

## **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**

Сила и устойчивость рыночных позиций угледобывающего предприятия обуславливается совокупностью характеристик, среди которых соотношение спроса и предложения на добываемую продукцию, способность предприятия реагировать на изменения во внешней среде, объемы и структура рыночных связей. Для угледобывающих предприятий качество продукции и ее цена зависят от структуры и качества добываемого угля, что объясняет ограничение по данному важнейшему условию конкурентоспособности.

Превышение предложения угледобывающей продукции над спросом на внутреннем рынке Донецкой Народной Республики чрезвычайно обострило конкуренцию между угледобывающими предприятиями.

Вместе с тем ряд актуальных вопросов совершенствования системы управления конкурентоспособностью на основе маркетинга приобретает особую актуальность в условиях экономических процессов Донецкой Народной Республики.

Исходя из этого, можно утверждать, что диссертационная работа Комарницкой Елены Владимировны на тему «Маркетинг в системе управления конкурентоспособностью предприятия» актуальна, а проведенное автором исследование является современным, отвечает экономическим тенденциям развития Донецкой Народной Республики.

## **Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций**

Диссертационная работа Комарницкой Е.В. 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 состоит из трех разделов, их содержание логически увязано между собой, последовательно излагаются теоретико–методические основы маркетинговых исследований в управлении конкурентоспособностью предприятий, проведен маркетинговый анализ конкурентоспособности угледобывающих предприятий и даются рекомендации по повышению конкурентоспособности угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики.

Теоретической базой диссертационной работы являются концептуальные положения фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных ученых по вопросам маркетинговой концепции конкурентоспособности, конкуренции и конкурентоспособности угледобывающих предприятий.

Результаты исследования отражены в 18 научных работах общим объемом 6,85 печ. л., из которых лично автору принадлежит 6,01 печ. л., из них 5 статей в профессиональных изданиях (из них одна статья написана в соавторстве). Основные научные положения и практические результаты диссертации были представлены автором и получили одобрение на 9 конференциях различного уровня. В опубликованных трудах соискателем в полной мере отражена сущность полученных результатов проведенного исследования и их научная новизна.

Результаты выполненного исследования Комарницкой Еленой Владимировной соответствуют Паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы

деятельности, в т.ч.: маркетинг) в части пунктов: п. 9.3. Управление маркетинговой деятельностью, направления и формы организации маркетинга и их адаптация к изменяющимся рыночным условиям в национальной экономике и на глобальных рынках; п. 9.4. Состояние, тенденции и диагностика развития рынков, внешней и внутренней маркетинговой среды функционирования субъектов хозяйствования, сегментация рынков и определение рыночных ниш; п. 9.8 Конкуренция, конкурентная среда, конкурентная политика, диагностика деятельности конкурентов в условиях ориентации на маркетинг компании; п. 9.9 Повышение конкурентоспособности товаров (услуг) и компаний, факторы конкурентоспособности в различных рыночных условиях.

### **Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций.**

Научная новизна полученных результатов заключается в развитии теоретических положений, разработке научно-методических подходов и практических рекомендаций по формированию системы управления конкурентоспособностью угледобывающих предприятий на основе маркетинга.

В разделе 1 «Теоретико–методические основы маркетинговых исследований в управлении конкурентоспособностью предприятий» раскрыта сущность конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности угледобывающего предприятия как экономической категории, предложен концептуальный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга.

Научной новизной характеризуются следующие результаты:

понятийно-категориальный аппарат, а именно: понятия «конкурентоспособность предприятия», «конкурентоспособность угледобывающего предприятия»;

концептуальные основы формирования системы управления конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга;

система управления конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга, которая имеет организационно-экономические рычаги управления конкурентоспособностью, основанные на маркетинговой информации и ее анализе, планировании и прогнозировании, а также комплексной адаптации предприятия.

В разделе 2 «Маркетинговый анализ конкурентоспособности предприятий» изучен региональный рынок угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики, проведен конкурентный анализ и диагностика конкурентоспособности угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики.

К новизне относятся:

усовершенствован методический подход к проведению диагностики конкурентоспособности угледобывающих предприятий, который включает классификацию признаков конкурентоспособности угледобывающего предприятия по двум группам показателей: качественным и количественным.

