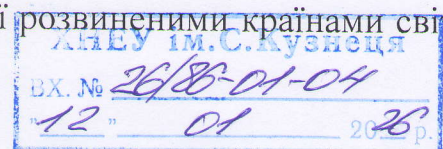


Відгук опонента
на дисертацію Ястремської Олеси Олександрівни на тему
«Стратегування розвитку підприємств в умовах економіки
вражень», подану на здобуття наукового ступеня доктора
економічних наук за спеціальністю 08.00.04 - економіка та
управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

Актуальність теми дослідження та її зв'язок із науковими
програмами, планами і темами

В умовах складних сучасних реалій воєнних дій, перебігу й розповсюдження світових соціально-економічних трендів, підприємства України вимушені шукати нові ефективні моделі економічних відносин і методи довгострокового управління, які були б здатні забезпечувати зростання прибутку і доданої вартості. Трансформація споживчих вподобань та зростання питомої ваги емоційно-орієнтованих продуктів вимагають від підприємств приділення суттєвої уваги коригуванню стратегічного управління майбутніх напрямів свого розвитку: поступової відмови від традиційного товарно-послугового підходу і переходу до нового – актуалізації корисності від споживання, вражень як основного джерела зростання доданої вартості, що притаманно економікам розвинутих країн світу. Про необхідність пошуку і впровадження нових прогресивних економічних моделей та методів управління наголошується у Постанові Кабінету Міністрів України від 30 квітня 2024 р. № 476 «Про затвердження переліку пріоритетних тематичних напрямів досліджень і науково-технічних розробок на період до 31 грудня року, наступного після припинення або скасування воєнного стану в Україні» за пріоритетним напрямом прогнозування актуальних викликів і загроз розвитку економіки та її галузей на середньо- та довгострокову перспективи. До таких економічних моделей і методів відносяться економіка вражень та стратегування як напрям стратегічного управління, що є визнаними і використовуються багатьма підприємствами економічно розвинутих країнах Європи та світу.

Концепція економіки вражень підтверджує стійку тенденцію до можливості створення джерел підвищення прибутку на основі удосконалення репутації підприємства, активізації віртуальних комунікацій зі споживачами, покращення позиціонування по відношенню до конкурентів, налагодження співпраці з потенційними партнерами й іншими стейкхолдерами. Багаторічний досвід застосування цієї концепції розвиненими країнами світу



свідчить, що вона виходить за межі окремих галузей і стає універсальною моделлю створення цінності у сучасній економіці на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях. Водночас соціально-економічні виклики, що притаманні економіці України в умовах воєнного стану, пов'язані з втратою активів, зміною характеру попиту споживачів, руйнуваннями та ресурсними обмеженнями, підсилюють потребу в адаптованих інструментах стратегування розвитку підприємств, які мають спиратися на провідний світовий досвід функціонування економіки на базі сучасної моделі економіки вражень.

Таким чином, дослідження стратегування розвитку підприємств у контексті економіки вражень є нагальним як з теоретичної, так і з прикладної точки зору, оскільки дозволяє розробити методологію, що забезпечить стійкість, конкурентоспроможність та сприятиме інноваційному розвитку підприємств. Зважаючи на викладене, тему дисертаційної роботи Ястремської О. О. слід вважати актуальною в сучасних реаліях розвитку українських підприємств.

Актуальність теми дисертації та отриманих результатів дослідження дисертаційної роботи підтверджується їх використанням у науково-дослідних роботах (НДР) держбюджетної та госпдоговірної тематики Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця. За фундаментальною НДР «Забезпечення інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання державного сектору економіки в умовах воєнного та повоєнного стану» (№ д. р. 0123U10201) визначено основні пріоритетні характеристики інноваційного розвитку економіки України та обґрунтовано доцільність використання моделі економіки вражень як найбільш перспективної для розвитку підприємств в сучасних умовах. У НДР «Інноваційний розвиток підприємства в умовах воєнного та повоєнного часу» (№ д. р. 0124U004317) визначено атрактивність підприємств для їх інноваційного розвитку в умовах економіки вражень. В рамках виконання НДР «Методологічні засади стратегування розвитку підприємства в умовах війни та повоєнного відновлення» (№ д. р. 0124U003506) здійснено хронологічне узагальнення сутності і розвитку процесу стратегування діяльності підприємств; обґрунтовано зміст етапів стратегування інноваційного розвитку підприємств та їх особливості за моделлю економіки вражень. У НДР «Управління функціональними сферами діяльності підприємства» (№ д. р. 0123U102549) розроблено пропозиції з управління інвестуванням у персонал підприємства в процесі інноваційної діяльності; запропоновано стратегії розвитку підприємства. Згідно з НДР «Управління ефективністю діяльності суб'єкта

господарювання» (№ д. р. 0120U104234) розроблено методичний підхід до визначення економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання за суб'єктивною емоційною складовою. За НДР «Управління інвестиційною, інноваційною та логістичною діяльністю підприємства» (№ д. р. 0114U006413) визначено напрями та об'єкти інвестування в інноваційний розвиток суб'єктів господарювання. В процесі виконання наведених НДР Ястремська О.О. виконувала функції керівника досліджень, відповідального виконавця, молодшого наукового співробітника, що підтверджують довідки, наведені у додатках дисертації.

