

**Спеціалізованій вчені раді Д 05.854.03
Вінницького національного аграрного університету**

ВІДГУК

офіційного опонента

**доктора економічних наук, професора Ларіної Ярослави Степанівни
на дисертаційну роботу Семчук Ірини Антонівни
на тему «Формування маркетингової політики сільськогосподарських
підприємств з виробництва біопалива», подану на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук за спеціальністю
08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)**

Актуальність теми дисертаційної роботи.

В Україні наявні сприятливі економіко-організаційні умови для розвитку біоенергетики, зумовлені природно-кліматичними чинниками, існуючим потужним потенціалом аграрного сектору, доступною робочою силою та багатьма іншими факторами. Незважаючи на значний ресурсний потенціал енергії з біомаси, внутрішні потреби в енергоресурсах задовольняються переважно за рахунок традиційних видів палива. З певних об'єктивних та історичних причин, найбільш затребуваними в Україні наразі є викопні ресурси, які складають левову частку вітчизняного енергоспоживання. Біопаливо становить лише незначну частину в загальному енергобалансі країни.

Низький рівень розвитку вітчизняного ринку біопалив пояснюється рядом обставин, що зумовлені, передусім, економічними і геополітичними процесами. Досягнення нашою державою рівня європейських країн вимагає значних зусиль сільськогосподарських підприємств на цьому ринку, їх результативної діяльності та підтримки з боку держави. В свою чергу ефективний розвиток біоенергетики сприятиме формуванню біоенергетичного іміджу України, залученню вітчизняних та іноземних інвестицій у найбільш перспективний напрям в енергетичній галузі.

Активізація маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств на ринку біопалив є необхідною умовою ефективного розвитку галузі біоенергетики. Сучасний механізм розвитку біоенергетики та відповідних ринків біопалив базується на концепції аграрного маркетингу, яка розглядає виробництво і просування продукції як взаємопов'язані явища, як інтегруючу ланку для всіх учасників ринкових відносин. Це потребує системної маркетингової політики сільськогосподарських товаровиробників на ринку біопалив у сфері в врахуванням інструментів комплексу маркетингу.

У зв'язку з цим тема дисертаційного дослідження І.А. Семчук є актуальною, теоретично і практично значимою та своєчасною.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами

Дисертантка приймала участь у виконанні плану науково-дослідних робіт Вінницького національного аграрного університету за темою: «Розробка новітньої концепції використання відходів сільського господарства для забезпечення енергетичної автономії аграрних підприємств» (2019-2021 рр., 011U100786) в межах якої визначено потенціал використання відходів сільського господарства для забезпечення енергетичної автономії аграрних підприємств Вінницької області, а також проектування ланцюга створення вартості при виробництві біопалив з олійних культур.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих в дисертаційній роботі.

Достовірність і обґрунтованість пропонованих наукових положень, напрацьованих висновків і рекомендацій дисертаційної роботи забезпечено використанням сукупності загальнонаукових і спеціальних методів дослідження для розв'язання важливого науково-прикладного завдання з обґрунтування та поглиблення теоретико-методичних засад і розробки практичних рекомендацій щодо формування маркетингової політики сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива. Форма представлення результатів дослідження свідчить про високий рівень теоретичної підготовки здобувача та вміння працювати з науковим матеріалом. В ході дослідження автором опрацьовано 332 найменувань бібліографічних джерел, що представляють собою чинні законодавчі та нормативно-правові акти, літературні джерела вітчизняних та зарубіжних вчених та наукові публікації автора з теми дослідження, тобто опрацьовано значний масив даних, представлених в основному тексті дисертації та додатках до роботи. Теоретичною і методичною базою дослідження є положення вітчизняної та зарубіжної економічної науки від часу формування класичних економічних теорій та теорій ринку до сучасних наукових розробок визнаних вітчизняних і зарубіжних науковців, що присвячені проблемам формування маркетингової політики сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива.

Мета та завдання дисертаційного дослідження відповідають темі роботи та не суперечать зробленим висновкам. Дисертація характеризується змістовністю, логічністю та структурованістю викладення матеріалу.

Теоретичною та методичною основою дисертаційної роботи є загальнонаукові та спеціальні методи досліджень, які ґрунтуються на сучасних наукових економічних концепціях, а також сукупність сучасних методів

дослідження, зокрема: аналіз і синтез, наукова абстракція, морфологічний аналіз, узагальнення, аналіз ієрархій, системний, кібернетичний, ситуаційний та прогностичний підходи, SWOT, PESTEL, стратегічний аналіз, теорії потенціалу, апробовані методики анкетування, кореляційний аналіз, контент-аналіз та ін.

