

ВІДГУК

офіційного опонента доктора економічних наук, професора Чирви Ольги Григорівни на дисертаційну роботу **Бойка Ігоря Володимировича** на тему: «Маркетингове забезпечення економічної безпеки підприємств», подану на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 21.04.02 економічна безпека суб'єктів господарської діяльності

Актуальність теми дисертаційної роботи та її зв'язок з науковими програмами

Проблеми маркетингового забезпечення суб'єктів господарської діяльності як чинника економічної безпеки набувають особливої актуальності, зокрема в умовах економічної кризи, появі нових викликів і пошуку сучасних методів ефективного управління підприємствами. Економічна безпека суб'єктів господарської діяльності перебуває під негативним впливом деструктивних чинників, як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, що призводить до затяжного падіння фінансової стійкості та прибутковості суб'єктів підприємництва. Це повною мірою стосується інноваційно-активних підприємств, роль яких в економіці країни поступово зростає. Разом з тим, для таких підприємств, зростають і перманентні ризики, що пов'язані з просуванням інноваційних продуктів та вимагають застосування відповідного інструментарію маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємств. При розробці такого інструментарію необхідно враховувати, як вплив зовнішніх та внутрішніх факторів, так і особливості самого інноваційного продукту. Дисертація Бойка І. В. є важливим кроком у подальшій розробці теоретичних та методичних

положень економічної безпеки інноваційно-активних підприємств на основі сучасної концепції економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності з використанням сучасного маркетингового інструментарію.

Дисертаційна робота за своєю тематикою є актуальною, а результати досліджень мають суттєве наукове значення для визначення шляхів маркетингового забезпечення економічної безпеки вітчизняних суб'єктів господарювання.

Дисертація виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт кафедри управління фінансово-економічною безпекою Університету економіки та права «КРОК» за темою «Забезпечення захисту економічної безпеки держави та суб'єктів господарської діяльності в умовах євроінтеграції України» (номер державної реєстрації 0114U006338).

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

Наукові положення, висновки та рекомендації, що містяться у дисертації і винесені на захист, мають достатній ступінь обґрунтованості. Методологічні і теоретичні основи дослідження базуються на фундаментальних положеннях теорії економічної безпеки, маркетингу та поведінкової економіки, наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених у галузі економічної безпеки інноваційно-активних підприємств, методах маркетингових досліджень. У дисертаційній роботі Бойка І. В. по слідовно визначено мету, сформульовано наукове завдання, предмет та об'єкт дослідження. Теоретична цінність дисертації, положення та результати дослідження, які формують наукову новизну, ґрунтуються на комплексі загальнонаукових і формально-логічних методів та методичних досліджень, що містять методи логічного узагальнення і систематизації, абстрактний

метод, прийоми аналогії та зіставлення, компаративного аналізу, економіко-статистичні методи.

Інформаційну базу дослідженъ становили законодавчі й нормативно-правові акти; дані Державної служби статистики України; офіційні статистичні дані українських та міжнародних компаній; науково-методичні та прикладні напрацювання вітчизняних і зарубіжних економістів; Internet-ресурси. Структура дисертаційної роботи та її логічне побудування визначені метою і є комплексом розробок теоретичних положень, методичних підходів та науково-практичних методик оцінки показників маркетингової безпеки підприємств, та визначається необхідністю маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємств. Основні теоретичні положення та практичні результати дисертаційного дослідження апробовані на десяти міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях.

Основні наукові результати, одержані автором, та їх новизна

Основний науковий результат дисертаційної роботи Бойка І. В. полягає у вирішенні проблемних питань щодо маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємств. Винесені здобувачем на захист результати наукового дослідження мають наукову новизну. Серед них, зокрема, необхідно відзначити:

- 1) вперше розроблено і запропоновано: використання Інтегрального показника безпечного маркетингового потенціалу інноваційного продукту (Ібмпіп) (с.166-168), що, на відміну від існуючих показників маркетингової безпеки, ґрунтуються на параметрах самого інноваційного продукту та враховує вплив деструктивних чинників і дозволяє вимірюти безпеку інноваційного продукту для підприємства на різних стадіях його просування;

2) уdosконалено визначення сутності поняття та ролі маркетингової безпеки (с.63), як об'єднавчої складової, зокрема необхідність її включення, на відміну від інших класифікацій, до системи економічної безпеки підприємств як повноцінної складової, що дозволить безпосередньо забезпечити правильний вибір маркетингової стратегії підприємства;

