

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації аспіранта кафедри менеджменту Полтавської державної аграрної академії Аксюка Ярослава Анатолійовича на тему «Менеджмент маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації», що подається на здобуття ступеня доктора філософії галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент»

Комісія в складі: доктора економічних наук, професора Березіної Людмили Михайлівни; доктора економічних наук, доцента Дорофєєва Олександра Вікторовича розглянула дисертаційну роботу Аксюка Ярослава Анатолійовича на тему «Менеджмент маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації», виконану в Полтавській державній аграрній академії під керівництвом доктора економічних наук, професора, Заслуженого діяча науки і техніки України Маркіної Ірини Анатоліївни.

Комісія вважає:

1. Актуальність теми дисертації. Дисертація Аксюка Ярослава Анатолійовича на тему «Менеджмент маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації» виконана на актуальну тему і є закінченою науково-дослідною роботою.

Актуальність теми, новизна, теоретичне та практичне значення проведених досліджень спрямовані на обґрунтування теоретико-методичних засад та розробку практичних рекомендацій щодо менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації.

2.Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана у відповідності з планом науково-дослідних робіт Полтавської державної аграрної академії в межах тем «Управління соціально-економічною системою в умовах національних і глобалізаційних викликів», у якій запропоновано підходи до універсалізації сировинної основи продукції, що відповідає споживацьким перевагам на різних регіональних ринках (державний реєстраційний номер 0117U003102); «Управління соціально-економічним розвитком агропродовольчої сфери України», в якій запропоновано засоби вдосконалення взаємодії учасників виробничо-збутового ланцюга зернового комплексу на основі кількісної та якісної параметризації продуктового потоку (державний реєстраційний номер 0118U005208); «Управління національною безпекою в умовах глобалізаційних викликів:

макро-, мікро-, регіональний та галузевий рівні», в якій надано пропозиції щодо проектування сталої моделі виробництва підприємств агропродовольчої сфери на основі глибокої переробки зерна, як маркетингового заходу (державний реєстраційний номер 0118U005209).

3. Особистий внесок здобувача в отриманні наукових результатів. Теоретичні обґрунтування, практичні рекомендації, висновки й пропозиції щодо менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації, що отримані в результаті дисертаційного дослідження, зроблені автором самостійно. З наукових праць, опублікованих в співавторстві, у дисертації використовуються лише ті положення, що є результатом особистої роботи здобувача. Особистий внесок дисертанта в роботах, які написані в співавторстві, зазначений у нижченаведеному списку опублікованих праць.

4. Достовірність та обґрунтованість отриманих результатів та запропонованих автором рішень, висновків, рекомендацій. Наукові положення, висновки і рекомендації, отримані за результатами дисертаційного дослідження, на нашу думку, є обґрунтованими та достовірними. Методологічною основою праці послужили системний підхід до вивчення досліджуваних явищ і процесів, що дозволило автору комплексно розглянути питання, пов'язані з менеджментом маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації.

Наукові припущення підтверджено за допомогою загальнонаукових, економічних та управлінських методів наукового пізнання. Під час дослідження автором використано прийоми абстрактно-логічного, статистичного, розрахунково-конструктивного методів. Застосовано методи імітаційного та статистичного моделювання, інвестиційний аналіз, монографічний та інші методи.

Обґрунтованість основних наукових положень і висновків дисертанта підтверджується доведенням їх до рівня практичних рекомендацій.

5. Ступінь новизни основних результатів дисертації порівняно з відомими дослідженнями аналогічного характеру. Наукові положення, що містяться в дисертації, є достовірними, аргументованими, ґрунтуються на міцному методологічному фундаменті, спираються на глибоке опрацювання робіт класиків економічної та управлінської науки та публікації провідних вітчизняних і зарубіжних вчених. Автором використано достатній масив економіко-статистичної інформації щодо вирішення проблем менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації.