Авторська методологія ґрунтувалася на концепції організаційного управління, в основу якої було покладено детермінантність ролі факторів маркетингової політики, окремі аспекти виробничої діяльності, ланцюги постачання та створення вартості, управління якістю сировини та продукції; як теоретичну основу досліджень було використано класичну теорію маркетингу, зокрема аграрно-маркетингового менеджменту, теорій конкуренції, нової інституційної економіки, маркетингової діяльності сільськогосподарського підприємства постіндустріального типу.

Інформаційною базою дослідження слугували відповідні Закони України, Укази Президента України, законодавчі та нормативно-правові акти Верховної Ради України, постанови Кабінету Міністрів України, які стосуються ринку біопалив і діяльності сільськогосподарських підприємств на них; дані Державної служби статистики України про стан і розвиток діяльності суб'єктів ринку біопалив; дані статистичного, управлінського обліку виробників та переробних підприємств ринку біопалив; наукові праці зарубіжних і вітчизняних учених з досліджуваної проблеми, теоретико-прикладні розробки, які отримані автором особисто, науково-аналітична інформація мережі Internet.

У першому розділі змістовно та логічно розкривається понятійно-термінологічний апарат, зокрема досліджено соціоекономічні основи бізнесу з виробництва біопалив на організаційному рівні, концепції розвитку маркетингу в системі управління підприємством, теоретичні основи формування маркетингової політики в системі управління сільськогосподарським підприємством, алгоритм формування і оцінки моделі маркетингу у сфері діяльності сільськогосподарських підприємств.

У другому розділі досліджено галузеву організаційну динаміку на основі маркетингового аналізу світового та вітчизняного ринку біопалив, проведено дослідження стандартизації системи внутрішнього маркетингу підприємств на основі управління якістю при виробництві біопалив та ефективність самозабезпечення сільськогосподарських підприємств біодизелем з олійних культур.

У третьому розділі дисертаційної роботи суттєвим науковим результатом вважаю: розробку моделі маркетингу репрезентативного сільськогосподарського підприємства з виробництва біопалива, що ґрунтується на маркетинговій концепції доданої вартості та формуванні ланцюга створення вартості, що дозволяє більшою мірою реалізувати потенціал маркетингової політики організаційного рівня з точки

зору особливостей функціонування підприємств галузі; розробка імітаційної моделі формування потоку сировини із сої та ріпаку в ланцюгу створення вартості біодизеля; зазначене відрізняється тим, що орієнтоване на багатоваріантне моделювання різних видів діяльності та змінних даних ланцюга створення вартості біодизеля, а також можливістю врахування множини перспектив майбутніх змін, зокрема збільшення кількості видів діяльності, часткових видів діяльності та вхідних даних, таких як виробництво побічних продуктів; розроблену економічну модель ефективності виробництва біодизеля і зв'язки між видами діяльності та окремими процедурами виробництва у ланцюгу створення вартості, що спрямовані на забезпечення відповідності продукції вимогам ринку.

Сформульовані в дисертаційній роботі наукові положення, висновки і практичні рекомендації мають високий рівень обґрунтованості, що підтверджується опрацюванням значного обсягу наукових праць з теми дисертаційної роботи, використанням статистичних даних досліджуваних підприємств та інформаційних джерел, застосуванням як загальнонаукових, так і специфічних методів наукового дослідження.

Висновки, отримані автором у ході виконання дисертаційного дослідження, є достовірними та містять положення наукової новизни. Достовірність та обґрунтованість наукових положень, висновків і результатів обумовлюється їхньою апробацією на науково-практичних конференціях, публікаціями в науково-спеціалізованих виданнях, а також документацією, яка підтверджує впровадження практичних результатів дослідження в господарську діяльність учасників ринку біопалив.