В разделе 3 «Повышение конкурентоспособности угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики» представлена усовершенствованная система управления конкурентоспособностью на основе маркетинга и предложена маркетинговая стратегия повышения конкурентоспособности угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики на основе комплексной адаптации предприятия к внешним условиям.

Усовершенствованы:

механизм формирования конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия, который, в отличие от существующих, основан на комплексной адаптации, включающей рыночную, инновационную, организационно-экономическую и маркетинговую адаптации, что позволит предприятию

совершенствовать направления хозяйственной деятельности и разработать маркетинговую стратегию повышения его конкурентоспособности;

научно-методический подход к диагностике конкурентоспособности угледобывающих предприятий, включающий, в отличие от известных, использование маркетингового инструментария (сегментация и конкурентное позиционирование), что является основой выявления ключевых факторов успеха для оценки конкурентоспособности и разработки маркетинговой стратегии.

Результаты работы и ее достоверность подтверждаются апробацией основных идей на практике. Предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, одобрены и внедрены деятельностью угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики, в частности 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.).

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что они могут выступать конкретными рекомендациями для решения актуальных проблем повышения конкурентоспособности угледобывающих предприятий. Полученные автором результаты исследования используются в учебном процессе ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» при преподавании дисциплин «Маркетинг», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» (справка № 1703/01-27/6.9.0 от 12.06.2019 г.).

В целом можно отметить, что научные положения, выводы и рекомендации диссертационной работы являются достоверными и аргументированными. Автореферат полностью отражает содержание диссертации и в полной мере раскрывает все основные научные результаты, полученные в ходе исследования, степень новизны разработок, выводы и рекомендации работы.

## **Дискуссионные положения и замечания относительно содержания диссертационной работы.**

Отмечая целостность и завершенность проведенного исследования, следует отметить, что в работе имеется ряд положений дискуссионного характера:

1. В п. 1.1 автору диссертации следовало бы более полно раскрыть вопросы основных стратегий повышения конкурентоспособности предприятий.

2. В п. 2.1 целесообразно было бы обосновать структуру и отраслевую специфику внешней среды угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики.

3. Автором недостаточно полно во втором разделе обоснован принцип выборки предприятий для оценки их конкурентного позиционирования.

4. На рисунке 2.24 (с. 144) представлен маркетинговый анализ конкурентоспособности угледобывающего предприятия. Следовало бы больше уделить внимания обоснованию практической ценности предложенного подхода.

5. На рисунке 3.2 (с. 151) при оценке эффективности стратегии развития угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики следовало бы рассмотреть большее число рынков сбыта и временной аспект стратегии.

Приведенные в тексте отзыва замечания носят преимущественно дискуссионный характер и не влияют на обоснованность основных выводов и защищаемых положений представленной работы. Их следует рассматривать как рекомендации к дальнейшим исследованиям автора по выбранному направлению.

**Заключение о соответствии диссертации критериям,  
установленным п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней**

Научные положения, выводы и рекомендации, выносимые на защиту, получены автором самостоятельно. Содержание автореферата и основные положения диссертационной работы идентичны.

Диссертационная работа Комарницкой Елены Владимировны на тему: «Маркетинг в системе управления конкурентоспособностью предприятия» представляет собой завершенное исследование, автором получены новые научные положения, разработаны методические основы и практические рекомендации по совершенствованию системы управления конкурентоспособностью угледобывающих предприятий на основе маркетинга.

По своей структуре, объему и оформлению диссертация «Маркетинг в системе управления конкурентоспособностью предприятия» соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук, а ее автор – Комарницкая Елена Владимировна 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, Куценко Елена Васильевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

**Официальный оппонент:**

кандидат экономических наук,  
08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг)  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет

экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского,  
доцент кафедры сервиса и туристических дел

83050, ДНР, г. Донецк, улица Щорса, дом 41  
Телефон: +38 (062) 342-91-40  
e-mail: [info@donnuet.edu](mailto:info@donnuet.edu)  
сайт: <http://donnuet.edu>



*Е.В. Куценко* Е.В. Куценко