Дисертація містить елементи наукової новизни, а саме:

удосконалено:

– методичний підхід щодо ідентифікації умов діяльності зернопереробних підприємств, що визначають ефективність менеджменту маркетингової підсистеми, який, на відміну від існуючих, ґрунтується не тільки на аналізі, класифікації та стратифікації множини потенційних контрагентів – постачальників зерна, але й застосуванні матриці виграшів з урахуванням станів природи оптимальної поведінки зерновиробників та впливі на неї зернопереробників, що дозволяє прогнозувати вірогідні зміни процесу реалізації стратегії сталого забезпечення сировиною зернопереробних підприємств;

– концептуальну основу менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери з урахуванням побудованого дерева цілей, яке, на відміну від існуючих, представлено глобальними, національними, галузевими, регіональними цілями та цілями підприємств, що інтегрує в систему менеджменту механізми активного впливу на наявних та потенційних постачальників за цільовим фокусом, які дозволяють програмувати оптимальні параметри якості сільськогосподарської сировини з урахуванням глобалізаційних вимог;

– методичний підхід до використання активного маркетингового впливу в системі менеджменту із заданим якісним навантаженням, який, на відміну від існуючих, ґрунтується на реалізації інтеграційних процесів підприємств агропродовольчої сфери через об'єднання в єдиній системі виробничих механізмів аграрних та агропереробних, зокрема зернопереробних, підприємств, що дозволяє виключити протиріччя в менеджменті їх маркетингових підсистем і формує умови отримання синергетичного ефекту оптимальної взаємодії на основі прецизійного маркетингу;

– засоби забезпечення глобалізаційно-адаптаційного механізму маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери, засновані на програмуванні результативності аграрних та агропереробних підприємств на основі експериментальної апробації моделі компліментарності технологій, які, на відміну від існуючих, ґрунтуються на плануванні довгострокового маркетингового інтересу, що дозволяє визначити оптимальну стратегію об'єднання виробничо-збутових ланцюгів аграрних та агропереробних, зокрема, зернопереробних, підприємств;

набули подальшого розвитку:

– теоретичні основи менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери, які, на відміну від існуючих, визначають її, як сукупність взаємопов'язаних інструментів і методів впливу на взаємодію учасників виробничо-збутових ланцюгів галузевого продуктового набору, та

трансформаційних процесів в господарській активності з метою формування сталих конкурентних переваг підприємств агропродовольчої сфери в динамічному ринковому середовищі;

– соціальні аспекти менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери, які, на відміну від існуючих, в умовах глобалізації актуалізують розвиток соціально-етичного маркетингу, зокрема, маркетингу взаємодії, який забезпечує глобалізаційно-адаптаційний механізм соціально-економічної відповідальності підприємств агропродовольчої сфери, в т. ч. зернопереробних;

– підходи до класифікації господарської активності в сфері виробництва сировини для зернопереробних підприємств, які, на відміну від існуючих, засновані на аналізі інформації щодо процесу формування ринку продовольчої сировини як двомірної системи ринкових та виробничих факторів, визначених на основі кластеризації та карт кількісного розподілу підприємств, що дозволяє прогнозувати кількісно-якісні параметри діяльності постачальників з метою актуалізованого інформаційного забезпечення менеджменту маркетингової підсистеми агропереробного підприємства.

6. Наукове і практичне значення результатів дослідження. Результати дисертаційного дослідження можуть бути використані підприємствами агропродовольчої сфери з метою обґрунтування економічної ефективності маркетингових заходів організації сталих виробничо-збутових ланцюгів; державними органами – для формування умов менеджменту маркетингових підсистем суб'єктів господарювання щодо їх взаємодії в контексті глобалізації. Практичне значення мають: розроблений автором методичний підхід щодо реалізації механізму провадження інноваційних проєктів глибокої переробки зерна в умовах слаборегульованого сировинного ринку та розвитку активного маркетингу в системі постачальницької та закупівельної діяльності; ефективна система маркетингу сировинного забезпечення агропереробки, що ґрунтується на розробленому плані дій з виробництва цільового зернового продукту з дотриманням інтересів усіх учасників виробничо-збутового ланцюга для забезпечення одержання синергетичного ефекту.

У процесі досліджень були одержані наукові результати, які мають теоретичне та практичне значення і рекомендовані для впровадження у діяльність: Департаменту агропромислового розвитку Полтавської обласної державної адміністрації (довідка № 01-18/159 від 14.01.2020 р.), Департаменту агропромислового розвитку та захисту довкілля Запорізької обласної державної адміністрації (довідка № 2028/01-00 від 13.07.2020 р.), С(Ф)Г «Івко В.І.» Решетилівського району Полтавської області (довідка № 12 від 22.01.2020 р.),

С(Ф)Г «Сад» Решетилівського району Полтавської області (довідка № 21 від 30.01.2020 р.).

Результати дисертаційної роботи, крім того, використовуються в навчальному процесі Полтавської державної аграрної академії при викладанні дисциплін «Бренд-менеджмент», «Стратегічне управління», «Управління підприємством в бізнес-середовищі», «Управління потенціалом підприємства», «Маркетинговий менеджмент» (довідка № 01-11/237 від 23.12.2019 р.).

