

## ВИСНОВОК

**про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації «Соціально-відповідальний маркетинг в управлінні прибутком промислового підприємства», виконаної аспірантом кафедри економіки і маркетингу Новіковим Дмитром Федоровичем для здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг»**

Рецензенти у складі доктора економічних наук, професора Пилипенко А. А. та кандидата економічних наук, доцента Притиченко Т. І. рішенням вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 2 від 25.06.2020 р.) призначені для проведення попередньої експертизи дисертації «Соціально-відповідальний маркетинг в управлінні прибутком промислового підприємства», виконаної аспірантом кафедри економіки і маркетингу Новіковим Дмитром Федоровичем для здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг», на основі вивчення і аналізу дисертації та наукових публікацій Новікова Д. Ф. та за результатами фахового семінару, який відбувся на розширеному засіданні кафедри економіки і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця (протокол № 1 від 19.08.2020 р.) дійшли висновку про таке:

**1. Науковий рівень дисертації відповідає діючим вимогам до атестації здобувачів ступеня доктора філософії, а саме Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою КМУ від 06.03.2019 р. № 167, а саме:**

**щодо пункту 10 – дисертація є кваліфікаційною науковою працею, виконаною особисто здобувачем, характеризується єдністю змісту, має встановлену вимогам структуру: анотацію, вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, додатки, містить наукові положення, що мають наукову новизну, істотне значення в галузі маркетингу.**

**Актуальність теми дослідження.** Згідно Конституції Україна є соціальною державою і зобов'язана дотримуватися всіх сучасних принципів соціальної відповідальності, в тому числі забезпечувати права споживачів і суспільства в цілому, захищати навколишнє середовище, як передбачено завданнями соціально-відповідального маркетингу. Все це з кожним роком посилює вимоги до виготовлення продукції та методів її просування, а також призводить до підвищення собівартості продукції та зниження прибутку підприємства. Це негативно впливає на конкурентоспроможність продукції і перспективи виходу її на закордонні ринки. Виходячи з цього, необхідно вміти знаходити маркетингові рішення, які забезпечують баланс інтересів підприємств і споживачів. Тому формування науково обґрунтованих умов управління прибутком промислового підприємства на основі дотримання принципів соціально-відповідального маркетингу є важливим завданням розвитку промисловості України, що актуалізує тему дисертації, виконаної Новіковим Д. Ф.

Актуальність роботи підтверджується також її зв'язком з науковими дослідженнями Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця за темою «Розробка рекомендацій по впровадженню принципів соціальної відповідальності в маркетинговій діяльності машинобудівного підприємства» (номер державної реєстрації 0119U102992), у якій здобувачеві належить розділ "Розробка практичних рекомендацій з виконання принципів соціальної відповідальності в маркетинговій діяльності машинобудівного підприємства".

**Наукова новизна.** Результати дослідження дисертанта мають різний ступінь наукової новизни, основні положення якої полягають у такому:

*удосконалено:*

визначення поняття: соціально-відповідальний маркетинг, яке на відміну від існуючих доповнено можливістю зниження ціни, задовольняти потреби замовника та ефективно управляти технологіями виробництва машинобудівної

продукції, що дозволяє враховувати відмінності видів економічної діяльності підприємств при розробці довгострокового плану розвитку;

класифікацію соціально-відповідального маркетингу за новим чинником причини порушень – що поділяються на: внутрішні (корупція, некоординованість підрозділів підприємства, бажання отримувати надприбуток), законодавчі (заборона на співпрацю з деякими країнами з імпорту-експорту, в країні), виробничі (недолік високоефективного виробничого обладнання, висококваліфікованих фахівців й вільних фінансових коштів для забезпечення виробництва) і логістичні (некваліфіковані спеціалісти з постачання, безвідповідальне підприємство-постачальник), які є підґрунтям до вибору напряму розвитку промислового підприємства в довгостроковій перспективі з послідовним підвищенням прибутку підприємства;

