

**ВІДГУК**  
**офіційного опонента на дисертаційну роботу**  
**Кравченко Тетяни Іванівни**  
**«Організаційно-економічний механізм управління процесом**  
**просування інноваційної продукції на ринок», подану на**  
**здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук**  
**за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління**  
**підприємствами (за видами економічної діяльності)**

**1. Актуальність теми дослідження**

Дисертаційну роботу Кравченко Тетяни Іванівни «Організаційно-економічний механізм управління процесом просування інноваційної продукції на ринок» присвячено вирішенню важливого для економіки України наукового завдання розробки організаційно-економічного механізму управління процесом просування інноваційної продукції на ринок.

Для вітчизняних суб'єктів господарювання, що приймають участь у просуванні інноваційної продукції на ринок, важливим є підвищення якості управлінських рішень з метою подолання або мінімізації проблемних ситуацій, пов'язаних з формуванням потенційного ринку інноваційної продукції, плануванням термінів і вибором методів просування, пошуком джерел фінансування на різних етапах просування, а також оцінкою конкурентоспроможності інноваційної продукції, що просувається на ринок.

У той же час підвищенню ефективності управління процесом просування інноваційної продукції на ринок з огляду на особливість об'єкту управління у науковій економічній літературі приділяється недостатньо уваги. Тому дослідження, спрямоване на розробку нових науково-методичних і практичних рекомендацій щодо управління процесом просування інноваційної продукції на ринок має важливе науково-теоретичне і практичне

значення.

Актуальність представленого на захист дослідження підтверджується його зв'язком із планами науково-дослідних робіт ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» за темами: «Інноваційна модель розвитку підприємств регіону в умовах економічних трансформацій» (номер держреєстрації 0110U007159, 2015-2020 рр.), у межах якої обґрунтовано удосконалення методу розробки стратегії управління процесом просування інноваційної продукції на ринок; «Маркетингова діяльність підприємств на ринку товарів та послуг» (номер держреєстрації 0113U002624, 2015-2018 рр.), у межах якої здобувачем удосконалено метод формування потенційного ринку інноваційної продукції; «Методологія побудови інноваційних інтелектуальних життєздатних систем управління» (номер держреєстрації 0117U004078, 2017-2021 рр.), у якій розроблено концепцію організаційно-економічного механізму управління процесом просування інноваційної продукції на ринок.

Отже, тема дисертаційної роботи Кравченко Т.І. «Організаційно-економічний механізм управління процесом просування інноваційної продукції на ринок» є актуальною та своєчасною.

## **2. Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації**

Аналіз структури і змісту поданої на захист дисертаційної роботи Кравченко Т.І. «Організаційно-економічний механізм управління процесом просування інноваційної продукції на ринок» та автореферату, докладне вивчення наукових положень і висновків дисертації здобувача дозволяють дійти висновку про загальну наукову обґрунтованість і достовірність викладених автором результатів.

Основні теоретичні положення дисертації узгоджуються з практичними розробками автора, логічно витікають із поставленої мети та завдань дослідження.

Обґрунтованість результатів роботи підтверджується адекватним застосуванням методів дослідження: емпіричних та статистичних методів –

для дослідження процесу просування інноваційної продукції ринок у динаміці (с. 23-33); абстрагування, логіки, експериментально-теоретичних методів досліджень – для визначення особливостей управління процесом просування інноваційної продукції на ринок (с. 74-54); методів наукового абстрагування, сходження від абстрактного до конкретного, системного підходу та формалізації процесів вирішення проблем – для обґрунтування категоріального апарату, для визначення потенційних споживачів інноваційної продукції й оцінки ринкових позицій конкурентів (с. 34-36, 38, 44, 56, 84-90, 138, 173, 185); поєднання теоретичних підходів і концептуальних моделей, а також комбінування підходів до управління – для розробки концепції організаційно-економічного механізму управління процесом просування інноваційної продукції на ринок (с. 55-67); ситуаційного і проектного підходу, методів імітаційного та структурно-функціонального моделювання – для визначення потенційного ринкового попиту на інноваційну продукцію й планування процесу просування її на ринок (с. 92-95, 116-118); нотації BPMN – для формалізації інтеграційних зв'язків між суб'єктами в процесі просування інноваційної продукції на ринок (с. 102); системної динаміки – для розробки імітаційної моделі дифузії інноваційної продукції (с. 111-115); системи ключових показників, методів їх оцінювання і обробки експертних суджень – для розробки підходу до оцінки ефективності управління процесом просування інноваційної продукції на ринок (с. 203-208).

Крім того, для обґрунтування ряду напрямків дослідження використовуються можливості сучасних програмних засобів і комп'ютерних технологій.

Достовірність і надійність положень і висновків, викладених у роботі, підтверджено апробацією результатів дослідження у відкритому обговоренні на конференціях і публікацією матеріалів дослідження у відкритому друку, а також впровадженням в практичну діяльність широкого кола суб'єктів господарювання (обласних державних адміністрацій; університету; великого машинобудівного підприємства; підприємства-представника ліфтового господарства; стартапу у сфері високоточної електроніки й кібербезпеки).