7. Повнота опублікування результатів дисертації та особистий внесок здобувача до всіх наукових публікацій, опублікованих зі співавторами та зарахованих за темою дисертації. Дисертаційне дослідження Аксюка Ярослава Анатолійовича знайшло відображення у 32 наукових працях, із яких 7 статей – у наукових періодичних виданнях інших держав та у виданнях України, які включені до міжнародних баз даних, 1 стаття входить до НМБД Scopus, Web Of Science, 24 – у інших наукових виданнях. Загальний обсяг публікацій становить 9,6 друк. арк., із них особисто здобувачеві належить 8,18 друк. арк.

Список публікацій здобувача

Статті у монографіях:

1. Аксюк Я. А. Дослідження обставин формування ефективної системи агромаркетингу в умовах глобалізації економіки. *Менеджмент у XXI сторіччі: глобалізаційні виклики*: монографія / за ред. І. А. Маркіної. Полтава: Видавництво «Сімон», 2017. С. 359-368.

2. Aksyuk Y. Market background of grain deep-processing development in Ukraine. *Theory and practice of social, economic and technological changes*: monog. Prague: Nemoros s.r.o., 2018. pp. 277-284.

3. Aksyuk Y. The marketing system of enterprises which operate in the sphere of grain storage and grain processing. *Management of the 21st century: globalization challenges*: monograph in edition I. Markina. Prague: Nemoros s.r.o., 2018. pp. 354-360.

4. Aksyuk Ya. Concept of active marketing influence on grain production in the context of food security. *Security of the XXI century: national and geopolitical aspects*: collective monograph in edition I. Markina. Prague: Nemoros s.r.o., 2019. pp. 343-348.

5. Aksyuk Ya. Integration of production mechanism of agricultural and grain processing enterprises. *Management of the 21st century: globalization challenges*: collective monograph in edition I. Markina. Issue 2. Prague: Nemoros s.r.o., 2019. pp. 167-171.

6. Aksyuk Y. Management peculiarities of agro-processing enterprises

marketing system in the conditions of globalization. *Security management of the XXI century: national and geopolitical aspects*: collective monograph in edition I. Markina. Issue 2. Prague: Nemoros s.r.o., 2020. pp. 321-330.

Статті, що входять до НМБД Scopus, Web Of Science:

7. Aksiuk Y., Markina I., Voronina V. Marketing information for holding leading positions in the market segment of the grain processing enterprises. *Proceedings of the 2nd International Conference on Social, Economic and Academic Leadership (ICSEAL 2018) [«Advances in Social Science, Education and Humanities Research»]*, 2018. Vol. 217. P. 193-201 (**Web of science, Google Scholar, CPCI-S, CPCI-SSH, CNKI**). (Особистий внесок автора: проведено систематизацію маркетингової інформації зернопереробних підприємств, необхідної для утримання лідерства на ринку).

Статті у наукових періодичних виданнях інших держав та у виданнях України, які включені до міжнародних баз даних

8. Аксюк Я. А., Маркіна І. А. Дослідження передумов формування маркетингової стратегії розвитку зернопереробних підприємств в умовах глобалізації. *Вісник Сумського національного аграрного університету: Серія «Економіка і менеджмент»*. 2017. № 12(74). С. 102–105. (**РИНЦ**). (Особистий внесок автора: визначено ключові особливості та умови розвитку зернопереробних підприємств в умовах глобалізації продовольчого ринку).

9. Aksyuk Ya. The prospects of deep grain processing of grain processing enterprises with marketing concept. *Modern Science – Moderi veda*. 2017. № 4. pp. 7-19 (**Google Scholar, Index Copernicus**).

10. Аксюк Я. А., Маркіна І. А. Прогнозування параметрів змін зерновиробництва, що впливають на ефективність зернопереробних підприємств. *Економічний форум*. № 4. 2018. С. 182-192. (**Index Copernicus, Google Scholar**). (Особистий внесок автора: апробована методика прогнозування параметрів змін зерновиробництва, що впливають на ефективність зернопереробних підприємств).

11. Markina I., Syomych M., Aksyuk Y. Main Directions of Marketing Activities Improvement of Grain Processing Enterprises in the Conditions of Globalization. *Global Academics*. № 1(1). 2018. С. 54-70. (Особистий внесок автора: визначено необхідність впровадження системи активного маркетингового впливу зернопереробних на аграрні підприємства).