Наукова новизна і практична значимість одержаних результатів

Основними результатами дослідження, які характеризуються ознаками наукової новизни, є такі:

вперше:

- обґрунтовано ефективність моделі маркетингу репрезентативного сільськогосподарського підприємства з виробництва біопалива, що ґрунтується на маркетинговій концепції доданої вартості та формуванні ланцюга створення вартості; зазначений підхід, на відміну від поширених процедур, дозволяє більшою мірою реалізувати потенціал маркетингової політики організаційного рівня з точки зору особливостей функціонування підприємств галузі (стор. 229-236);

удосконалено:

- теоретичні підходи до моделювання реакції учасників ринку біопалива на рівень розвитку стандартів якості, де новим стало визначення бар'єрів розвитку даного ринку, оцінювання впливу життєвого циклу біопалива на довкілля та дослідження самих стандартів якості на біопаливо; зазначене дозволяє оцінити

потенційний зв'язок між стандартизацією та обсягами продажів, а також взаємозв'язок між станом ринку та рівнем розвитку стандартів якості у формі етапів життєвого циклу (стор. 155-159);

- теоретико-методичний підхід до обґрунтування ефективності моделі маркетингу взаємодії сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива з біомаси на основі логістики; запропоноване є новим підходом до ідентифікації основних параметрів моделі, проблемних аспектів різних рівнів управління, змісту модельних характеристик за процесами, технологіями та видами сировини, що у сукупності підвищує результативність організаційного проектування даного бізнесу (стор. 186-192);

- імітаційну модель формування потоку сировини із сої та ріпаку в ланцюгу створення вартості біодизеля; зазначене відрізняється тим, що орієнтоване на багатоваріантне моделювання різних видів діяльності та змінних даних ланцюга створення вартості біодизеля, а також можливістю врахування множини перспектив майбутніх змін, зокрема збільшення кількості видів діяльності, часткових видів діяльності та вхідних даних, таких як виробництво побічних продуктів (стор. 200-210);

- оцінку ефективності самозабезпечення сільськогосподарських підприємств біодизелем з олійних культур, що сприятиме зміцненню енергетичної безпеки підприємства, диверсифікації ризиків, що в кінцевому підсумку максимізує ефективність виробництва, його конкурентоспроможність (стор. 162-167);

набули подальшого розвитку:

- теоретичні засади формування маркетингової політики сільськогосподарського підприємства у взаємозв'язку із сучасними концепціями маркетингу; особистий внесок автора полягає у доповненні понятійно-категорійного апарату; так, термін «маркетингова політика» визначено як система заходів, поглядів, програм, які направлені на підвищення ефективності діяльності підприємства, зростання його конкурентоспроможності, створення позитивного іміджу для постійних клієнтів і організацію товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики згідно з динамічними змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищі для задоволення потреб споживачів та отримання економічного ефекту (стор. 54-59);

- теорія маркетингу в частині ідентифікації маркетингу сільськогосподарського підприємства, що відрізняється врахуванням особливостей аграрного бізнесу в Україні (структури землеробства, сприйняття продукції сільськогосподарського підприємства як недиференційованої, особливостей взаємовідносин виробництва і споживача, регуляторної політики та ін.) щодо обґрунтування тактики реалізації біопалива, а також планування виробництва, його інтегрування до сукупного

маркетингового процесу, формування маркетингової політики підприємств за умов розвитку даного ринку (стор. 134-140);

- економічна модель ефективності виробництва біодизеля і зв'язки між видами діяльності та окремими процедурами виробництва у ланцюгу створення вартості, що спрямовані на забезпечення відповідності продукції вимогам ринку; відповідно запропоноване групування характеристик видів діяльності при побудові модулів даної моделі дозволяє визначити найбільш витратні та енергоємні частини, полегшити збір та аналізування даних, а також, при дослідженні впливу різних вхідних змінних, забезпечує можливість використовувати різні сценарії для тестування та аналізу за різних конфігурацій моделі (стор. 164-171);

- теорія управління в частині методології інформаційного забезпечення та методів визначення потенціалу, обізнаності та сучасного стану використання відходів у галузі для забезпечення енергетичної автономії аграрних підприємств, що є основою для формування ефективної маркетингової політики організаційного рівня (стор. 127-130);

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання отриманих теоретико-методологічних висновків і рекомендацій для вирішення завдання щодо формування виробництва біопалива на основі інтеграції внутрішнього маркетингу та маркетингу взаємодії сільськогосподарських підприємств з урахуванням системних зв'язків ланцюга створення вартості в умовах розвитку даного ринку в Україні (стор. 82-88).

Так, викладені пропозиції і рекомендації розглянуто і схвалено Департаментом агропромислового розвитку, екології та природних ресурсів Вінницької облдержадміністрацій і прийнято до уваги та підтримано сільськогосподарськими підприємствами щодо підвищення енергетичної безпеки при виробництві біопалива, продовольчої безпеки та покращення харчування населення при виробництві харчової продукції (довідка 01-01-27/4312 від 22.06.2020 р.).