модель управління витратами машинобудівного підприємства, яка, на відміну від інших, використовує величину найсуттєвішого показника якості продукції з контракту та визначає витрати на виконання операції, та яка дозволяє визначити технічні характеристики обладнання, що необхідно модернізувати для підвищення прибутку підприємства з дотриманням принципів соціально-відповідального маркетингу;

модель управління прибутком підприємства, яка, на відміну від існуючих, включає умови дотримання принципів соціально-відповідального маркетингу шляхом забезпечення заданої якості продукції, що виготовляється, зменшення витрат підприємств і підвищення продуктивності праці за рахунок застосування інноваційних технологій виробництва;

*дістали подальшого розвитку:*

методичні положення до проведення комплексної діагностики машинобудівного підприємства та здійснення його реструктуризації, які на відміну від існуючих, передбачають у разі неможливості виготовлення продукції, що відповідає принципам соціально-відповідального маркетингу, спланувати проведення комплексного модернізування виробництва і навчання

персоналу з використанням економіко-математичних моделей управління витратами та прибутком підприємства. Це є підґрунтям до розробки прибуткового плану розвитку підприємства;

концепція соціально-відповідального маркетингу, яка, на відміну від існуючої, передбачає розвиток соціальної спрямованості економічної системи України за рахунок посилення відповідальності за недотримання принципів соціальної відповідальності маркетингу: адміністративні, матеріальні та кримінальні, а також підвищення рівня підготовки молодих фахівців економічних та технічних спеціальностей, здатних розробляти та впроваджувати інноваційні технології виробництва на промислових підприємствах.

**Практична цінність розробок підтверджується** їх застосуванням у діяльності промислових підприємств, зокрема: в ТОВ «Варітек» використано розроблені рекомендації щодо визначення параметрів якісної продукції, уточнених з урахуванням вимог соціально-відповідального маркетингу для конкретного замовника, що засвідчує Довідка № 790/1-1/20 від 04.11.2019 р.; в АТ «Харківський машинобудівний завод «Світло шахтаря» впроваджено методику проведення модернізації виробничих потужностей та методику розрахунку витрат, собівартості та прибутку при виготовленні машинобудівної продукції, що засвідчує Довідка № 135 від 5.02.2020 р.; в ПрАТ «ФЕД» впроваджено розроблену методику управління прибутком на промислових підприємствах, в якій соціально-відповідальний маркетинг є основним обмежувальним чинником недопущення виготовлення неякісної продукції, що засвідчує Довідка №26/2020 від 02.06.2020 р.; на підприємствах інноваційного регіонального аерокосмічного кластера «Мехатроніка» використовуються пропозиції щодо підвищення вимог до підготовки фахівців у навчальних закладах, які спроможні після закінчення навчання впроваджувати на підприємствах інноваційні технології, що засвідчує Довідка №24-к-20 від 03.06.2020 р.

Оформлення дисертації відповідає діючим вимогам, затвердженим Наказом Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 р. № 40. Робота виконана в науковому стилі, її зміст викладено в логічній послідовності розв'язування завдань дослідження.

**Щодо пункту 11 – всі наукові результати дисертації опубліковані, апробація результатів є достатньою.** У відкритому друці за темою дисертації опубліковано 22 праці, у тому числі: 1 стаття у періодичному науковому виданні іншої держави, яка входить до Організації економічного співробітництва та розвитку і Європейського Союзу (Чеська Республіка), 9 статей в наукових фахових виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз, 2 розділи у колективних монографіях, 10 тез доповідей та матеріалів конференцій. Загальний обсяг опублікованих праць за темою дисертації становить 43,46 ум.-друк. арк., з них особисто здобувачеві належить 7,04 ум.-друк. арк.

В опублікованих працях здобувача повністю відображено сутність та зміст отриманих результатів дослідження та їхня наукова новизна. Результати дослідження доповідались і отримали позитивну оцінку на міжнародних науково-практичних конференціях. З огляду на це апробація результатів дисертаційної роботи є достатньою.