Таким чином, наведені аргументи свідчать про органічний зв'язок теми дисертації з науковими дослідженнями, підтверджують актуальність, наукову та прикладну цінність важливість завдань, які вирішені у дисертації, зацікавленість підприємств у результатах дослідження з метою їх прикладного використання.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків й рекомендацій, сформульованих в дисертації та їх достовірність

Представлені в дисертаційній роботі наукові положення, висновки та рекомендації є методологічно й методично обґрунтованими, мають високий рівень обґрунтованості й достовірності, пройшли необхідну апробацію. У процесі роботи над дисертацією Ястремською О. О. було використано класичне та новітнє теоретико-методологічне підґрунтя економіки підприємств, менеджменту, стратегічного управління, стратегування, наукові публікації зарубіжних і вітчизняних дослідників з проблематики стратегування та економіки вражень. Про це свідчить кількість наведених за розділами списків оброблених та опублікованих дисертанткою літературних джерел, до складу яких включені як монографії, так і сучасні періодичні публікації найбільш відомих, визнаних професіоналами прогресивних міжнародних наукометричних баз Scopus та Web of Science за останні роки, наприклад з 2023 р. по 2025 р.

Для отримання результатів, що мають наукову новизну, застосовано широкий спектр загальнонаукових та спеціальних методів наукового пізнання, а також сучасні програмні продукти в сфері економіко-математичного моделювання й прогнозування.

Зокрема, бібліометричний та контент-аналіз (с. 236 – 247, 425 – 428), використано для обґрунтування понятійно-категоріального апарату симбіозу стратегування та економіки вражень, а також поняття форсайту. Аналіз, синтез, абстрагування, теоретичне узагальнення, структурно-логічний,

системний і комплексний підходи застосовано для формування гіпотез дисертації (с. 254), виявлення суперечностей стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень (с. 88 – 92), формування його парадигми (с. 255-266) і науково-методологічного підходу (с. 270 – 283), уточнення сутності складових цифрової трансформації зовнішнього і внутрішнього середовищ (с.297 – 311). Положення теорії нечітких множин використано для побудови стратегічного вектору позиціонування стратегій (с. 453 – 455). Ресурсний підхід, підходи ключових факторів успіху та динамічних компетентностей – для формування й реалізації етапів науково-методологічного підходу до стратегування розвитку підприємств (с. 270 – 283).

Кластерний аналіз застосовано для групування країн за рівнем розвитку економіки вражень та визначення регіонів, найбільш просунутих у цифровій трансформації (с. 149 – 151).

Багатофакторна регресія використана для виявлення факторів впливу на глобальний інноваційний індекс (с. 108 – 110). Багатовимірний факторний аналіз використано для визначення показників атрактивності, репутації підприємств (338 – 341, 379 – 381), як і нейронні мережі (с. 341 – 350), та метод інтегрального таксономічного показника розвитку. Всі раніше перелічені методи (с. 333 – 350) та метод адитивної згортки (с. 336) – для оцінювання нелінійності впливу зовнішніх і внутрішніх факторів у реаліях VUCA- та BANI-світів та визначення чутливих індикаторів для ухвалення управлінських рішень у стратегуванні розвитку підприємств.

Матричний метод застосовано для позиціонування підприємств, їх стратегій розвитку, бізнес-переговорів, Agile технологій (с. 277), метод золотого перетину – для визначення інтервалів вісей матриць позиціонування (с. 277 – 279). Експертні методи використано для кількісного оцінювання репутації підприємств, визначення пріоритетності бізнес-стратегій в інформаційно-комунікаційному вражень (с.433 – 446) та організаційному форсайті (с. 444 – 445).. Методи інтегрального таксономічного показника розвитку та прогнозування на основі кривих зростання – для оцінки й прогнозування тенденцій атрактивності та репутації підприємств як результатів раціональних та емоційних вражень стейкхолдерів (с. 385 – 386, 409 – 411). Графічний метод застосовано для візуалізації результатів.

Інформаційну базу дисертації сформуvalи нормативні документи з питань регулювання економічних відносин і стратегічного управління на різних рівнях господарювання, офіційні статистичні дані з баз Державної служби статистики України, НБУ, Міністерства фінансів України, Всесвітнього економічного форуму, Світового банку, Європейського банку

реконструкції і розвитку, Організації економічного співробітництва і розвитку; дані звітності, оприлюднені на офіційних підприємств, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, публікації періодичних видань, в тому числі ті, що включені до міжнародних наукометричних баз Scopus та Web of Science за останні три роки, ресурси мережі Інтернет, результати самостійних досліджень автора.

