

ОТЗЫВ
официального оппонента
на диссертацию Комарницкой Елены Владимировны на тему:
«Маркетинг в системе управления конкурентоспособностью
предприятия»,
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических
наук
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством
(по отраслям сферы деятельности, в т. ч.: маркетинг)

Актуальность выбранной темы. Диссертационное исследование Комарницкой Елены Владимировны посвящено чрезвычайно актуальной и современной тематике, имеющей как теоретическое, так и практическое значение.

Конкуренция и возникшие на ее основе конкурентные отношения исторически стали генетическими признаками рыночной системы, которая может функционировать и развиваться до тех пор, пока в экономике воспроизводятся условия конкуренции и соответствующие ей формы и методы экономического регулирования. В современных условиях эффективная и конкурентоспособная деятельность угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики, находящихся в единой производственной цепочке с предприятиями металлургической отрасли, энергопотребления, коксохимии и др., их развитие и экономический рост во многом определяются тем, насколько правильно определены стратегические ориентиры развития шахт. Выбор стратегии развития угледобывающих предприятий должен указывать, в каком направлении необходимо двигаться, чтобы достичь желаемых результатов по повышению результативности деятельности и конкурентоспособности во взаимоотношениях с другими хозяйствующими субъектами на рынке. Уголь Республики – это уникальное энергетическое сырье, запасов которого потенциально достаточно для того, чтобы обеспечить энергетическую безопасность государства более чем на 100 лет.

Таким образом, актуальность диссертационного исследования Комарницкой Е.В. обоснована тем, что для предприятий угольной промышленности ДНР, которые входят в сложный многофункциональный промышленный комплекс, действуют в условиях глубокого экономического кризиса, обусловленного длительными военными действиями и затяжной экономической блокадой, существует острая необходимость в выборе стратегии их деятельности на основе современного полифункционального аппарата маркетингового подхода и совершенствования на этой основе механизма управления конкурентоспособностью предприятия.

Важность исследования подтверждает и то, что диссертационная работа Комарницкой Елены Владимировны на тему «Маркетинг в системе управления конкурентоспособностью предприятия» выполнена в

соответствии с научно-исследовательской темой кафедры экономики и маркетинга ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет» №7-17 Приказ № 4-15 от 12.01.2017 г. «Теоретико-методологические основы стратегического управления устойчивым развитием промышленного предприятия», в рамках которой были разработаны научно-методические подходы и практические рекомендации к оценке уровня конкурентоспособности угледобывающих предприятий.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций. В диссертационной работе Комарницкой Е.В. основные выводы и разработанные рекомендации являются результатом комплексного научного анализа и глубокого осмысления теоретических исследований отечественных и зарубежных ученых, занимавшихся проблемами формирования маркетинговой концепции оценки конкурентоспособности угледобывающих предприятий. Обоснованность проведенных исследований обеспечивается обращением к широкой базе источников научной и периодической литературы, официальных статистических данных, отчетных данных министерств и ведомств ДНР, а также законодательных и нормативных актов Республики, использование которых повышает результативность авторских разработок.

В диссертации применен обширный арсенал общенаучных логических методов исследования, которыми являются методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, сравнений и аналогий, логического обобщения, в частности, для целей обоснования таких ключевых понятий, как «система управления конкурентоспособностью предприятия» и «конкурентоспособность угледобывающего предприятия». Достоинством работы выступает использование ряда методов частных наук, таких как экономико-статистические методы (при анализе количественных показателей конкурентоспособности), методы экспертных оценок (при анализе качественных показателей конкурентоспособности, проведении SWOT-анализа), матричные методы стратегического планирования и управления (при построении карты сегментации по маркам залежей углей, проведении конкурентного позиционирования), методы экономико-математического моделирования (корреляционно-регрессионный анализ) и других.

В диссертационной работе грамотно определены объект и предмет исследования, четко сформулирована цель, что позволило автору корректно очертить рамки и поле научного исследования. Объектом исследования выступает процесс формирования системы управления конкурентоспособностью угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики на основе маркетинга. Предметом исследования являются теоретические, методические и практические положения и механизмы формирования системы управления конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга.

Цель диссертационной работы состоит в разработке теоретических и научно-практических рекомендаций по совершенствованию системы управления конкурентоспособностью угледобывающих предприятий на

основе маркетинга. Вытекающие из цели задачи и разработанные положения научной новизны, выносимые на защиту, в полной мере соответствуют теме диссертации и комплексно раскрывают ее содержание.

Задачи, поставленные автором, логически обусловили структуру диссертации и круг затронутых вопросов. Стройная структура исследования позволила автору последовательно и полно рассмотреть различные аспекты проблемы совершенствования маркетинговой концепции управления конкурентоспособностью предприятия, предложить оригинальные подходы к решению ряда насущных общетеоретических и практических вопросов повышения конкурентоспособности предприятий угольной промышленности.