3) запропоновано комплекс параметрів, на яких повинна базуватись оцінка інновації для забезпечення економічної безпеки підприємств, а саме: «Релевантність», «Диференціація», «Правдоподібність», «Намір покупки», «Вартість», «Загальне вподобання» (с.128-130). Параметри, які входять до даного комплексу, мають прямий зв'язок з біхевіористичними факторами; на відміну від інших підходів економічної безпеки, які не використовують методи біхевіоризму та поведінкової економіки. Ці параметри дають змогу встановити бар'єри та загрози, які виникають при просуванні інноваційного продукту;

4) визначено етапи просування інноваційного продукту, що об'єднані в єдину циклічну систему (с.147-158), на основі якої підприємство повинно реалізовувати стратегію маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємств при просуванні інноваційних продуктів;

5) запропоновано використання показники маркетингової безпеки - коефіцієнт покриття мінімально необхідної частки ринку інноваційним продуктом (КМЧР), використання якого, разом з розробленою схемою діагностики інноваційного продукту та аналізом заміщення (с.158-166), на відміну від існуючих підходів, дасть можливість підприємству спрогнозувати чи не суперечить інноваційний продукт його стратегії та потребам.

6) набули подальшого розвитку трактування понять економічної безпеки та системи економічної безпеки (с.39), основою для яких стали

існуючі дослідження, а наведенні автором трактування доповнюють і розширяють їх;

7) проаналізовано базові категорій теорії безпеки: «виклик», «загроза» та «ризик» (с.42-44), котрі були порівняні між собою на основі різних підходів до них, розкрито зміст, сутність і встановлено, що, незважаючи на семантичну схожість цих категорій, кожна з них визначає різний ступінь можливості заподіяння збитку;

8) досліджено інструменти інформаційно-аналітичного забезпечення для маркетингу (с.64-65, 73-79), які раніше не були включені у систему економічної безпеки, але, як було з'ясовано, відіграють важливу роль у прогнозуванні шляхів розвитку маркетингової стратегії.

9) визначено фактори пливу на економічну безпеку підприємств (с.86-87, 93, 95, 98, 99, 101, 103). Кожен з цих факторів та його поточний стан повинні розглядатися і аналізуватися підприємством окремо, інноваційні процеси на підприємстві та його інноваційна стратегія загалом повинні базуватися на основі зібраних даних по ситуації по кожному з факторів.

10) досліджено особливості тестування концепцій інноваційних продуктів з урахуванням біхевіористичних факторів та особливостей ринку (с.112-113, 118, 122-123, 125-128), що дозволяє впровадити методи для зменшення загроз при просуванні інноваційних продуктів.

Повнота викладення наукових положень, висновків і рекомендацій в опублікованих працях.

За матеріалами дисертаційного дослідження опубліковано 16 наукових праць загальним обсягом 5,7 д.а., особисто авторові належить 5,28 д.а. З них 1 стаття надрукована в науковому фаховому виданні України, 4 – у виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз, 1 стаття - у зарубіжному виданні, 10 тез доповідей - у матеріалах науково-практичних

конференцій. Основний зміст дисертації у достатній мірі відображеній в авторефераті.

Важливість одержаних здобувачем результатів для науки і практики.

Дисертаційна робота Бойка І. В. є вагомим внеском у розвиток теорії і практики економічної безпеки.

Сформульовані в дисертації результати дослідження, висновки та основні положення дозволили виробити рекомендації щодо розв'язання проблеми маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємств, які покладені в основу розробки теоретико - методичних положень та науково-методичного забезпечення вирішення досліджуваної проблеми. До результатів, які мають практичне значення, належать наукові положення, висновки та рекомендації дисертаційного дослідження, які можуть бути використані підприємствами при розробці засобів маркетингового забезпечення економічної безпеки. Висновки та пропозиції, що містяться у дисертації, мають практичне значення та можуть бути використані з метою маркетингового забезпечення їх економічної безпеки. Це підтверджується їх упровадженням у ТОВ «Іпсос» (довідка № 1-21/08-2020 від 21.08.2020); ТОВ «БУД-ЕНЕРГО» (довідка № 109-1 від 16.09.2020); ТОВ «Traectoria» (Грузія) (довідка від 20.02.21); ТОВ «PICEPЧ.ЮЕЙ» (довідка № 14 від 10.02.2021); ТОВ Marketing Data Solutions (довідка від 08.10.2020); ТОВ «Anova» (Грузія) (довідка від 15.07.2020); ТОВ «НВП Дельта» (довідка № 134 від 10.05.2020) Громадській організації «Інститут соціального і економічного розвитку» (довідка від 28.08.2020 р.); ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» (довідка № 23-1/13 від 17.09.2020 р.).