Якість використаних статистичних даних за такими параметрами, як кількість об'єктів та точок спостережень, повнота відображення усіх аспектів досліджуваних явищ, відкритість для перевірки, повністю відповідають вимогам застосованих у дослідженні методів, що підтверджує достовірність, коректність й адекватність їх вибору й реалізації та практичну цінність наукових результатів дисертації, винесених на захист. Застосовані методи відповідають об'єкту і предмету дисертації, коректно використані щодо дотримання умов оброблених первинних даних за їх кількістю для отримання достовірних результатів, про що свідчать лістинги, наведені у додатках А - В. Так, наприклад кількість точок дослідження за багатовимірним факторним аналізом є у два рази більшою, ніж кількість показників, кількість точок спостереження за методом нейронних мереж налічує за кожним показником 60 значень та ін.

Для оброблення та аналізу інформації, візуалізації наукових зв'язків і узагальнення результатів дослідження використовувалося програмне забезпечення VOSviewer v.1.6.10, Google Forms, Microsoft Excel, Statistica, Statgraphics Centurion та Jira, що дозволило Ястремській О.О. зробити власний вагомий внесок у розвиток теорії та методології стратегічного управління розвитком підприємств в умовах економіки вражень з урахуванням особливостей воєнного стану України та майбутнього повоєнного соціально-економічного відновлення та довести теоретико-методологічні розробки до рівня конкретних рекомендацій, що враховують специфіку сучасного етапу розвитку світової економіки, економіки України та підприємств за окремими видами економічної діяльності.

Виходячи з викладеного вище, використаний в дисертації комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження та програмних продуктів є широко розгалуженим, що дозволяє охарактеризувати дисертацію Ястремської О. О. як методологічно глибоку наукову працю, що має вагомий внесок у розвиток провідних теорій та концепцій економіки підприємств, менеджменту, стратегічного управління, стратегування, економіки вражень, управління розвитком підприємств.

Таким чином, викладені доведення підтверджують достовірність й обґрунтованість наукових положень, висновків і практичних рекомендацій

дисертаційної роботи та є повно викладеними, що підтверджує високий рівень наукової та практичної значущості проведеного дослідження.

Основні наукові результати різного рівня наукової новизни, що виносяться на захист та їх науково-практична цінність

У дисертації Ястремської О. О. вирішена комплексна наукова проблема з обґрунтування і розроблення теоретико-методологічного, методичного й науково-практичного підґрунтя стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень. Основні положення наукової новизни можливо охарактеризувати таким чином.

1. Вперше в роботі системно сформовано та теоретично обґрунтовано систему понять, що складають понятійно-категоріальний апарат економічних відносин у межах економіки вражень і процесу стратегування розвитку підприємств, що охоплює ключові дефініції, зокрема економіку вражень, стратегування, стратегію, менеджмент і стратегічний менеджмент, розвиток та вплив, раціональні й емоційні враження, досвід, задоволення і поведінку, бренд і репутацію, соціальні мережі, додаткову (віртуальну) реальність, соціальну орієнтацію, інновації та креативність, форсайтинг, організацію, інформацію, комунікації, трансформацію та діджиталізацію (с. 231 - 246.).

Науково-практична цінність результату полягає у його використанні для формування теоретичного, методологічного та методичного забезпечення ухвалення управлінських рішень з обґрунтування, формування і вибору стратегій розвитку та резильєнтності підприємств в нестабільних воєнних умовах господарювання з урахуванням спільної корисності, збагаченні та розширенні понять економіки вражень та стратегування.

2. Вперше сформовано парадигму стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень, яка ґрунтується на системному використанні теорій діалектики, розвитку, управління, менеджменту, економіки підприємств, інновацій, комунікацій, інформаційної взаємодії, вражень, брендингу, форсайтингу; загальних та спеціальних принципах, що характеризують взаємовідносини між суб'єктами внутрішнього та зовнішнього середовищ підприємств в процесі стратегування їх розвитку на основі спільного співставлення й одночасного врахування раціональних та емоційних вражень (с. 251 – 267).

Науково-практична цінність результату полягає в створенні нового методологічного інструментарію для формування стратегій на основі поєднання раціональних і емоційних вражень, що дозволяє системно враховувати економічні, соціальні, психологічні, культурні, організаційні,

комунікаційні та інноваційні чинники у стратегуванні та підвищує ефективність управлінських рішень і адаптивність розвитку підприємств до сучасних воєнних умов та умов економіки вражень.

3. Вперше розроблено цілісний науково-методологічний підхід до формування стратегій розвитку підприємств, що інтегрує емоційну та раціональну складові економіки вражень у контексті сучасних безпекових викликів та існуючих стратегічних пасток і передбачає поетапне використання основних підходів: ресурсного, ключових факторів успіху, динамічних компетентностей. Для підвищення точності ухвалення управлінських рішень інтегровано математичний апарат «золотого перетину», багатовимірний факторний аналіз, метод нейронних мереж, експертні методи, метод золотого перетину за різними функціями об'єктів, матричний підхід, механізми інформаційно-комунікаційного та організаційного Agile-форсайту для гнучкого управління формуванням стратегій розвитку (с. 270 - 283).