12. Аксюк Я. А., Маркіна І. А. Аналіз стану та передумови розвитку підприємств зернопереробної галузі України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Міжнародні економічні відносини та*

світове господарство». 2018. № 21. С. 12-20. **(Index Copernicus)** *(Особистий внесок автора: сформульовані завдання маркетингової діяльності зернопереробних підприємств в системі закупівлі та постачання сировини)*.

13. Аксюк Я. А. Методичні підходи до визначення результативності управління маркетинговою підсистемою агропереробного підприємства. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. Том 4. № 4. С. 102–109. **(Index Copernicus, WorldCat, Google Scholar, Windows Live Academic, ResearchBible, Open Academic Journals Index)**.

14. Маркіна І. А., Аксюк Я. А. Апробація моделі концепції активного маркетингу зернопереробного підприємства. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. Том 4. № 3. С. 217–228. **(Index Copernicus, WorldCat, Google Scholar, Windows Live Academic, ResearchBible, Open Academic Journals Index)**. *(Особистий внесок автора: запропонована модель активного маркетингового впливу на зерновиробництво із заданим якісним навантаженням)*.

Статті у наукових фахових виданнях України:

15. Аксюк А. Я. Передумови формування системи маркетингу в процесі глобалізації ринку агропромислової продукції. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Вип. 1(12). Полтава: РВВ ПДАА. 2016. С. 97-103.

16. Аксюк А. Я. Техніко-економічні та організаційні передумови розвитку ринку зерна в Україні. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2017. Вип. IV (68). Економічні науки. С. 46-55.

Праці апробаційного характеру:

17. Аксюк Я. А. Теоретичні засади маркетингу в контексті глобалізації. *Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, ПДАА, 28 жовт. 2016 р.)*. Полтава: РВВ ПДАА, 2016. С. 75-77.

18. Аксюк Я. А. Система маркетингу підприємств аграрного сектору економіки. *Економічний розвиток: теорія, методологія, управління: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Будапешт–Прага–Київ, 28–30 листоп. 2016 р.)*. Будапешт–Прага–Київ, 2016. С. 278-281.

19. Аксюк Я. А. Перспективи розвитку зернопереробних підприємств в умовах глобалізації. *Наукові розробки, передові технології, інновації: збірник наукових праць та тез наукових доповідей за матеріалами IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Прага–Брно–Київ, 06–08 трав. 2017 р.)*. К.: НДІСР. 2017. С. 392-

395.

20. Аксюк Я. А. Актуальність ринків продуктів харчування із особливими вимогами до якості продукції для зернопереробних підприємств. *Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 11–12 трав. 2017 р., ПДАА). Полтава: Сімон, 2017. С. 238-241.

21. Аксюк Я. А. Глобалізаційно-адаптаційний механізм менеджменту маркетингової підсистеми підприємства агропродовольчої сфери. МПНК «Розвиток агропродовольчого ринку в умовах глобалізації економіки» 30 листопада 2017 р. м. Полтава, ПДАА. С. 302-306.

22. Аксюк Я. А. Світова практика стабілізації ринку зернових. *Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи*: матеріали доповідей Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Ужгород, 16–17 лютого 2018 р., Ужгородський національний університет) / за заг. ред. М. М. Палінчак, В. П. Приходько, А. Кrynські. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2018. С. 24-27.

23. Аксюк Я. А. Можливості перерозподілу позицій світових лідерів імпорту продукції агропереробки. *Економіка і культура України в світових глобалізаційних процесах: позиціювання і реалії*: Тези доповідей III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 21–22 березня 2018 р., Київський національний університет культури і мистецтв). Ч. 3. Київ: Вид. центр КНУКіМ. 2018. С. 236-238.

24. Аксюк Я. А. Сегментація сировинного ринку зернопереробних підприємств. *Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики*: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 19 квітня 2018 р., ПДАА). Полтава: ПП «Астроя», 2018. С. 267-270.

25. Аксюк Я. А. Актуальність дослідження сутності «сталого розвитку» та факторів, що впливають на його досягнення. *Створення ефективної інфраструктури в умовах інноваційної економіки*: матеріали доповідей Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Дніпро, 9 червня 2018 р.). Дніпро: НО «Перспектива», 2018. Ч. 1. С. 41-44.

26. Аксюк А. Я. Прогнозування дій наявних та потенційних постачальників основних видів зернової сировини. *Modern economic research: theory, methodology, strategy*: Proceedings of the International scientific conference (Kielce, Poland, September 28th, 2018). Part II. Kielce: Baltija publishing, 2018. pp. 16-18.

