

**ВІДГУК**  
**офіційного опонента**  
**на дисертаційну роботу Ломовських Людмили Олександрівни**  
**на тему**  
**«Організаційно-економічний механізм управління маркетингом суб'єктів**  
**аграрного підприємництва: теорія, методологія, практика»,**  
**подану на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук**  
**за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами**  
**(за видами економічної діяльності)**

**1. Актуальність теми дослідження та її зв'язок з науковими програмами.**

Зростання уваги серед науковців до аграрного сектору України обумовлено високим рівнем експортного потенціалу, зростання якого відбулося за останні декілька років завдяки відчутним змінам у структурі національного господарства країни. Підвищення ступеня відкритості економіки вимагає від підприємств зростання уваги до впливу зовнішнього середовища у формі моніторингу, результатом якого мають бути відповідні стратегії діяльності, де однією із найголовніших виступає маркетингова, для розроблення якої підприємство повинно мати організаційно-економічний механізм управління. Складність та багатоаспектність розвитку маркетингової діяльності для підприємств сільськогосподарського машинобудування обумовлена типом конкуренції на ринку, різноманіттям організаційно-правових форм діяльності виробників та нестабільністю впливу чинників зовнішнього середовища, найголовнішим з яких залишається земельна реформа. Таким чином, розробка методологічного базису, методичного забезпечення та практичних рекомендацій у сфері маркетингу для аграрних підприємств забезпечують їх належним інструментарієм ефективної взаємодії із ринком, чому і присвячений науковий пошук Ломовських Л. О., що підтверджує актуальність обраної тематики дослідження.

## **2. Зв'язок дисертації з науковими програмами, планами, темами**

Дисертаційна робота виконувалась у відповідності до плану науково-дослідних робіт Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: «Організаційно-економічні та технологічні засади підвищення ефективності виробництва і реалізації продукції в умовах формування інноваційної моделі розвитку агропромислового виробництва» (номер державної реєстрації 0111U005203, 2011-2015 рр.) та «Механізми підвищення конкурентоспроможності, розвитку економічного та виробничо-технологічного потенціалу суб'єктів агропромислового виробництва» (номер державної реєстрації 0116U003477, 2016-2020 рр.).

## **3. Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень.**

Дисертація Ломовських Людмили Олександрівні спрямована на розв'язання важливої наукової проблеми – формування та функціонування організаційно-економічного механізму управління маркетингом суб'єктів аграрного підприємництва.

Для досягнення цієї мети в дисертаційній роботі вирішено такі завдання: узагальнено сутнісно-змістовні характеристики дефініції «суб'єкт аграрного підприємництва» в дослідженнях організаційно-економічних процесів, явищ та систем; визначено соціально-етичну та економічну сутність маркетингу в діяльності суб'єктів аграрного підприємництва; обґрунтовано інституційні та регуляторні умови здійснення маркетингової діяльності суб'єктів агробізнесу; досліджено генезис концепцій маркетингу та формування принципів і процедур управління; сформульовано методологічні принципи управління діяльністю суб'єктів аграрного підприємництва на засадах маркетингу; обґрунтовано функцію планування в управлінні маркетингом суб'єктів аграрного підприємництва; здійснено комплексну оцінку впливу чинників маркетингового макросередовища на діяльність суб'єктів аграрного підприємництва; виявлено передумови трансформації господарського механізму у механізм маркетингової діяльності суб'єктів агробізнесу; встановлено ролі маркетингових інструментів в механізмі інноваційного

розвитку; розроблено механізм адаптації маркетингових концепцій управління бізнесом до умов діяльності сільськогосподарських підприємств; надано оцінку доцільності реалізації стратегій діяльності сільськогосподарських підприємств на принципах концепцій соціально-етичного і екологічного маркетингу; обґрунтовано модель маркетингового механізму господарської діяльності суб'єктів аграрного підприємництва.

Зміст дисертаційної роботи здобувача, опублікованих наукових праць свідчить, що основні положення, які визначають наукову новизну дисертації, одержані автором в результаті самостійного наукового дослідження, сформульовані особисто та повністю відображають авторські здобутки.

Достовірність та обґрунтованість теоретичних положень, методичних та прикладних розробок, висновків і пропозицій, представлених у дисертаційній роботі Ломовських Людмили Олександрівні, підтверджується коректністю постановки наукових і практичних завдань, комплексністю використання теоретичних та методичних прийомів. Отримані результати базуються на фундаментальних положеннях економічної теорії, наукових розробках вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячених дослідженню проблематики, пов'язаної з організаційно-економічного механізму управління маркетингом суб'єктів аграрного підприємництва.