Науково-практична цінність результату спрямована на забезпечення підприємств дієвим інструментарієм стратегування, що робить можливим формування обґрунтованих стратегічних рішень, підвищення ефективності бізнес-комунікацій і адаптивності підприємств до мінливих умов воєнної і трансформаційної світової економіки вражень.

4. Вперше розроблено систему суперечностей розвитку підприємств в процесі стратегування в умовах економіки вражень, яка враховує зміни у світових і вітчизняних економічних відносинах, характер впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємств, ресурсе забезпечення, відносини зі стейкхолдерами, особливості стратегічного планування переговорів з точки зору раціональних та емоційних складових, гнучкі технології управління командами фахівців підприємства (с. 88 – 90, 92).

Науково-практична цінність результату міститься в тому, що запропонована система суперечностей дозволяє підприємствам глибше усвідомити драйвери та бар'єри свого розвитку, виявити стратегічні розриви та зони потенційного зростання, а також створює підґрунтя для більш точного проєктування стратегій, здатних збалансувати раціональні ресурси та емоційно-репутаційні чинники, підвищуючи результативність управлінських рішень і успішність взаємодії зі стейкхолдерами в умовах економіки вражень.

5. Удосконалено еволюційний розподіл хронології процесу стратегічного управління з виділенням стратегування, яке враховує зміни у теоретичному підґрунті менеджменту, економіко-математичних методах для ухвалення стратегічних рішень, стратегічному плануванні, необхідність

трансформації співпраці розробників стратегій в організаційних структурах підприємств з наближенням до гнучкого управління, психологічні особливості сприйняття існуючих реалій (с. 59 – 64).

Науково-практична цінність результату полягає у забезпеченні більш точного відбору методів та інструментів, релевантних конкретним умовам розвитку підприємства та рівню складності зовнішнього середовища, виходячи з особливостей кожного еволюційного етапу.

6. На основі визначення найбільш важливих характеристик та суттєвих драйверів, що визначають майбутні тенденції та спрямованість у процесі стратегування, удосконалено тлумачення сутності понять «розвиток», «інноваційний розвиток»; удосконалено класифікацію видів розвитку шляхом введення ознаки «за рушійними силами перебігу», а також уточнення видів розвитку «за спрямованістю змін» (с. 90 – 92, 90 – 91).

Науково-практична цінність результату підтверджується створенням теоретико-методологічної основи для більш глибокого та системного розуміння природи змін, які відбуваються з підприємствами у сучасних умовах економіки вражень для точнішої діагностики стратегічного стану підприємств, вибору релевантних інструментів стратегування, здатних гармонійно поєднувати раціональні та емоційні рушійні сили розвитку.

7. Удосконалено методологію оцінювання взаємного впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовищ, адаптовану до умов функціонування підприємств у нестабільних VUCA та BANI світах, яка забезпечує виокремлення критичних показників розвитку (від фінансових до інформаційно-інноваційних) через застосування сучасного апарату багатовимірної факторної аналізи та нейронних мереж (с. 333 – 345, 350)

Науково-практична цінність результату міститься у формуванні інструментарію, який дозволяє точно визначати найчутливіші показники впливу середовищ на діяльність підприємства та своєчасно їх змінювати для уточнення або наближення, в разі відхилення, від стратегічної траєкторії розвитку підприємств.

8. Удосконалено методичний підхід до формування стратегій переговорів як ключового інструменту інформаційно-комунікаційного форсайту в економіці вражень, який базується на отриманні унікальних комбінацій стратегій взаємодії підприємства зі стейкхолдерами у квадрантах матриці, координати якої визначаються за інтегральними таксономічними показниками розвитку атрактивності (раціональний аспект) та репутації (емоційний аспект) підприємства, що дозволяє диференціювати пріоритетність застосування конкретних стратегій переговорів - від співробітництва та компромісу до маніпуляції чи домінування - залежно від

досягнутих підприємством рівнів розвитку атрактивності та репутації (с. 468 - 501).

Науково-практична цінність результату полягає в розробленій матриці для позиціонування стратегій переговорів із стейкхолдерами, яка дозволяє врахувати різні якісно-кількісні рівні розвитку атрактивності та репутації підприємств і запропонувати унікальні комбінації стратегій переговорів, виходячи з їх пріоритетності для кожного квадранту матриці.

9. Удосконалено методичний підхід до організаційного форсайту з вибору Agile-технологій у процесі стратегування розвитку підприємств, який шляхом послідовного визначення пріоритетного набору гнучких технологій на основі експертних рейтингів дозволяє одержати унікальні комбінації Agile-технологій для кожного квадранту матриці, сформованої за інтегральними таксономічними показниками розвитку атрактивності та репутації підприємства й, на цій основі, врахувати як економічні, технологічні й технічні переваги інструментів, так і практичний досвід команд розробників стратегій для здійснення успішного стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень (с. 502 - 530).

Науково-практична цінність результату підтверджується здатністю формувати ексклюзивний набір Agile технологій при обґрунтуванні стратегій за якісними рівнями раціональних і емоційних вражень стейкхолдерів щодо результатів господарювання та потенційних можливостей підприємств в процесі стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень.

