

Спеціалізованій вченій раді ДФ 26.055.020
Київського національного
торговельно-економічного університету

ВІДГУК

офіційного опонента на дисертаційну роботу
Романченко Тетяни Володимирівни на тему:
«Маркетингова збутова стратегія торговельної мережі», подану на
здобуття освітньо-наукового ступеня доктора філософії
з галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Актуальність теми дослідження

Сучасні економічні умови господарювання, що характеризуються швидкістю зміни чинників зовнішнього середовища, посиленням інтеграційних процесів і конкуренції між учасниками ринку, вимагають від підприємств реальної оцінки своїх можливостей та перспективних напрямів розвитку. За таких умов формування збутової стратегії відіграє важливе значення в управлінні торговельним підприємством, оскільки визначає шляхи майбутнього фінансування операційної, фінансової та інвестиційної діяльності, формує напрями та способи ефективного використання власних і запозичених фінансових ресурсів.

Торговельні мережі як прояв сучасної тенденції глобалізації пристосовуються до змін у зовнішньому середовищі формуванням та реалізацією маркетингової збутової стратегії, яка б відповідала сучасним вимогам ринку. Це зумовлює необхідність проведення комплексних досліджень щодо вивчення маркетингової збутової стратегії торговельної мережі, обґрунтування основних напрямів її вивчення, виокремлення методичних та практичних рекомендацій щодо оцінки ефективності її функціонування.

У цьому контексті варто відмітити представлену дисертаційну роботу,

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ	
Вх. №	140
від « 05 »	08 2011

її актуальність, наукову значимість і практичну направленість на вирішення важливих питань діяльності торговельних мереж, оцінки результативності їх господарювання. Питання, на які автор дисертації намагається дати відповідь, за своїм обсягом, глибиною висвітлення та переконливістю аргументів свідчать, що економічна наука щодо стратегічного управління поповнилася науковою розробкою, що має важливі теоретико-методичні і прикладні положення.

Актуальність теми підтверджується також і тим, що дисертаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт і тематики кафедри маркетингу Київського національного торговельно-економічного університету «Управління маркетингом підприємства роздрібної торгівлі» (номер державної реєстрації 0117U000061). Автором, зокрема, обґрунтовано формування та реалізація маркетингових стратегій суб'єктів торгівлі, що орієнтують діяльність на визначення та задоволення потреб та запитів споживачів, розробленні рекомендацій для впровадження на підприємствах торгівлі. В межах госпрозрахункової теми «Дослідження думки споживачів щодо обізнаності та сприйняття маркування продукції» (номер державної реєстрації 0120U00311) автором досліджувались питання теоретико-методологічних підходів щодо маркування продукції у торговельних мережах.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків та рекомендацій дослідження

Наукові положення, висновки та рекомендації дисертації Романченко Т.В. мають належний ступінь наукової обґрунтованості, що обумовлено узагальненням та аналізом наукових публікацій з питань збутової діяльності підприємств торгівлі.

Інформаційною базою дослідження стали законодавчі та правові акти, монографічні дослідження зарубіжних та вітчизняних науковців, статистичні та аналітичні матеріали Державної служби статистики України, статистичні

дані та звіти міжнародних установ та консалтингових установ, матеріали засобів масової інформації, висновків експертів, електронні ресурси.

Аналіз дисертаційної роботи, розроблених і представлених в ній наукових положень та рекомендацій дозволяє зробити висновок про достатній ступінь їх обґрунтованості та відповідність дисертації Романченко Т.В. спеціальності 075 «Маркетинг».

Достовірність наукових положень, висновків та рекомендацій дослідження

Достовірність наукових положень, висновків та рекомендацій дослідження, які представлені у дисертаційній роботі, є достатньою, що підтверджується ґрунтовним аналізом збутових стратегій торговельних мереж України, наукових праць зарубіжних та вітчизняних дослідників тощо. Результати дисертаційного дослідження прийнято до впровадження у діяльність ТОВ «МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРІ УКРАЇНА» (довідка № 1056 від 02.09.2020), ТОВ «Таврія В» (довідка № 653 від 31.08.2020), ТОВ «Уамастер» (довідка № 58 від 25.05.2020).

Основний зміст дисертаційного дослідження структурований за розділами та підрозділами. Висновки є достатньо аргументовані та носять важливий теоретичний та прикладний характер. Оцінюючи обґрунтованість наукових положень, висновків і рекомендацій в цілому, що сформульовані у дисертації, можна відзначити високий рівень теоретичного та методичного опрацювання автором головних аспектів досліджуваної теми.

Наукова новизна результатів дослідження

У дисертаційній роботі Романченко Т.В. сформульовано та обґрунтовано ряд положень, висновків, пропозицій, які відзначаються науковою новизною та мають практичну спрямованість. Наукові положення сформульовані автором самостійно й відображають особистий внесок дисертантки в розвиток економічної науки та її галузі – управління та адміністрування.

Наукова новизна роботи викладена конкретно, послідовно і системно. Особливо слід відмітити те, що автором вперше обґрунтовано оптиканальну маркетингову збутову стратегію торговельної мережі як таку, що відповідає сучасним вимогам ринку роздрібною торгівлі та задовольняє потреби сучасного споживача (п. 3.2). Заслуговує на увагу науково-методичний підхід до ранжування ключових чинників впливу на діяльність торговельної мережі із урахуванням впливу диджиталізації суспільства, що дозволяє визначити основні напрями вдосконалення маркетингової збутової стратегії торговельної мережі (п. 2.3). В цьому контексті слід відмітити, удосконалену класифікацію чинників впливу на формування маркетингової збутової стратегії торговельної мережі (п. 1.2), де автором виділено особливості умов господарювання зазначених підприємств та на основі оцінювання результативності їх діяльності виокремлено шість видів збутових стратегій, які доцільно розглядати в рамках стратегічного управління торговельної мережі: управління цільовим ринком, управління товарним портфелем, цінові стратегії, управління збутовим потенціалом, управління збутовими ризиками, управління збутовим персоналом.