Практическая апробация теоретических положений свидетельствует об обоснованности выводов и рекомендаций, которые были одобрены и внедрены в практическую деятельность следующих угледобывающих предприятий: ОП «Шахта им. М. И. Калинина» (справка о внедрении № 010-637/02 от 01.04.2019 г.); ОП «Шахта им. А.А. Скочинского» (справка о внедрении № 54 от 18.04.2019 г.); ГУ «ДОНГИПРОШАХТ», справка о внедрении № 01-10/17 от 27.03.2019 г.; ООО «ФЭТ УГОЛЬ» (справка о внедрении № 255/1-04 от 27.04.2019 г.). Материалы научного исследования используются в учебном процессе при подготовке учебно-методических комплексов по дисциплинам «Маркетинг», «Маркетинг территорий» в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» (справка о практическом использовании научных результатов № 1703/01-27/6.9.0 от 12.06.2019 г.).

Основные положения научного исследования, выносимые на защиту, достаточно полно отражены в 18 опубликованных научных работах и прошли успешную апробацию в рамках 9 научно-практических конференций. В свою очередь, автореферат диссертации соответствует содержанию диссертационной работы.

Материалы диссертации изложены в логической последовательности, содержат упорядоченные теоретические, методологические и методические подходы к обоснованию научных и практических выводов, подтверждаются наличием и использованием широкого массива данных.

Обоснованность научных положений не вызывает сомнения, а основные положения, выносимые на защиту, сформулированы четко.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций. Диссертационная работа Комарницкой Елены Владимировны на тему: «Маркетинг в системе управления конкурентоспособностью предприятия» выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг). Диссертационная работа выполнена автором самостоятельно, с соблюдением требований научности и актуальности.

Научная новизна полученных результатов заключается в том, что в диссертации сделана достаточно смелая попытка подойти к решению сложной и многоаспектной научной проблемы, которой является конкурентоспособность угледобывающих предприятий и управление ею в

контексте современной концепции маркетинга. В диссертации разработан научно-методический подход, построенный на симбиозе ряда современных методов решения поставленных задач, и предложены практические рекомендации по формированию системы управления конкурентоспособностью шахт на основе комплекса маркетинга.

Диссертационная работа включает введение, три раздела, содержащие восемь подразделов, каждый из которых отличается определенным научным вкладом в решение проблемы управления конкурентоспособностью предприятий на основе системы маркетинга, а также заключение, положения которого как в количественном отношении, так и по содержанию соответствуют результатам решений поставленных в диссертации задач.

В *первом разделе* диссертационной работы автором раскрыты сущность понятий «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентоспособность угледобывающего предприятия», рассмотрен маркетинговый подход к формированию конкурентоспособности предприятия и приведено обоснование необходимости использования бенчмаркинга как инструмента наращивания конкурентных преимуществ предприятий.

Диссертантом исследованы теоретические аспекты сущности конкурентоспособности предприятия, которая выступает одним из ведущих факторов роста экономики и конкурентоспособности угледобывающих предприятий, что позволило предложить авторские дефиниции анализируемых понятий. В работе конкурентоспособность предприятия рассматривается в достаточно широком контексте, который характеризует ее как «способность предприятия иметь конкурентные преимущества перед другими предприятиями на рынке товаров, адаптируясь к изменениям во внешней среде» (с. 17, с. 23). В понятие «конкурентоспособность угледобывающего предприятия» как системообразующую категорию диссертационного исследования автор привносит собственный контекст, определяя ее как способность предприятия «... соответствовать требованиям государственного регулирования и потребностям рыночного спроса на продукцию, сохраняя конкурентные преимущества» (с. 20, с. 25) и тем самым устанавливая различия между двумя исследуемыми понятиями. На с. 27 делается аргументированный вывод о том, что «для завоевания и удержания конкурентных преимуществ предприятие должно проводить маркетинговые исследования товарных рынков с целью воспроизводства и реализации конкурентных преимуществ на основе эффективного маркетинга».

Заслуживает внимания проведенная автором систематизация ключевых факторов успеха предприятия в конкурентной борьбе в привязке к разработке маркетингового концепта формирования конкурентоспособности предприятия, идея которого пронизывает всю диссертационную работу (стр. 33-35). Особый акцент сделан на бенчмаркинге, который определен в диссертации как перспективное направление, способное обеспечить повышение эффективности управления угольной промышленностью и экономикой Донецкой Народной Республики (с. 61).

Во *втором разделе* диссертационной работы отдельное место отведено изучению хозяйственного комплекса ДНР в целом и его отличительных черт (с. 65-77), изучен региональный рынок угледобывающей отрасли Республики (с. 78-90), проведены стратегический SWOT-анализ (с. 91-93) и диагностика конкурентоспособности угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики по модели «5 сил конкуренции» М. Портера (рисунок 2.13 и таблица 2.12, с. 95-98). Автором использован метод построения карты конкурентной сегментации угледобывающих предприятий ДНР по двум критериальным показателям: объемам добычи угля в стоимостном выражении и маркам угля (рисунок 2.14, с. 101). Схемы позиционирования предприятий позволили выделить и систематизировать основные качественные и количественные показатели деятельности угледобывающих предприятий Республики (с. 102-117, с. 123).