10. Уточнено та доповнено змістовне наповнення концепту «враження» в умовах економіки вражень, що дозволило розширити теоретико-методологічну базу стратегування за рахунок уточнення ключових функцій і властивостей вражень, що мають критичне значення для їх практичного використання в менеджменті, а саме: динамічність, домінантність, адаптивність, упередженість, ірадивність, амбівалентність та атрактивність; розширено класифікацію видів вражень стейкхолдерів через врахування реалій воєнного стану, за такими ознаками, як сутність та змістовне наповнення (с. 392, 395 – 396).

Науково-практична цінність результату міститься у ідентифікації актуальних функцій і властивостей вражень, таких як динамічність, домінантність, адаптивність, упередженість, атрактивність тощо за теоретично обґрунтованими і практично значущими у воєнний час ознаками.

11. Удосконалено методичний підхід до визначення репутації підприємств, ключовою особливістю якого є використання спектра вражень за класифікаційною ознакою їх змістовності з урахуванням особливостей сприйняття вражень в умовах воєнного періоду, що, враховуючи погляди

експертів, дозволяє трансформувати суб'єктивні уявлення стейкхолдерів у кількісний прояв, який характеризує загальний інтегральний таксономічний показник розвитку репутації (с. 400 – 411, 416).

Науково-практична цінність результату підтверджується використанням класифікаційної ознаки змістовності та її кількісного вимірювання на основі експертних оцінок та інтегрального таксономічного показника розвитку репутації підприємства за практично значущими у воєнний час видами вражень, що наблизить уявлення стейкхолдерів до реального стану підприємства та його вимірювання в умовах сучасних реалій, що доцільно враховувати для коригування стратегічних планів підприємств, що забезпечать успішність стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень.

12. Через діалектичну взаємодію зовнішнього та внутрішнього середовищ у парадигмі економіки вражень удосконалено тлумачення сутності найбільш значущих (критичних) складових цифрової трансформації в системі стратегування підприємств, особливості яких полягає в ідентифікації специфічних видів вражень, які ці складові формують у стейкхолдерів, що дозволяє інтегрувати суб'єктивні реакції у стратегічні напрями розвитку підприємства; удосконалено тлумачення внутрішнього середовища підприємства крізь призму впровадження смарт-технологій, диференційованих за масштабом розповсюдження: від точкової автоматизації окремих функціональних сфер до масового охоплення цифровими комунікаціями з урахуванням можливостей ІІІ (с. 297 – 306; 307 – 311).

Науково-практична цінність результату полягає у виділенні видів вражень, які зазначені складові викликають у стейкхолдерів, і використанні їх у стратегуванні зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємств з виокремленням цифрових технологій їх смарт-розвитку в залежності від масштабів розповсюдження в процесі формування стратегій підприємств в умовах економіки вражень. Спираючись на види вражень, які здатні генерувати критичні складові цифрової трансформації підприємства можуть встановлювати взаємозв'язок з територіальними громадами, робити більш привабливими результати господарської діяльності та підвищувати рівень життя і якості життя людських ресурсів, їх соціальну згуртованість.

13. Дістало подальшого розвитку визначення поняття стратегування як багатогранної категорії, змістовне наповнення якої розширено від традиційної функції планування до цілісного способу стратегічного мислення про майбутній стан підприємства. Такий підхід базується на комплексному врахуванні особливостей економіки вражень, де стратегічний процес

адаптується до об'єктивних ринкових реалій та суб'єктивних очікувань стейкхолдерів, а також враховує авторську послідовність етапів стратегування, що передбачає інтеграцію специфіки економіки вражень у кожен структурний елемент формування стратегій (с. 72 – 76).

Науково-практична цінність результату міститься в формуванні розширеної концепції стратегування, яка інтегрує особливості економіки вражень у послідовність етапів стратегічного розвитку підприємства та забезпечує інструментарій для більш точного прогнозування, форсайтингу й розроблення ефективних стратегічних планів з урахуванням чутливих показників взаємодії внутрішнього і зовнішнього середовищ.

14. Дістав подальшого розвитку методичний підхід до визначення атрактивності підприємств як фундаментальної основи формування раціональних вражень у процесі стратегування їхнього розвитку. Наукова новизна підходу полягає у розробці системи часткових та інтегрального таксономічного показника розвитку, які відображають результативність інноваційних та інвестиційних процесів, а також у тлумаченні інноваційно-інвестиційної активності як ключової умови стратегічного розвитку та в оцінюванні ефективності віддачі від використання матеріальних, фінансових і людських ресурсів.

Науково-практична цінність результату полягає в обґрунтованій системі інтегрального таксономічного показника розвитку атрактивності, що враховує обґрунтовані з використанням багатовимірною факторного аналізу часткових показників, які характеризують результати перебігу інноваційних, інвестиційних процесів і досягнуту віддачу від використання економічних ресурсів. Розрахований рівень атрактивності підприємств здатний точно враховувати їх досягнуті раціональні характеристики для розроблення стратегічних планів та стратегій розвитку підприємств в умовах економіки вражень, що сприятиме зростанню їх прибутку і доданої вартості більш швидкими темпами.