Автор виявила себе кваліфікованим аналітиком, про що свідчить проведений комплексний аналіз діяльності 4 суб'єктів господарської діяльності парфумерно-косметичного ринку України (п. 2.2), це дозволило виявити основні закономірності в їх діяльності і створити інформаційно-методичне підґрунтя для удосконалення збутової стратегії.

У дослідженні використано також непараметричні методи оцінки загальної результативності діяльності торговельних мереж, а саме методологію експертного оцінювання, яка дала змогу здійснити ранжування чинників за рівнем їх впливу на збутову діяльність. Проведений аналіз надав можливість здійснити позиціонування запропонованих рекомендацій на матриці оцінки їх впливу із відповідним співвіднесенням з рівнем залучених ресурсів для впровадження, а також управлінським рівнем прийняття відповідних рішень (п. 3.3).

Повнота викладу матеріалів у наукових публікаціях, зарахованих за темою дисертації

Основні результати дисертаційного дослідження опубліковані у 16 наукових працях, у тому числі 1 публікація у фаховому виданні інших держав, що входять до Європейського Союзу, 1 публікація у виданні, що індексується у наукометричній базі даних Web of Science. Ознайомлення зі змістом наукових праць свідчить про повноту відображення в них основних положень та результатів дисертації.

Зауваження до дисертаційної роботи та дискусійні положення

Серйозних недоліків, під якими я розумію ті, що ставлять під сумнів одержані дисертанткою основні висновки, на мій погляд, дисертаційна робота не містить. Проте певні недоліки існують і дещо погіршують загальне позитивне сприйняття роботи. Вони зводяться до таких.

1. Авторське тлумачення сутності збутової стратегії не виглядає як таке, що відкидає відповідні надбання інших авторів щодо специфіки торговельних підприємств. Тому поставлене автором завдання щодо змісту та сутності понять (перше в переліку поставлених завдань с. 17 дисертації) могло б бути розв'язано з більшою деталізацією.

2. У параграфі 3.1 (с. 139-140) наведено результати SWOT-аналізу діяльності торговельних мереж парфумерно-косметичного ринку та матрицю SWOT-аналізу, що є логічним продовженням наведеного в цьому підпункті аналізу. Однак бажано було подати обґрунтування вказаних складових SWOT-аналізу, це підвищило би цінність дисертаційного дослідження.

3. У роботі автором складовою ефективною маркетинговою збутової стратегії визначено «шлях споживача», однак, недостатньо висвітлено його взаємозв'язки з іншими складовими, а також інтегральний вплив на формування та реалізацію такої стратегії (с. 156).

4. Формування та реалізації маркетингової збутової стратегії компанії тісно пов'язано з логістичними процесами, однак у роботі цим питанням, що відображали б особливості парфумерно-косметичного ринку не приділено

достатньої уваги.

5. При формуванні концептуальної моделі формування збутової стратегії торговельних мереж необхідно було б розглянути усі види діяльності – операційну, інвестиційну та фінансову, проте, в дисертаційній роботі за основу взято тільки операційну діяльність, що потребує додаткових пояснень.

Проте зазначені зауваження жодним чином не знижують загальної позитивної оцінки роботи, а лише можуть слугувати предметом наукової дискусії під час захисту представленої дисертаційної роботи.

Відповідність дисертації існуючим вимогам, що пред'являються до дисертацій на здобуття ступеня «доктор філософії»

Дисертаційна робота Романченко Т.В. «Маркетингова збутова стратегія торговельної мережі» (науковий керівник доктор наук з державного управління, професор Ромат Є.В.) є завершеною науковою працею, в якій отримано нові обґрунтовані результати. Дисертаційну роботу виконано на достатньому рівні, її результати мають новизну та практичне значення. Дисертаційне дослідження відповідає обраній темі, розкриває її та відповідає вимогам, передбаченим п. 9, 10, 11, 12 «Положення про проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 6 березня 2019 р. №167 стосовно дисертації на здобуття ступеня доктора філософії.

Загальна оцінка дисертаційної роботи

Дисертаційна робота Романченко Т.В. є оригінальною науковою працею, яка виконана на належному теоретичному і прикладному рівні. Вона має послідовну та виважену структурну будову і за своєю архітектонікою є комплексним та завершеним науковим дослідженням. Зміст роботи та багатогранність висвітленої проблеми свідчать про різносторонню і водночас комплексну наукову компетентність її автора, стиль викладання результатів

дисертації, наукових положень та висновків забезпечує доступність їх сприйняття. У роботі застосовано загальнонаукові та спеціальні методи, серед яких статистичний аналіз, економіко-математичні, непараметричні, графічні та інші методи, які на основі аналізу первинної фінансово-аналітичної інформації дали змогу всебічно провести оцінювання результативності діяльності торговельних мереж парфумерно-косметичних товарів та сформувані рекомендації щодо вдосконалення їх маркетингових збутових стратегій.

Викладене вище свідчить про обґрунтованість і достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій, що викладені у дисертаційній роботі Романченко Т.В. За змістом дисертаційна робота та її наукові результати і висновки відповідають спеціальності 075 «Маркетинг».

Вважаю, що дисертація написана на достатньому фаховому рівні, а її автор, Романченко Т.В. заслуговує на присудження ступеня доктора філософії в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Офіційний опонент:

професор кафедри

маркетингу та комунікаційного дизайну

Київського національного

університету технологій та дизайну

доктор економічних наук, доцент

О.А. Біловодська



O.A. Bilovodska
[Signature]