ДП «ДГ «Корделівське» ІК НААН» використало аналітичну модель, за якою може бути здійснено обґрунтування методичного підходу організації системи внутрішнього маркетингу і маркетингу взаємодії сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива з максимізацією ефективності діяльності всіх учасників ринку (довідка №535 від 16.04.2020 р.).

Товариство з обмеженою відповідальністю «Селищанське» підтримує запропонований концепт маркетингового аналізу в частині виділення основних стратегічних пріоритетів в управлінні підприємством та, відповідно, система методів маркетингового аналізу зовнішнього середовища діяльності підприємства дозволяють виявити та формалізувати процес створення конкурентних переваг, а також встановити чіткі цілі та формулювання маркетингових стратегій і тактик для

досягнення цих цілей з прогнозованими фінансовими наслідками (довідка №271 від 10.09.2020 р.).

Товариство з обмеженою відповідальністю «Великокісницьке» використало основні положення та пропозиції дисертаційної роботи при вирішенні завдань щодо формування маркетингової політики сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива на основі інтеграції внутрішнього маркетингу та маркетингу взаємодії з урахуванням системних зв'язків ланцюга створення вартості в умовах розвитку даного ринку в Україні (довідка №563 від 15.05.2020 р.).

ДП «ДГ «Озерна» ІБКІЦБ НААН» засвідчило, що результати дисертаційного дослідження мають прикладне значення і використовуються підприємством при розробці проектів рішень, програм розвитку в частині розробки дієвих заходів організаційно-економічного та адміністративного характеру у сфері виробництва біопалива в Україні (довідка №735 від 25.01.2021 р.).

Отримані наукові результати дисертаційної роботи та опубліковані у фахових виданнях статті Семчук І.А. використовуються в навчальному процесі Вінницького національного аграрного університету при викладанні навчальних дисциплін: «Біопалива: ефективність виробництва та споживання в АПК України» та «Регіональна економіка» (довідка №01.1-59-114 від 10.02.2021 р.).

З огляду на значимість для науки і практики отриманих автором результатів, дисертаційну роботу слід віднести до дослідження, яке вирішує актуальну проблему щодо удосконалення маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива.

Відповідність опублікованих праць автора змісту дисертації

Кількість, обсяг і якість друкованих праць відповідають вимогам Міністерства освіти і науки України, що висуваються до кандидатських дисертацій за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

У відкритому друку за темою дисертації опубліковано 15 наукових праць, з яких 2 колективні монографії, 1 стаття у наукових періодичних виданнях інших держав, включених до міжнародних наукометричних баз (Scopus), 5 статей у наукових фахових виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз даних, 4 публікації у наукових фахових виданнях України, 3 - матеріали наукових конференцій. В опублікованих працях здобувача повно відображено сутність отриманих результатів виконаного дослідження та їх наукова новизна. Оpubліковані автором статті в повній мірі відображають наукову новизну результатів дисертаційного дослідження та їх сутність, а результати дослідження доповідались і отримали позитивну оцінку на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях та семінарах. Таким чином, можна

стверджувати, що наукові положення дисертації здобули належну та достатню апробацію результатів дисертаційної роботи.

Оцінка викладення й оформлення дисертації

Дисертація містить анотацію і складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Робота містить 41 таблицю, 35 рисунки, та 15 додатків на 20 сторінках. Список використаних джерел налічує 332 найменування.

Логіка досліджень Семчук І.А., використані нею методичні засади обґрунтування положень та висновків, підтвердження результатів довідками різних за ієрархією підприємств і організацій, апробація на конференціях і наукових зібраннях основних висновків по дисертаційній роботі, дає підстави для ствердження про достовірність одержаних результатів.

Дисертація виконана українською мовою, оформлена у повній відповідності з вимогами, є завершеною науково-дослідною роботою, виконана на високому науково-теоретичному рівні, відзначається логічністю побудови, завершеністю, обґрунтованістю наукових положень та висновків, науковим стилем подачі матеріалу, містить достатню кількість таблиць, схем, рисунків, які подаються як в основній частині дисертації, так і винесені у додатки.