15. Дістала подальшого розвитку класифікація моделей інформаційної взаємодії підприємств в умовах економіки вражень в рамках процесу стратегування, що базується на теоретично обґрунтованих і практично значущих ознаках, які дозволяють типізувати комунікаційні процеси за такими критеріями, як сутність вражень, рівень їх стереотипізації, якість, тривалість тощо.

Науково-практична цінність результату підтверджується систематизацією теоретично обґрунтованих та практично релевантних ознак інформаційної взаємодії підприємств, що дозволяє підвищити точність формування та вибору стратегій, оптимізувати організацію переговорних

процесів у межах інформаційно-комунікаційного форсайту та забезпечити більш ефективне стратегування розвитку підприємств при позиціонуванні стратегій інформаційної взаємодії у матриці підприємств та стратегій, яка є стрижнем науково-методологічного підходу стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень та об'єднує всі види стратегій: розвитку, переговорів (інформаційно-комунікаційного форсайту), гнучких технологій управління (організаційного форсайту), поведінки підприємств і стейкхолдерів, інформаційної взаємодії.

Таким чином, елементи наукової новизни дисертаційної роботи Ястремської О. О. охоплюють теоретичні, методологічні, методичні та практичні аспекти стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень. Їх доцільно підтвердити як за змістом, так і за заявленим рівнем новизни «вперше», «удосконалено», «дістали подальшого розвитку».

Теоретичні переваги наукових результатів дисертації полягають у формуванні цілісної, логічно узгодженої та концептуально нової теоретико-методологічної платформи розвитку теорій стратегічного управління розвитком підприємств в умовах економіки вражень.

Практична цінність одержаних результатів полягає у створенні прикладного інструментарію стратегування, орієнтованого на функціонування підприємств у надзвичайно мінливих, ризикогенних та ресурсно обмежених умовах воєнного стану, а також у процесі повоєнного відновлення та структурної трансформації економіки України. Запропоновані методичні підходи дають змогу підприємствам оперативно ідентифікувати критичні загрози та можливості, прогнозувати траєкторії розвитку, вибудовувати ефективні комунікації зі стейкхолдерами, формувати обґрунтовані стратегії переговорів і забезпечувати гнучке управління персоналом на основі Agile-технологій. У повоєнний період результати можуть бути використані для підвищення атрактивності, відновлення та зміцнення репутації підприємств, розвитку інноваційної та цифрової спроможності, а також для формування стратегій сталого зростання, резильєнтності, розвитку, що враховують як раціональні ресурси, так і емоційно-репутаційні чинники економіки вражень. Цінність результатів підтверджується їх впровадженням у діяльність органів регіонального управління і місцевого самоврядування, підприємств харчової промисловості, машинобудування і металообробки, закладів вищої освіти.

**Теоретична і методологічна цінність, практична значущість
результатів дисертаційної роботи**

Теоретична й методологічна цінність дисертації Ястремської О. О. полягає в тому, що розроблена в роботі парадигма стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень, методологічно-обґрунтована система суперечностей розвитку підприємства в контексті економіки вражень, методологія оцінки взаємовпливу внутрішнього й зовнішнього середовищ підприємств, сформований категоріальний апарат економічних відносин економіки вражень та процесу стратегування у симбіозі формують комплексну наукову основу для ефективного науково-методичного інструментарію стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень з урахуванням особливостей повоєнного відновлення України.

Теоретичну значущість мають такі наукові результати: понятійно-категоріальний апарат економічних відносин економіки вражень та процесу стратегування; парадигма стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень; науково-методологічний підхід до стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень; система суперечностей розвитку підприємств в процесі стратегування в умовах економіки вражень; еволюція хронології процесу стратегічного управління з виділенням стратегування; методологія визначення переважних чутливих показників взаємного впливу сучасних внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємств; класифікація моделей інформаційної взаємодії підприємств в умовах економіки вражень; тлумачення сутності низки понять, що характеризують різні аспекти стратегування розвитку підприємств та його уточнені за послідовністю і змістом етапи в умовах економіки вражень та цифрової трансформації; визначення і класифікація видів розвитку за доданими ознаками.

Практична цінність отриманих результатів полягає у розробленні комплексного інструментарію для стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень, зокрема методичної підтримки прийняття рішень на основі визначення найчутливіших показників внутрішнього та зовнішнього середовищ, кількісного визначення атрактивності (раціональна складова) та репутації (емоційна складова) підприємства, удосконалення стратегічного планування різних аспектів комунікацій та переговорів, а також важливих в сучасних умовах інструментів гнучкого управління та цифрової трансформації з урахуванням актуальних потреб адаптації підприємств до викликів війни та повоєнного соціально-економічного відновлення.