У процесі підготовки дисертаційної роботи автором опрацьовано законодавчі та нормативні акти державних органів влади, матеріали Державної служби статистики України, дані внутрішньої звітності та власних досліджень макроекономічних показників, наукові праці провідних науковців з означеної проблематики. Автором використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: абстрактно-логічний (при формуванні логіко-структурної схеми дослідження, визначенні критеріїв класифікацій, формулюванні наукових положень, визначень категорій та понять), монографічний (при дослідженні результатів діяльності аграрних підприємств та їх об'єднань), розрахунково-конструктивний (при визначенні показників ефективності маркетингової діяльності аграрних підприємств та інших суб'єктів аграрного підприємництва), економіко-статистичні та економіко-математичні методи (при виконанні розрахунків та визначенні показників ефективності), методи аналізу та синтезу

(при формалізації та оцінці дії факторів, визначенні типологічних та класифікаційних характеристик маркетингово-збутового інструментарію в менеджменті суб'єктів аграрного підприємництва) та інші.

Дисертаційна робота складається зі вступу, п'яти розділів, кожний з яких характеризується відповідним внеском у вирішення проблеми організаційно-економічного механізму управління маркетингом суб'єктів аграрного підприємництва, висновків, списку використаних джерел сучасних вітчизняних та закордонних дослідників, що налічує 378 найменувань, і додатків. Дослідження насичене ілюстративним та табличним матеріалом, що полегшує сприйняття роботи, а також свідчить про обґрунтованість наукових положень, висновків і рекомендацій, зроблених автором.

Основні результати дослідження доповідались і одержали схвалення на 14 міжнародних науково-практичних конференціях.

#### **4. Оцінка ступеня наукової новизни основних положень дисертації.**

До результатів дослідження, що характеризуються суттєвими елементами наукової новизни можна віднести такі доробки автора теоретичного, методичного та практичного характеру.

Вперше розроблено методологічний підхід до поєднання сучасних концепцій маркетингу в організаційно-економічному механізмі управління маркетинговою діяльністю суб'єктів аграрного підприємництва. Вперше сформульовано і розкрито сутнісно-змістовну характеристику дефініції «суб'єкт аграрного підприємництва» та розроблено класифікацію суб'єктів аграрного підприємництва (за правовим статусом, за формою власності, за соціальною правоздатністю, за способом утворення та формування статутного фонду, за організаційно-правовою формою власності, за суб'єктним складом). Вперше обґрунтовано концепцію трансформації господарського механізму діяльності суб'єктів аграрного підприємництва у маркетинговий, в основі якої лежить формування якісно нового внутрішнього середовища підприємства з обов'язковим врахуванням впливу чинників зовнішнього середовища діяльності підприємств.

Дисертантом удосконалено сутність поняття «аграрного маркетингу», під

яким слід розуміти не тільки процес реалізації продукції, а всю діяльність сільськогосподарських підприємств, починаючи від аналізу ринку, де обмінний процес в маркетинговій діяльності розглянуто з позиції економіки, соціології та етики. Розвинуто методичний підхід до розробки архітектури та архітектоніки організаційно-економічного механізму управління діяльністю підприємств, сутність якого полягає в необхідності врахування внутрішніх та зовнішніх чинників. Автором вдосконалено моделі господарської діяльності підприємств, які базуються на екологічних і соціально-етичних принципах, де математично доведено, що в умовах нераціонального використання земельних ресурсів підприємства вони є більш ефективними за принципи концепції удосконалення виробництва.

В роботі дістали подальшого розвитку комплексний підхід щодо оцінки впливу чинників маркетингового макросередовища на діяльність суб'єктів аграрного підприємництва. Автором ідентифіковано розбіжності між інституційно-регуляторними умовами здійснення маркетингової діяльності та реаліями сільськогосподарського виробництва, де «маркетинг» вживається не в належному розумінні або не несе змістовного навантаження. Розвинуто принципи сучасного комплексного управління діяльністю підприємств, де доведено, що вони мають базуватися не тільки на внутрішніх чинниках, але і на зовнішніх (інтереси споживачів, інтереси суспільства, довготривалі стосунки, задоволення інтересів на основі врахування чинників маркетингового макросередовища підприємства: соціальних, соціально-культурних, демографічних, природно-географічних, науково-технологічних та ін.), на протигагу класичним, які основані виключно на внутрішніх. Дістали подальшого розвитку напрями розробки комплексу маркетингових інструментів в механізмі інноваційного розвитку, який дозволив виокремити стандартний маркетинговий комплекс, який представляє собою комбінацію інструментів маркетинг-міксу, та теоретико-методологічні принципи планування як функції управління діяльністю підприємств, що вимагає отримання важливих результатів з зовнішнього оточення для прогнозування можливостей, складання плану на випадок непередбачених обставин, розробки системи раннього попередження на випадок можливих загроз і розробки

стратегій, які можуть перетворити колишні загрози в різного роду вигідні можливості.