**Публікації, що відтворюють наукові результати дисертації:**  
***Статті у періодичних наукових виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та Європейського Союзу:***

1. Орлов П., Новіков Д. Соціально-відповідальний маркетинг в управлінні прибутком машинобудівного підприємства [Socially responsible marketing in the profit management of a machine-building enterprise]. *European journal of economics and management*. Praha, 2019. Vol. 5, Issue 5. Pp. 39–47 (0,17 ум.-друк. арк. автора). *Особистий внесок здобувача: обґрунтовано шляхи управління*

прибутком машинобудівного підприємства, які засновані на дотриманні принципів соціально-відповідального маркетингу та на використанні економіко-математичних моделей.

### **Статті у наукових виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз Web of Science та Index Copernicus**

2. Новиков Д. Ф., Андилахай А. А. Совершенствование технологий производства на основе повышения социальной ответственности маркетинга на машиностроительном предприятии. *Вісник ПДТУ. Економічні науки*. Маріуполь, 2017. Вип. 34. С. 289–297. (Index Copernicus) (0,17 ум.-друк. арк. автора). *Особистий внесок здобувача: обґрунтовано необхідність дотримання принципів соціально-відповідального маркетингу у виробництві машинобудівної продукції та показаний їх вплив на собівартість виробництва.*

3. Новіков Д. Ф. Соціальна безвідповідальність підприємств і їх маркетингу на ринку машинобудівної продукції та її вплив на фінансові показники. *Бізнес Інформ*. 2017. № 10 (477). С. 354–359. (Index Copernicus)

4. Новіков Д. Ф. Класифікація причин соціальної безвідповідальності маркетингу в Україні та шляхи її вирішення. *Економіка та підприємство : зб. наук. праць*. Київ : КНЕУ. № 40/2018. С. 247–256. (Index Copernicus)

5. Новіков Д. Ф. Соціальна відповідальність маркетингу на ринку промислових підприємств. *Бізнес Інформ*. 2018. № 11 (490). С. 352–356. (Index Copernicus)

6. Новіков Д. Ф. Управління прибутком ПАТ «Дніпрополімермаш» на основі соціально-відповідального маркетингу. *Економіка: реалії часу*. 2018. № 6 (40). С. 70–75. (Index Copernicus)

7. Новиков Д. Ф. Социально-ответственный маркетинг в управлении прибылью предприятия. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. праць*. Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2018. Вип. 18. С. 243–252. (Index Copernicus)

8. Новіков Д. Ф. Соціально-відповідальний маркетинг в металообробному виробництві та його вплив на прибуток машинобудівного підприємства. *Економіка: реалії часу*. 2019. № 4 (44). С. 103–109. (Index Copernicus)

9. Новіков Д. Ф. Ефективне управління технологіями машинобудівних підприємств – важливий фактор підвищення якості їх продукції, соціальної відповідальності, збільшення прибутку та конкурентоспроможності. *Бізнес Інформ*. 2019. №12. С. 432–437. (Index Copernicus)

10. Новіков Д. Ф. Соціально відповідальний маркетинг в управлінні якістю та конкурентоспроможністю машинобудівної продукції. *Бізнес Інформ*. 2020. №1. С. 367–373. (Index Copernicus)

#### Розділи у колективних монографіях

11. Новиков Д. Ф. Условия создания конкурентоспособной машиностроительной продукции. *Технологии производства: проблемы и решения* : монографія. Днепр : ЛИРА, 2018. С. 459–490. (2 ум.-друк. арк. автора)

12. Новиков Д. Ф. Концепции технического перевооружения предприятий в современных условиях. *Современные технологии и техническое перевооружение предприятий* : монографія. Днепр : ЛИРА, 2018. С. 341–373. (1,94 ум.-друк. арк. автора)

#### Публікації за матеріалами конференцій

13. Новіков Д. Ф. Взаємозв'язок підрозділів промислового підприємства та підготовка персоналу. *Фізичні та комп'ютерні технології* : матеріали ХХІІ Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 7–9 грудня 2016. Дніпропетровськ : ЛІРА, 2016. С. 408–411.