Практичну цінність містять наступні наукові результати: методичний підхід до визначення стратегій переговорів як основи інформаційно-комунікаційного форсайту в умовах економіки вражень; методичний підхід

організаційного форсайту до вибору Agile технологій в процесі стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень; методичний підхід до визначення репутації підприємств; методичний підхід до визначення атрактивності підприємств.

Усі наукові розробки теоретико-методологічного рівня, представлені в роботі, знайшли свій подальший розвиток у відповідних методичних підходах і практичних рекомендаціях та доведені до практичної валідації, таким чином дотримано логічний ланцюжок: методологія – методичні розробки – практичне впровадження та апробація, що дозволила автору дисертації – Ястремській О. О. - реалізувати комплексний ґрунтовний підхід, що охоплює всі етапи методології стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень.

Важливо підкреслити з точки зору практичної значущості результатів дисертації представлені у підрозділі 5.4 об'єднані в єдиний процес практичні організаційні пропозиції, що відповідають всім етапам науково-методологічного підходу, з використанням програмного продукту Jira, що доводить практичну цінність дисертації та її практичну спрямованість.

Представлені в роботі розробки та наукові результати є універсальними з точки зору наукової методології стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень й тому не потребують суттєвого адаптування до конкретних видів економічної діяльності у промисловому комплексі або сфері послуг.

Таким чином, можна зробити висновок, що результати дисертації розвивають теорії економіки підприємств та стратегування, наповнюючи їх змістовністю щодо нових складових, врахуванням умов воєнних дій та повоєнного відновлення, основних сучасних світових трансформаційних тенденцій та надаючи їм практичної спрямованості.

Повнота викладення результатів дисертації в наукових публікаціях

За результати дисертації зараховано 57 наукових праць, з яких автору належить 29,823 д.а., з них:

- 2 розділи у колективних монографіях;
- 22 наукових статі у наукових виданнях, які реферуються у міжнародних наукометричних базах Scopus та Web of Science (5 статей у виданнях, які мають квартіль Q3, що дозволяє їх зарахувати як 10 публікацій);
- 18 статей у вітчизняних наукових фахових виданнях категорії Б;

- 4 статті у зарубіжних наукових виданнях, що індексуються у міжнародних наукометричних базах,

Наукові результати дисертації пройшли апробацію на 4 Всеукраїнській та 10 міжнародних науково-практичних конференціях.

Таким чином, кількість, якість та обсяг наукових праць, опублікованих Ястремської О. О. за результатами дисертації, відповідають вимогам МОН України щодо повноти висвітлення результатів дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Дисертація містить конкретні та науково обґрунтовані наукові результати й висновки, що можуть бути винесені на захист. Мова написання дисертації та автореферату відповідає науковому стилю й вимогам літературної мови.

Відповідність дисертації визначеній спеціальності та встановленим вимогам МОН України

Оформлення, обсяг, логіка викладення матеріалів дисертації, її структура є традиційною та включає зміст, вступ, п'ять розділів, списки використаних джерел і додатки. Дисертацію викладено на 725 сторінках (30,2 авт. арк.). Обсяг основної частини дисертації становить 386 сторінок (16,08 авт. арк.), містить 71 рисунок (з них 11 займають 11 повних сторінок), 49 таблиць (з них 5 займають 8 повних сторінок). Списки літературних джерел за розділами (опційно) налічують 539 найменувань на 64 сторінках, 24 додатки на 227 сторінках. За структурою і оформленням дисертація відповідає вимогам МОН України, що затверджені наказом від 12.01.2017 р. № 40 зі змінами від 31.05.2019 р. Реферат за оформленням і обсягом відповідає встановленим вимогам до докторських дисертацій.

Зміст дисертації повністю розкриває мету і поставлені завдання дослідження. Дисертація Ястремської О.О. відповідає паспорту наукової спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), зокрема пунктам 1, 4, 16, 17, 18, 19, 20, 21.

Ідентичність змісту реферату і основних положень дисертації

Положення, рекомендації та висновки дисертації знайшли повне відображення в рефераті у відповідності з його встановленим обсягом. Результати дослідження, цифровий матеріал, висновки за результатами дисертаційної роботи, подані в рефераті, ідентичні положенням дисертаційної роботи.

Відповідність дисертації вимогам академічної доброчесності

Аналіз реферату, матеріалів дисертації та публікацій свідчить про відсутність фабрикації, фальсифікації, високий рівень унікальності представлених розробок автора, який зазначено у протоколі перевірки (92,0 %), його кількісне значення свідчить про академічну доброчесність автора, також підтверджує відсутність академічного плагіату у дисертаційній роботі.

Дискусійні положення і зауваження щодо змісту дисертації

В цілому слід зазначити, що за основними проаналізованими і наведеними положеннями, дисертація, реферат, публікації за дисертацією, заслуговують на позитивний відгук, оскільки вони повністю відповідають встановленим вимогам, аргументований аналіз яких представлено у цьому відгуку. Проте окремі положення доцільно уточнити, оскільки вони викликають питання і є дискусійними. До них відносяться такі.