### **3. Теоретична цінність та новизна наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації**

Отримані здобувачем результати є певним внеском у вирішення широкого кола теоретичних і методичних задач щодо управління процесом просування інноваційної продукції на ринок.

Основним науковим результатом є розробка концепції організаційно-економічного механізму управління процесом просування інноваційної продукції на ринок, яка базується методологічних засадах маркетингово-орієнтованого, ситуаційного, цільового та процесного підходів до управління процесом просування інноваційної продукції на ринок (с. 56-66).

Удосконалений у роботі метод формування потенційного ринку інноваційної продукції дозволяє на основі коригування обсягів витрат на залучення потенційних споживачів спрогнозувати збільшення кількості фактичних споживачів інноваційної продукції і зростання прибутку від її реалізації (с. 84-99).

Вагомим здобутком автора є вдосконалення методу планування процесу просування інноваційної продукції на ринок, особливістю якого є використання модифікованої структурно-функціональної й імітаційної моделей для ідентифікації суб'єктів просування інноваційної продукції на ринок і способів їх кооперації, а також визначення методів і термінів просування інноваційної продукції на ринок (с. 99-119).

Автором також удосконалено метод розробки стратегії управління процесом просування інноваційної продукції на ринок в частині збору, формалізації та інтерпретації інформації від потенційних споживачів щодо можливості вирішення їх проблем за допомогою інноваційної продукції, а також системи оцінки ефективності її використання (с. 183-203).

Дістав подальшого розвитку підхід до формування виробниками бюджету процесу просування інноваційної продукції на ринок за рахунок обґрунтування напрямів, обсягів та строків вихідних фінансових потоків, що надає змогу знизити витрати на просування інноваційної продукції на ринок та скоротити цей процес у часі за рахунок розробки графіку вхідних

фінансових потоків та оптимізації структури джерел їх фінансування на кожному етапі процесу просування (с. 119-132).

Особливістю розвинутого у дисертаційній роботі здобувача комплексного підходу до оцінки конкурентоспроможності інноваційної продукції є врахування чинників, що впливають на конкурентоспроможність інноваційної продукції з боку її споживачів і виробників та варіантів управлінських рішень за результатами оцінки (с. 132-153).

Аналіз отриманих наукових результатів дозволяє зробити висновок про те, що вони відповідають поставленим завданням дослідження та удосконалюють існуючі теоретичні та практичні підходи до управління процесом просування інноваційної продукції на ринок.

#### **4. Практична значущість результатів дослідження**

Практична значущість результатів дослідження полягає у тому, що теоретичні і методичні положення доведені до рівня конкретних пропозицій та реалізації.

Наукові результати дисертаційної роботи, які мають прикладний характер, було впроваджено: під час розробки стратегії інноваційного розвитку ПАТ «Норд», м. Донецьк (акт № 395 від 13.02.2013 р.); при формуванні програмних документів Головного управління регіонального розвитку, залучення інвестицій і зовнішньоекономічних відносин Донецької обласної державної адміністрації (довідка № 4-095 від 14.03.2014 р.); для вирішення оперативних завдань Департаментом освіти і науки Вінницької облдержадміністрації, а також керівництвом та співробітниками Донецького національного університету (довідка № 34-4-04/2469 від 20.05.2015 р.); у практичній діяльності Дочірнього підприємства «Спеціалізоване ремонтно-будівельне управління «ЛІФТ-3», м. Київ (акт від 25.01.2018 р.); під час просування на ринок інноваційного проекту Hideez Technology LTD, м. Київ (акт № 29 від 24.01.2018 р.).

Практичну значущість результатів дослідження доводить також використання окремих його положень у навчальному процесі Донецького національного університету (м. Вінниця) під час підготовки студентів

економічних спеціальностей за дисциплінами: «Фінанси», «Інвестиційне кредитування», «Управління грошовими потоками» (довідка № 26/04 від 16.12.2014 р.) та Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» під час викладання дисциплін кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики – «Оптимізація господарської діяльності підприємств», «Моделювання економіки», «Моделювання управлінських рішень в конкретних ситуаціях», «Інноваційний розвиток підприємств» (довідка № 45-15/12 від 16.03.2018 р.).

Підтверджений актами загальний економічний ефект від впровадження результатів дисертаційної роботи становить 586486,14 грн.

### **5. Повнота викладення результатів дисертації в опублікованих працях**

Автором виконано вимоги щодо повноти викладення положень дисертаційної роботи у фахових виданнях та кількості публікацій для здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук.

Результати дослідження викладено у 24 наукових працях, з яких: 1 – розділ у колективній монографії, 7 – статті у наукових фахових виданнях, 3 – статті у наукових періодичних виданнях іноземних держав та виданнях України, що включені до міжнародних наукометричних баз, 13 – публікації у журналах та збірках тез доповідей міжнародних науково-практичних конференцій. Загальний обсяг публікацій становить 37,89 друк. арк., з яких особисто автору належать 6,73 друк. арк.