14. Новиков Д. Ф. Социально-ответственный маркетинг на потребительском и промышленном рынках продукции. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я* : тези доповідей ХХV

міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2017, 17–19 травня 2017 р., у 4 ч. / за ред. проф. Сокола Є. І. Харків : НТУ "ХПІ". Ч. 4. С. 242.

15. Новіков Д. Ф. Соціально-відповідальний маркетинг на промисловому ринку. *Матеріали Міжнародної наукової конференції "Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця"* : тези доповідей, 1–2 червня 2017 р. Харків : ХНЕУ імені Семена Кузнеця, 2017. С. 387–389.

16. Новиков Д. Ф. Совершенствование технологий производства на основе внедрения инструментального менеджмента. *Новые и нетрадиционные технологии в ресурсо- и энергосбережении* : матеріали міжнародної науково-технічної конференції, г. Одеса, 20–22 вересня 2017 г. Одеса : ОНПУ, 2017. С. 101–104.

17. Новиков Д. Ф. Социально ответственный маркетинг на рынке инжиниринговых услуг. *Фізичні та комп'ютерні технології* : матеріали ХХІІІ Міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 21–22 грудня 2017. Дніпро : ЛІРА, 2017. С. 217–220.

18. Новиков Д. Ф. Социальная безответственность машиностроительных предприятий и их маркетинга при заключении контрактов. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця»* : тези доповідей, 31 травня – 1 червня 2018 р. – Харків : ХНЕУ імені Семена Кузнеця, 2018. С. 111–112.

19. Новиков Д. Ф. Социально-ответственный маркетинг при техническом перевооружении машиностроительного предприятия. *Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції докторантів, молодих учених та студентів, м. Харків, 27 квітня 2018 року. Харків : Видавництво "Лідер", 2018. С. 1999–2002.

20. Новиков Д. Ф. Социально-ответственный маркетинг при техническом перевооружении машиностроительного предприятия. *Економічний розвиток України в контексті впровадження прогресивних інформаційних технологій та*



*систем управління* : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 25 лютого 2019 р.) / Відпов. за вип. С. Остапчук. Київ : ТОВ "ВІПО", 2019. С. 191–194.

21. Новиков Д. Ф. Социально-ответственный маркетинг в машиностроении. *Новые и нетрадиционные технологии в ресурсо- и энергосбережении* : Материалы международной научно-технической конференции, г. Одесса, 16–18 мая 2019 г. Одесса : ОНПУ, 2019. С. 117–119.

22. Орлов П., Новіков Д. Соціально-відповідальний маркетинг при модернізації машинобудівних підприємств. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця"* : тези доповідей, 30–31 травня 2019 р. Харків : ДІСА ПЛЮС, 2019. С. 111–112. (0,04 ум.-друк. арк. автора). *Особистий внесок здобувача: обґрунтовано шляхи виходу машинобудівного підприємства з кризового стану, які базуються на принципах соціально-відповідального маркетингу та здатні підвищити прибуток підприємства.*

2. Науковий рівень дисертації відповідає діючим вимогам пункту 12 Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою КМУ від 06.03.2019 р. № 167 – **всі наукові результати, що виносяться на захист і висвітлені у дисертації, одержані особисто здобувачем.** Дисертаційна робота є самостійно виконаною кваліфікаційною науковою працею, в якій викладено авторський підхід до розробки теоретичних і методичних положень та рекомендацій з управління прибутком промислового підприємства на основі дотримання принципів соціально-відповідального маркетингу.

