниження», і пояснює таку негативну динаміку «...суттєвим збільшення собівартості виробництва сільськогосподарської продукції». Вважаємо, що дисертація значно б виграла, якби автор навів структуру витрат досліджуваних сільськогосподарських підприємств Вінницької області з метою виявлення найвпливовіших елементів витрат, що спричинили значне підвищення собівартості виробництва сільськогосподарської продукції протягом досліджуваного періоду, для прийняття необхідних управлінських рішень в майбутньому.

3. У дисертації (підрозділ 2.2) автором досить ґрунтовно охарактеризовано та систематизовано ключові чинники зовнішнього та внутрішнього середовищ сільськогосподарських підприємств, що дало можливість розвинути та доповнити напрями удосконалення системи маркетингового менеджменту сільськогосподарських підприємств. Слушно було б, якби автор більше уваги приділив демографічному та соціальному чинникам, що є досить актуальним в умовах воєнного стану з точки зору зміни чисельності населення в т. ч. і споживацької аудиторії, територіальної зміни місця проживання, рівня безробіття та купівельної спроможності населення.

4. Заслугує на увагу розглянута автором у підрозділі 3.3 дисертації «Agrianalytica – єдина платформа в Україні, що пропонує сільськогосподарським виробникам можливість знайти оптимальне фінансування та придбати необхідні матеріально-технічні ресурси від провідних операторів ринку, подати заявку на державну підтримку, вигідно продати свій врожай і підготуватись до відкриття ринку землі». Автор наводить перелік продуктів від Agrianalytica та їх характеристики. Доцільним було б, на нашу думку, також навести цінову політику на кожний розглянутий вид продукту з метою прийняття відповідних

управлінських рішень щодо фінансової можливості придбати дані продукти сільськогосподарськими підприємствами в умовах їх переходу на цифрові технології.

Однак, зазначені зауваження у переважній більшості стосуються дискусійних питань, не впливають на належний науковий рівень дисертації Володимира Восколупова, а свідчать лише про її актуальність, комплексність та багатогранність досліджуваних здобувачем проблем.

Вказані дискусійні положення та побажання відображають власну наукову позицію офіційного опонента й не знижують загальної позитивної оцінки роботи.

Висновок про відповідність дисертації встановленим вимогам.
Дисертація Восколупова Володимира Віталійовича на тему «Формування системи маркетингового менеджменту у сільськогосподарських підприємствах» за актуальністю, ступенем новизни представлених результатів, їх наукової обґрунтованості, повноти викладення в опублікованих наукових працях, рівнем виконання поставленого наукового завдання та володіння методологією наукової діяльності відповідає вимогам, які висуваються до дисертацій на здобуття ступеня доктора філософії.

Дисертація відповідає вимогам Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах), затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 року № 261 (із змінами, внесеними згідно з Постановами Кабінету Міністрів України № 283 від 03.04.2019 р. та № 502 від 19.05.2023 р.), наказу Міністерства освіти і науки України № 40 від 12 січня 2017 року «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації» (із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства освіти і науки України № 759 від 31.05.2019 р.) і Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 року № 44 (із змінами, внесеними згідно з Постановами Кабінету Міністрів України № 341 від 21.03.2022 р. та № 502 від 19.05.2023 р.), а її автор – Восколупов Володимир Віталійович заслуговує на присудження ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Офіційний опонент
доцент кафедри менеджменту
імені І. А. Маркіної
Полтавського державного
аграрного університету,
кандидат економічних наук,
доцент



Ірина ПОТАПЮК