Таким чином, проведене дослідження є логічно завершеним, характеризується широтою постановки завдань, новизною їх вирішення, обґрунтованістю висновків і рекомендацій, тісним взаємозв'язком методичних і прикладних питань. Отримані результати дослідження ґрунтуються на глибокій теоретичній розробці здобувачем проблем, що досліджуються, критичному узагальненні наукових праць вітчизняних та закордонних вчених з проблем економіки, менеджменту, стратегічного управління. Достовірність отриманих результатів базується на використанні значного масиву даних про діяльність чисельних підприємств.

Таким чином, за критерієм обґрунтованості наукових положень, висновків та рекомендацій сформульованих у дисертації та практичній корисності результатів дослідження, робота Л.О. Ломовських цілком узгоджується з діючими вимогами МОН України.

### **5. Практичне значення та достовірність одержаних результатів.**

Отримані результати дослідження Л.О. Ломовських мають практичне значення, яке полягає у можливості використання розроблених у роботі рекомендацій у діяльності аграрних підприємств, органів управління агропромисловим розвитком, а також у навчальному процесі закладів вищої освіти. Висновки та рекомендації, запропоновані в дисертаційній роботі, схвалено й впроваджено в практику діяльності таких підприємств як: Департаменту агропромислового розвитку Харківської обласної державної адміністрації (довідка № 07-27/07/571 від 28.03.2017 р.), АФ «Надія» ТОВ Чугуївського району Харківської області (довідка № 187 від 26.12.2016 р.), ТОВ АФ «Іванівський лан» Чугуївського району Харківської області (довідка б/н від 21.12.2016 р.), СТОВ «Маяк» Чугуївського району Харківської області (довідка № 023 від 15.02.2017 р.), а також у навчальному процесі Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка (довідка № 05-563 від 27.12.2016 р.).

## **6. Оцінка оформлення дисертації та змісту автореферату.**

Дисертація Ломовських Л.О. «Організаційно-економічний механізм управління маркетингом суб'єктів аграрного підприємництва: теорія, методологія, практика» складається зі вступу, п'яти розділів, дев'яти підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Дисертація містить 405 сторінок, в тому числі основний текст викладений на 370 сторінках.

Вивчення матеріалів дослідження та автореферату здобувача свідчать про повну відповідність змісту автореферату основним положенням дисертаційної роботи. В авторефераті в повній мірі розкрито всі основні наукові результати, які отримано в процесі дослідження, ступінь новизни розробок, висновки та рекомендації. Текст автореферату не містить положень, які не знайшли відображення в дисертації.

Викладення матеріалу в дисертації ведеться послідовно та науково обґрунтовано, дисертаційна робота відзначається логічністю побудови, завершеністю, обґрунтованістю наукових положень і висновків, якісним науковим стилем подачі матеріалу. Дослідження має концептуальний та прикладний аспекти, що є характерним для наукової роботи. Дисертація та автореферат відповідають вимогам, що пред'являються МОН України до кандидатських дисертацій за спеціальністю 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

Дисертація за змістом відповідає паспорту спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Обсяг та оформлення дисертації є такими, що відповідають вимогам МОН України.

## **7. Повнота викладу наукових положень, висновків і рекомендацій в опублікованих працях.**

Усі положення наукової новизни висвітлено в наукових працях, опублікованих автором у провідних фахових виданнях. У публікаціях повністю відображено зміст основних результатів дисертації.

За результатами досліджень опубліковано 41 наукову працю загальним обсягом 41,2 ум.-друк, арк., у тому числі 1 одноосібну монографію, 22 статті у

наукових фахових виданнях, 5 статей у зарубіжних наукових періодичних виданнях.

Вимоги МОН України щодо оприлюднення матеріалів дисертацій у відкритому друці дотримані.

Кількість, обсяг і якість друкованих праць відповідають вимогам щодо публікацій основного змісту дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук і надають Ломовських Л. О. право публічного захисту дисертаційної роботи.