Зміст автореферату достатньо повно розкриває основні положення дисертаційної роботи, отримані автором нові наукові результати, висновки та рекомендації, є ідентичними з основними положеннями дисертації. Автореферат оформлений згідно з вимогами та у стислій формі передає основні положення дисертації і не містить інформації, яка не була розглянута в роботі.

Дискусійні положення та зауваження до дисертаційної роботи.

Відзначаючи належний теоретико-методологічний рівень дисертації, позитивно оцінюючи наукове і практичне значення її результатів, вважаємо за доцільне вказати на окремі дискусійні положення, зауваження, що мають місце у роботі:

1. На наш погляд, у дисертаційній роботі, автору варто було більше приділити уваги практичним аспектам провадження маркетингової діяльності виробників біопалива різних організаційно-правових форм (приватні підприємства, господарські товариства, виробничі кооперативи та ін.).

2. У першому розділі дисертації (с. 64-66) автором цілком слушно зазначено про важливість та доцільність сегментації ринку біопалив, описано процес сегментації в загальному, проте критерії сегментації ринку біопалив не визначені. Чіткий поділ потенційних споживачів за обраними критеріями сприяв би

формуванню ефективного комплексу маркетингу для цільових сегментів.

3. Цікавою, але не достатньо обґрунтованою і дискусійною видається позиція дисертантки щодо результативності маркетингу взаємодії досліджуваних сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива (біодизеля, біоетанолу) з біомаси на основі логістики.

4. Автор обґрунтовано підкреслює роль і важливість маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива з таких культур як ріпак та соя, водночас в роботі недостатньо уваги приділено перспективам переробки соняшнику, льону, кунжуту та інших альтернативних культур на біодизель.

5. Можливості практичного запровадження пропозицій автора були б більш вагомими за умови обґрунтування підходів з розвитку маркетингової політики сільськогосподарських підприємств з більш ширшим використанням логістичного підходу, виявлення пріоритетів щодо інвестування логістичної діяльності сільськогосподарських підприємств.

6. Варто було б в межах даного дослідження з'ясувати зміни джерел, обсягів і структури доходів сільськогосподарських підприємств при виробництві біопалива, за умов впровадження різних видів державної підтримки.

7. У роботі відсутнє обґрунтування та розрахунки фінансового забезпечення процесу стандартизації біопалив, адже це доволі витратний процес, який навряд чи зможуть забезпечити самі сільськогосподарські підприємства. Також виникає питання, на основі якої технічної та лабораторної бази ці підприємства зможуть забезпечити стандартизацію.

8. Доцільно було розглянуто окремим блоком (підрозділом) причини неефективності виробництва біопалив/біодизеля в Україні.

9. У дисертації приділено значну увагу товарному (в частині якості і стандартизації) та збутовому (в частині логістичних схем) аспектам маркетингової політики. Проте недостатньо розкритими залишилися цінова політика підприємств на ринку біопалив та політика просування, що потребує деталізації.

Проте висловлені дискусійні положення та зауваження не знижують важливості проведеного автором дослідження і не впливають на загальну позитивну оцінку роботи.

Загальна оцінка дисертаційної роботи та її відповідність встановленим вимогам МОН України.

Дисертаційна робота Семчук І.А. є завершеною самостійною науковою працею, в якій на основі проведених досліджень сформовані обґрунтовані теоретико-методичні засади і розроблені практичні рекомендації які в сукупності

розв'язують важливу наукову проблему щодо формування маркетингової політики сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива.

Зміст дисертації відповідає визначеній меті та поставленим завданням, які повністю вирішенні у процесі дослідження. Основні положення роботи, які виносяться на захист, мають елементи наукової новизни. Аналіз роботи засвідчує, що дисертантка володіє достатніми навичками для вирішення наукових задач, що є суттєвим для розв'язання науково-практичного завдання – формування та удосконалення маркетингової політики сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива.

За своїм змістом, науково-прикладною сутністю та оформленням дисертаційна робота відповідає вимогам пунктів 9, 11, 12, 13 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України № 567 від 24 липня 2013 року зі змінами і доповненнями. Зауваження, що наведені у відгуку, не зменшують науково-теоретичну, методичну та практичну цінність дисертаційної роботи.

Зміст дисертаційної роботи на тему «Формування маркетингової політики сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива» відповідає спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), а її автор Семчук Ірина Антонівна, заслуговує присудження наукового ступеня кандидата економічних наук із зазначеної спеціальності.

Офіційний опонент:

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Я. С. Ларіна