### **6. Відповідність автореферату змісту дисертації**

Зміст автореферату відповідає основним положенням, висновкам і рекомендаціям дисертаційної роботи. Новизна, яку відображено у дисертації, повністю відображено в авторефераті.

### **7. Дискусійні положення та зауваження щодо змісту дисертаційної роботи**

Детально вивчивши текст дисертації, маю відзначити дискусійний характер деяких положень та висловити зауваження, зокрема:

1. У п. 1.1 (с. 22-26) для аргументації висновків щодо низької конкурентоспроможності вітчизняної інноваційної продукції на

внутрішньому і зовнішньому ринках використано результати аналізу позицій України у міжнародних рейтингах інноваційного розвитку. За одними Україна зміцнила свої позиції у період, що аналізується, а за іншими – послабила. Доцільно було б додати пояснення щодо вибору конкретних міжнародних рейтингів інноваційного розвитку.

2. У другому рядку табл. 2.2 (на с. 86) формула визначення кількості потенційних споживачів, яких виробник в змозі обслужити  $Q_{pc\_serv}$  полягає у зазначенні верхньої межі лише на підставі річного обсягу виробленої інноваційної продукції у натуральному вираженні  $V_{ip}$ . Проте, формулу варто модифікувати наступним чином:  $\min(W, V_{ip})$ , де  $W = MQ_{pc} \vee (MQ_{pc} - Q_{pc\_comp})$ .

3. Формула визначення частки потенційних споживачів, для яких інноваційна продукція буде доступною за рівнем доходу (у табл. 2.2 на с. 86) у зазначеному вигляді дає абсолютне значення, оскільки не враховується загальне значення вибірки потенційних споживачів.

4. В аналізі причинно-наслідкових зв'язків дифузії інноваційної продукції (с. 111-113) доцільно було б посилити вплив фінансових результатів, зокрема, нерозподіленого прибутку, на результати просування та подальший розвиток інноваційної продукції.

5. У п. 2.4 класифіковано конкурентні переваги інноваційної продукції, виявлено основні фактори їх формування, визначено схему оцінки конкурентоспроможності інноваційної продукції у процесі просування її на ринок, але не зазначено, які саме показники слід використовувати для оцінки конкурентоспроможності інноваційної продукції.

6. У п. 3.1 розглянуто краудфандінг як альтернативний метод фінансування інноваційних проектів на початковій стадії й виділено чотири основні краудфандінгові платформи, що є популярними в Україні. Доцільно було б розглянути також переваги й недоліки кожної з платформ та доступність їх для українських суб'єктів господарювання.

7. У п. 3.3 зазначено, що за результатами впровадження наукових результатів дисертації у практичну діяльність ДП «СРБУ «ЛІФТ-3»

виокремлено основних конкурентів підприємства та конкурентні переваги його послуг. На підтвердження цього результату доцільно було б навести порівняльну характеристику послуг ДП «СРБУ «ЛІФТ-3» з послугами конкурентів.

Відзначені зауваження суттєво не впливають на загальну позитивну оцінку теоретичного рівня та практичного значення дисертаційної роботи Кравченко Тетяни Іванівни.

## **8. Загальний висновок**

На підставі проведеного аналізу вважаю, що дисертація Кравченко Тетяни Іванівни на тему «Організаційно-економічний механізм управління процесом просування інноваційної продукції на ринок» є завершеним, самостійним, комплексним науковим дослідженням, яке має теоретичне і практичне значення та характеризується науковою новизною.

Результати дисертації розв'язують нове важливе для економіки України наукове завдання розробки організаційно-економічного механізму управління процесом просування інноваційної продукції на ринок.

Виконане дослідження має достатньо високий теоретичний, методичний і практичний рівні, послідовне та логічне викладення, необхідну повноту розкриття виконаних розробок. Тема дисертації «Організаційно-економічний механізм управління процесом просування інноваційної продукції на ринок» відповідає спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

Дослідження є особистою авторською роботою, цілісною та завершеною відповідно до поставленої мети та визначених завдань. Зміст і основні результати дослідження з достатньою повнотою відображено в опублікованих роботах і авторефераті.

Таким чином, представлена до розгляду дисертаційна робота за науковою новизною, теоретичною цінністю та практичною значущістю одержаних результатів відповідає вимогам, що ставляться до дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук, пп. 9, 11, 12, 13, 14 «Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання



старшого наукового співробітника», а її автор – Кравченко Тетяна Іванівна – заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

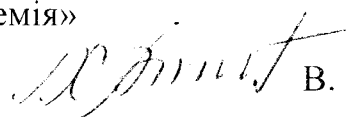
Офіційний опонент:

Професор кафедри маркетингу

та управління бізнесом Національного

Університету «Києво-Могилянська Академія»

доктор економічних наук, професор



В. В. Храпкіна