### **8. Дискусійні положення та зауваження.**

Не дивлячись на достатньо високий науковий рівень підготовки дисертаційної роботи, необхідно звернути увагу на наявні в ній окремі недоліки та дискусійні положення. Зокрема:

1. На рис. 1.5 представлені суб'єкти економічних відносин, які об'єднують працівників (домогосподарства), державу та виробників, представлених фірмами та підприємствами. По-перше, враховуючи ґрунтовний аналіз дисертантом нормативних документів незрозуміло чому дослідник використовує поняття «фірма», так як воно на відміну від поняття «підприємство» не є нормативно закріпленим. По-друге, цей розподіл є загальновідомим, і наведення його в дисертації ставити під сумнів авторський внесок в нього.

2. Надана на рис. 2.3 логіко-структурна система організаційно-економічних засад розвитку маркетингу вимагає доробки. Надані підходи до управління розвитком (функціональний, системний, процесний та ситуаційний) є достатньо різноманітними і відповідно всі інші складові в розрізі кожного із підходів матимуть інше представлення, що вимагає уточнення елементів цих підходів, які безпосередньо використані в рамках даної системи. Крім того зазначені елементи повинні бути логічно взаємозв'язані для того, щоб відповідати поняттю «система».

3. На рис. 2.10 представлено процес планування маркетингу, на якому надано в рамках аналізу зовнішнього підприємницького середовища кон'юнктури ринків, галузей та конкуренції. Після цього надається етап



дослідження ринку. Не зовсім зрозуміло, що мається на увазі під цим етапом адже більшість із його складових вже реалізовані на попередньому етапі. Крім того автором позиціонується стратегія розвитку та стратегія конкуренції, що вимагає уточнення взаємоузгодженості цих стратегій.

4. На рис. 2.5 автором представлені групи чинників макросередовища, які впливають на мікросередовище та внутрішнє середовище підприємства. Цей рисунок представлено в контексті еволюції маркетингових концепцій постіндустріальної епохи. В подальшому дослідженні на рис. 2.12 надано вплив цих чинників на ринок, представлений виробниками, постачальниками, клієнтами, посередниками та контактними аудиторіями. Втім, взаємодію між цими ключовими поняттями варто було відобразити на одному з рисунків.

5. На рис. 2.8 надано основні стратегії матриці розвитку товару на ринку, розроблені І. Ансоффом, які є загальновідомими та розповсюдженими. Саме тому наведення їх роботи не є доцільним. Те ж сама варто зауважити і відносно рис. 2.11, де надана матриця БКГ.

6. За результатами аналізу, наданого п.п. 3.1, дисертант наголошує, що на основі проведеного аналізу не виявлено чіткої закономірності впливу чинників економічної групи макросередовища на результати діяльності сільськогосподарських підприємств. Фактично в роботі здійснено аналіз динаміки значної кількості показників, а безпосередньо вплив їх у формі економіко-математичного моделювання в рамках відповідного методичного підходу не надано, що ставить під сумнів надані здобувачем висновки.

7. В роботі на рис. 5.5. надані розміри підприємств за формою господарювання. Було б доцільно уточнити кількісні значення параметрів для виокремлення розміру суб'єкта господарювання.

Вказані зауваження відображають наукову позицію опонента та не заперечують можливість авторського бачення шляхів розв'язання поставленої наукової проблеми.

## **9. Загальний висновок.**

Дисертаційна робота Ломовських Л.О. «Організаційно-економічний механізм управління маркетингом суб'єктів аграрного підприємництва: теорія,

методологія, практика» виконана на актуальну тему, має достатній рівень обґрунтованості та достовірності і є завершеним науковим дослідженням. В дисертації автором розроблено новий підхід до вирішення важливої науково-практичної проблеми – розробки теоретико-методологічних та прикладних засад побудови та функціонування організаційно-економічного механізму управління маркетингом суб'єктів аграрного підприємництва. Зміст дисертації, науковий рівень, отримані наукові висновки та практичні рекомендації відповідають пунктам 9, 10 та 12 «Порядку присудження наукових ступенів» (затвердженого Постановою КМУ від 24.07.2013 р. № 567 (зі змінами)), а її автор – Ломовських Людмила Олександрівна – заслуговує на присудження наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

**Офіційний опонент:**

доктор економічних наук, доцент  
начальник Центрального управління  
Головного управління Державної  
фіскальної служби у Харківській  
області



*Handwritten signature of Yurii O. Zaytsev*

Ю. О. Зайцев

*Відсутня нарізка  
30.11.18 Власний секретар  
СБП Д 41.089.05  
Власний секретар  
Г.В. Крутіца*