Второй раздел диссертационного исследования завершается разработкой комплексного подхода к оценке конкурентоспособности предприятия на основе бенчмаркинга, который позволяет автору осуществить классификацию признаков конкурентоспособности угледобывающего предприятия и дополнить ее двумя группами показателей: качественных (одиннадцатью признаками на основе производственных, природных и маркетинговых показателей) и количественных (шестнадцатью признаками на основе производственных, экономических и экологических показателей, качества угля).

В *третьем разделе* работы рассмотрены вопросы совершенствования системы управления конкурентоспособностью на основе маркетинга и предложена маркетинговая стратегия повышения конкурентоспособности угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики, особенностью которой является принцип комплексной адаптации предприятия к внешним условиям.

Весомым научным результатом следует признать предложенную в работе систему формирования конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия, основанную на комплексной адаптации и включающую четыре составляющие: подсистему маркетинговой информации; подсистему маркетингового анализа; подсистему планирования и прогнозирования; подсистему комплексной адаптации предприятия (рисунок 3.1, с. 148). Чрезвычайно важен аргументированный вывод автора о том, что ядром маркетинговой стратегии развития угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики является стратегия дифференциации по М. Портеру, реализация которой предполагает использование комплекса бенчмаркинга (стр. 154).

В целом анализ и оценка конкурентоспособности предприятия в работе базируются на выводах о том, что комплексная адаптация и конкурентные преимущества предприятия представляют собой его маркетинговый потенциал, который позволит предприятию повысить его конкурентоспособность. Разработка маркетинговой стратегии развития

предприятия в разрезе элементов комплекса маркетинга выступает основой для повышения конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия.

Все перечисленные научные результаты являются достоверными, содержат научную новизну и отражают значимый вклад автора в научное решение вопросов управления конкурентоспособностью угледобывающего предприятия на основе маркетинга.

Дискуссионные положения и замечания относительно содержания диссертационной работы. Положительно оценивая результаты диссертационной работы Комарницкой Елены Владимировны на тему: «Маркетинг в системе управления конкурентоспособностью предприятия», следует остановиться на некоторых дискуссионных положениях и сделать определенные замечания по ее содержанию:

1. В первом разделе недостаточно внимания уделено обоснованию и раскрытию взаимосвязи двух элементов, входящих в состав авторского определения конкурентоспособности угледобывающего предприятия, а именно: 1) способности предприятия соответствовать требованиям государственного регулирования и 2) потребностям рыночного спроса, каждый из которых, безусловно, характеризует сущность данного важного понятия.

2. Не в полной мере раскрыты содержание, место и роль конкурентных преимуществ в обеспечении повышения конкурентоспособности угледобывающих предприятий.

3. Представляется избыточной в рамках проблематики данного исследования характеристика состава целостного хозяйственного комплекса Донецкой Народной Республики, которая слабо коррелирована с темой диссертационной работы (стр. 65-77).

4. На рис. 2.13 (стр. 95) при оценке конкурентной ситуации в угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики следовало бы уделить внимание возможностям роста доли угля в топливно-энергетическом балансе Республики и перспективам развития межотраслевых денежных потоков.

5. Целесообразно было бы дать пояснение относительно различия числа угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики (с. 100) и при расчете индексов конкурентоспособности угледобывающих предприятий (с. 112-113).

6. При разработке маркетинговой стратегии обеспечения конкурентоспособности (с. 151) следовало бы расширить диапазон возможных стратегических решений по управлению системой повышения конкурентоспособностью угледобывающих предприятий Республики.

Приведенные замечания носят преимущественно дискуссионный характер и не влияют на степень обоснованности выводов и защищаемых положений диссертационной работы. Их следует рассматривать как рекомендации к дальнейшим исследованиям автора.

Заключение

Диссертационная работа Комарницкой Елены Владимировны отличается научной новизной, теоретической и практической значимостью. Научные положения, разработки, результаты, выводы и рекомендации получены автором самостоятельно. Личный вклад в работах, опубликованных в соавторстве, указан в списке публикаций. Текст диссертации и содержание автореферата идентичны. Текст работы изложен научным стилем, грамотным языком.

Диссертационная работа Комарницкой Елены Владимировны на тему: «Маркетинг в системе управления конкурентоспособностью предприятия» по своей структуре, объему и оформлению соответствует требованиям п. 2.2 «Положения о присуждении ученых степеней», предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т. ч. маркетинг)».

Я. Иванова Татьяна Леонидовна, согласно на автоматизированную обработку персональных данных.

Официальный оппонент:

доктор экономических наук,
профессор кафедры экономики предприятия
Государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Донецкая академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной Республики»

 Т.Л. Иванова

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Донецкая академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной Республики»
83015, ДНР, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 163а
Тел.: +38 (062) 305-14-62
e-mail: pk@donampa.ru