27. Аксюк Я. А. Формування сировинної бази маркетинговими службами зернопереробних підприємств. *Управління розвитком соціально-економічних систем*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 8–9 листоп., 2018 р.,

ХНТУСГ). Харків: ХНТУСГ, 2018. С. 20-23.

28. Аксюк Я. А. Концептуальна модель маркетингової діяльності зернопереробних підприємств. *Нові виклики для аграрного сектору України в умовах глобалізації*: матеріали Міжнар. наук.-практ. студ. конф. (м. Київ, 14 листопада 2018 р., НУБіП України). Київ: НУБіП України, 2018. С. 30-32.

29. Aksyuk Ya. A. The main problems of adaptation of agromarketing to the current processes of the agroproduction market globalization. *Eastern European studies: economics, education and law*. Proceeding of the International Scientific Conference (Bulgaria, Burgas, June 7–8, 2018). Volum 1. Burgas: Publishing House FLAT Ltd–Burgas, 2018. pp. 44-47.

30. Аксюк Я. А. Трансформації ролі маркетингу з «маркетингу захоплення» на «маркетинг утримання». *Економічний розвиток: теорія, методологія, управління*: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Прага, Чехія, 26–28 листоп., 2018 р.). Nemoros s.r.o, Prague, 2018. С. 129-131.

31. Аксюк Я. А. Забезпечення прибутковості зернопереробної діяльності. *Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики*: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. за ред. І. А. Маркіної (м. Полтава, 23-24 квітня 2019 р., ПДАА). Полтава: Сімон, 2019. С. 278-281.

32. Аксюк Я. А. Обґрунтування маркетингової діяльності зернопереробних підприємств в умовах глобалізації. *Наукові розробки, передові технології, інновації*: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Прага, Чехія, 06-08 травня 2019 р.). Prague: Nemoros s.r.o., 2019. С. 269-271.

8. Відомості про апробацію результатів дисертації. Основні результати даної дисертаційної роботи доповідалися на 16 всеукраїнських і міжнародних науково–практичних конференціях: «Економічний розвиток: теорія, методологія, управління» (Будапешт–Прага–Київ, 2016 р., 2018 р.); «Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки» (м. Полтава, 2016 р.); «Наукові розробки, передові технології, інновації» (Прага–Будапешт–Київ, 2017 р., 2019 р.); «Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики» (м. Полтава, 2017 р., 2018 р., 2019 р.); «Розвиток агропродовольчого ринку в умовах глобалізації економіки» (м. Полтава, 2017 р.); «Створення ефективної інфраструктури в умовах інноваційної економіки» (м. Дніпро, 2018 р.); «Економіка і культура України в світових глобалізаційних процесах: позиціонування і реалії» (м. Київ, 2018 р.); «Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи» (м. Ужгород, 2018 р.); International scientific conference «Modern economic research: theory, methodology, strategy» (Kielce, Poland, 2018 р.); «Управління розвитком соціально–економічних систем» (м. Харків, 2018 р.); «Нові виклики для аграрного сектору України в умовах

глобалізації» (м. Київ, 2018 р.); The International Scientific Conference «Eastern European studies: economics, education and law» (Burgas, 2018).

10. Відповідність дисертації вимогам, що передбачені пунктом 10 Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії. Дисертаційна робота Аксюка Ярослава Анатолійовича на тему «Менеджмент маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації» подана у вигляді спеціально підготовленої кваліфікаційної наукової праці на правах рукопису, яка виконана здобувачем особисто, містить наукові положення, нові науково обґрунтовані теоретичні результати проведених здобувачем досліджень, що мають істотне значення для галузі знань 07 «Управління та адміністрування», та підтверджуються документами, які засвідчують проведення таких досліджень, а також свідчить про особистий внесок здобувача в науку та характеризується єдністю змісту, відповідає вимогам щодо її оформлення.

За актуальністю, науковою новизною, теоретичним, методологічним і практичним значенням, обґрунтованістю одержаних результатів та оформленням дисертація відповідає чинним вимогам Міністерства освіти і науки України, зокрема, Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, а її автор Аксюк Ярослав Анатолійович – заслуговує на присудження ступеня доктора філософії галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент».

Рецензенти:

Професор кафедри економіки та міжнародних економічних відносин
Полтавської державної аграрної академії,
доктор економічних наук, професор

Березіна Л. М.

Професор кафедри публічного управління та адміністрування
Полтавської державної аграрної академії,
доктор економічних наук, доцент

Дорофєєв О. В.

26.08.2020 р.