Зауваження та дискусійні положення дисертації:

1. У підпункті 1.1 (с. 29) автору доречно було б крім визначення понять «економічної безпеки підприємства» та «системи економічної безпеки підприємства» у загальному відношенні надати ці визначення окремо для інноваційно-активних підприємств, так як їм приділяється багато уваги в роботі.

2. У підпункті 2.1 (с. 45) доречним буде показати роль інноваційної складової системи економічної безпеки підприємств. Хоча автор її згадує і наголошує про її важливість, але не розкриває повністю її змісту та більше приділяє уваги маркетинговій безпеці.

3. Хоча автор у другому та третьому розділах розробляє нові показники маркетингової безпеки, було б доцільним ще й проаналізувати у цих розділах визначені автором існуючі показники маркетингової безпеки розглянуті у підпункті 1.3 (ст. 64-65), на прикладах досліджуваних підприємств.

4. У п. 2.1. (с. 85–103) ватро вказати не тільки компанії які використовують ті чи інші елементи поведінкової економі, а й показники їхньої економічної діяльності.

5. У п. 2.2 (с. 103) здобувач пропонує в принципі непогану ідею проаналізувати підприємства 4-х видів діяльності: ринок пива, йогуртів, кондитерських виробів і підгузків. Хоча з точки зору важливості економічної діяльності, важко погодитись, що виробники йогуртів і підгузків є тими підприємствами, які треба аналізувати в першу чергу.

6. Досліджуючи параметри оцінки інноваційного продукту, параметр «Вартість» (с. 130) розглядається автором тільки з позиції задоволеності нею споживача, і не враховує те що вона була продиктована об'єктивними факторам з боку підприємства. Зміну вартості не можна робити

ґрунтуючись лише на потребах споживачів, вона повинна бути економічно обґрунтованою з позиції фінансової безпеки підприємства.

7. У п. 3.1. «Стратегія безпечного розвитку та просування нового продукту на ринок в системі економічної безпеки підприємств» (с. 146) визначені автором етапи просування продуктів не висвітлені на прикладах досліджених підприємств, таке графічне відображення з'являється лише у п 3.3 (с. 168) – потрібно перенести цю інформацію у пункт 3.1, так інформація подається дещо розірвано.

8. У п. 3.2. автором розроблено схему для діагностики інноваційного продукту на ринку (с. 161). Водночас, ця авторська методика представлена теоретично без фактичного апробування на досліджуваних підприємствах.

Проте наявність дискусійних положень та зауважень не знижують загальної цінності дисертаційної роботи автора.

Загальний висновок

Дисертаційна робота Бойка Ігоря Володимировича «Маркетингове забезпечення економічної безпеки підприємств» виконана на належному науково-теоретичному рівні, є завершеною працею, в якій отримано нові науково обґрунтовані результати, що вирішують актуальні науково-практичне завдання, яке полягає у розробленні концептуальних зasad та науково практичних рекомендацій щодо маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємств.

Зміст представленої дисертаційної роботи в цілому відповідає обраній темі, забезпечує досягнення поставленої мети та завдань дослідження. Автореферат повною мірою розкриває основні положення дисертаційної роботи, тема якої відповідає паспорту спеціальності 21.04.02 – економічна безпека суб’єктів господарської діяльності.

Дисертаційна робота Бойка Ігоря Володимировича «Маркетингове забезпечення економічної безпеки підприємств» відповідає вимогам МОН України до кандидатських дисертацій, що містяться у п.п. 9, 11, 12, 13, 14 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 24.07.2013 р №.567 (зі змінами та доповненнями), а дисертант Бойко Ігор Володимирович заслуговує на присудження йому наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 21.04.02 – економічна безпека суб’єктів господарської діяльності.

Офіційний опонент:

доктор економічних наук, професор
Уманського державного педагогічного
університету імені Павла Тичини
Міністерства освіти та науки України

О.Г. Чирва

Підпис офіційного опонента засвідчує:

д.п.н., професор,
ректор Уманського державного педагогічного
університет імені Павла Тичини
Міністерства освіти та науки України



О.І. Безлюдний