У дисертаційній роботі особисто автором розвинений понятійно-категоріальний апарат соціально-відповідального маркетингу, прибутку промислового підприємства, собівартості та якості виготовленої продукції; удосконалено концепцію соціально-відповідального маркетингу щодо розвитку

економічної системи держави шляхом посилення законодавчої бази держави та підвищення рівня підготовки молодих фахівців, здатних організувати і виготовляти конкурентоспроможну і прибуткову продукцію; уточнено класифікацію соціально-відповідального маркетингу і додано новий класифікаційний чинник – причини порушень; удосконалено методіку управління економічними показниками діяльності промислового підприємства за рахунок підвищення якості продукції та продуктивності праці; удосконалено модель управління прибутком промислового підприємства з урахуванням показника якості продукції, що забезпечує вимоги соціально-відповідального маркетингу, ціни та витрат на виготовлення продукції; удосконалено методичний підхід до проведення модернізації на промисловому підприємстві під час виведення його з кризового стану; обґрунтовано практичні рекомендації з підвищення прибутку промислового підприємства з обов'язковим дотриманням принципів соціально-відповідального маркетингу.

Усі результати, які винесено автором на захист, отримані самостійно і містяться в опублікованих роботах. У роботах, опублікованих у співавторстві, використані тільки ті ідеї, положення та розрахунки, які є результатом особистих наукових пошуків. Особистий внесок дисертанта у колективній науковій роботі конкретизовано у списку праць здобувача, наведеному вище.

**3. Загальний висновок.** Подана на рецензування дисертаційна робота «Соціально-відповідальний маркетинг в управлінні прибутком промислового підприємства» здобувача Новікова Дмитра Федоровича відповідає вимогам до дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора філософії, а саме вимогам пунктів 9, 10, 11 і 12 Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою КМУ від 06.03.2019 р. № 167.

Автор роботи, Новіков Дмитро Федорович, може бути представлений до публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації на здобуття ступеня

доктора філософії в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 075 «Маркетинг».

**4. Рішенням фахового семінару, проведеного на розширеному засіданні кафедри економіки і маркетингу (протокол № 1 від 19.08.2020 р.), УХВАЛИЛИ:**

1. Визнати, що дисертаційна робота «Соціально-відповідальний маркетинг в управлінні прибутком промислового підприємства» здобувача Новікова Дмитра Федоровича відповідає спеціальності 075 – «Маркетинг».

2. Визнати, що Новіковим Дмитром Федоровичем опубліковано по темі дисертації 22 наукові праці, які розкривають основний зміст дисертації, відображають наукову новизну отриманих результатів і відповідають вимогам пунктів 11 і 12 Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою КМУ від 06.03.2019 р. № 167.

3. Визнати, що дисертаційна робота «Соціально-відповідальний маркетинг в управлінні прибутком промислового підприємства» здобувача Новікова Дмитра Федоровича відповідає вимогам, що ставляться до дисертації на здобуття наукового ступеня доктора філософії, а саме вимогам пунктів 9, 10, 11 і 12 Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою КМУ від 06.03.2019 р. № 167.

4. Рекомендувати вченій раді університету розглянути у якості опонентів за дисертацією Новікова Дмитра Федоровича на тему «Соціально-відповідальний маркетинг в управлінні прибутком промислового підприємства» таких учених:

Окландер Михайло Анатолійович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, Одеський національний політехнічний університет, Міністерство освіти і науки України.

Райко Діана Валеріївна, доктор економічних наук, професор кафедри економічної кібернети та маркетингового менеджменту, Національний Технічний Університет «Харківський Політехнічний Інститут», Міністерство освіти і науки України.

5. Рекомендувати дисертацію Новікова Д.Ф. на тему «Соціально-відповідальний маркетинг в управлінні прибутком промислового підприємства» до публічного захисту у спеціалізованій вченій раді за спеціальністю 075 «Маркетинг» після її утворення рішенням МОН України та опублікування на сайті МОН України відповідного наказу.

#### Рецензенти:

д. е. н., професор,  
завідувач кафедри обліку  
і бізнес-консалтингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця



**А.А. Пилипенко**

к. е. н., доцент,  
доцент кафедри економіки і маркетингу  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця



**Т.І. Притиченко**

**21.08.2020 р.**

Підписи засвідчую:  
Начальник відділу кадрів  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця



**Л. В. Могилевська**