1. При аналізі стійкого, сталого та інноваційного розвитку, представленому у підрозділі 1.3, авторкою наведено їх основне тлумачення та доведення важливості використання в сучасних умовах. А за інноваційним розвитком побудовано багатофакторну регресійну модель з виділенням позитивно та негативно діючих факторів. Проте можливо було б представити ознаки, за якими ці види розвитку можливо було б чітко відрізнити й ідентифікувати, і також побудувати багатофакторні регресійні моделі з ідентифікацією факторів впливу, що додатково дозволить органам управління звернути увагу на управління цими факторами в процесі формування стратегій розвитку територіальних громад.

2. У 2 розділі дисертації слід було б приділити увагу питанню законодавчого регулювання розвитку економіки вражень в Україні, оскільки це впливає на процеси стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень.

3. Авторка у 2 розділі дисертації здійснила глибоке обґрунтування методології стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень. Варто було б також візуалізувати їх взаємозв'язок та ієрархію підпорядкування між гіпотезами, суперечностями, понятійно-категоріальним апаратом, парадигмою, існуючими воєнними викликами і стратегічними пастками, науково-методологічним підходом, що б спростило сприйняття такого важливого матеріалу як методологія стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень, що представлена, обґрунтована і розроблена авторкою вперше.

4. Використання розгалужених економіко-математичних методів дослідження, особливо у 4 і 5 розділах дисертації, є обґрунтованим і доречним. Але розміщення результатів їх застосування переважно у додатках до дисертації дещо утруднює сприйняття і пояснення результатів. Вважаю, що доречно було б розмістити більше скріншотів результатів дослідження за цими розділами в основному тексті дисертації, можливо навіть на повні сторінки, що дозволило б не враховувати їх в основному тексті дисертації, але спростило порівняння результатів та їх опис.

5. Авторкою розроблено методичний підхід до визначення атрактивності підприємств як підґрунтя формування раціональних вражень в процесі стратегування розвитку підприємств, що передбачає розрахунок інтегрального таксономічного показника розвитку атрактивності підприємств. При цьому доцільно було б більш чітко визначити переваги саме такого методу оцінювання, проаналізувавши альтернативні варіанти (с. 377 – 382, 385 – 388).

6. Визначаючи узгодженість думок експертів в процесі інформаційно-комунікаційного та організаційного форсайтів, у дисертації визначено кількісні значення коефіцієнтів конкордації, які знаходяться у середньому інтервалі від 0,4 до 0,55 (с. 437, 443). Хоча розраховані фактичні значення коефіцієнтів Пірсона більше табличних, що свідчить про доцільність довіри до цих коефіцієнтів конкордації, все ж доречно було б більш ретельно підійти до відбору експертів, які прийняли участь в опитуванні з метою підвищення значень коефіцієнтів конкордації.

7. При обґрунтуванні практичних рекомендацій до організації стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень (с. 531-554) у доцільно було б більш чітко виокремити умови воєнного стану та повоєнного відновлення саме в контексті існуючих українських реалій з урахуванням сучасних тенденцій і спроб мирних переговорів.

Зазначені дискусійні положення та зауваження не впливають на позитивну оцінку наукової та прикладної значущості дисертації Ястремської О. О., а деякі з них можуть розглядатися як напрями подальших досліджень.

Загальний висновок щодо дисертації та її відповідності встановленим вимогам

Дисертаційна робота Ястремської О. О. на тему «Стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень» є завершеною науковою працею, що містить нові теоретико-методологічні, методичні та практичні

наукові результати, які є суттєвим науково-практичним внеском у розвиток теорії і методології стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень. У дисертації запропоновано, доведено й обґрунтовано вирішення важливої наукової проблеми стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень з урахуванням існуючих сучасних реалій.

Тема роботи є актуальною, усі наукові результати, положення наукової новизни, що винесені на захист, є в повній мірі обґрунтованими, достовірними і представленими у роботі та в рефераті в повному обсязі. Структура і зміст дисертації відповідають встановленим вимогам, забезпечують досягнення визначеної мети дослідження на основі вирішення всіх поставлених завдань. Публікації повно розкривають зміст положень наукової новизни, результатів і висновків дисертації. Їх кількість і якість є достатніми у відповідності з вимогами МОН України. Реферат дає повне уявлення про зміст і досягнуті та представлені у дисертації результати.

Дисертація не містить фальсифікації, фабрикації, її перевірка за унікальність довела високий відсоток самостійності та унікальності тексту, що становить 92% і підтверджує відсутність використання положень кандидатської дисертації Ястремської О. О.

Таким чином, на підставі аналізу дисертації, реферату та публікацій здобувачки, можна зробити висновок про те, що дисертація відповідає спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), діючим вимогам до кваліфікаційних праць, що подаються на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук згідно із «Порядком присудження та позбавлення наукового ступеня доктора наук», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 17 листопада 2021 року № 1197, які висуваються до докторських дисертацій, а її авторка – Ястремська Олеся Олександрівна – заслуговує на присудження наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

Опонент

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту та адміністрування
Хмельницького національного університету

Микола ЙОХНА

Підпис засвідчую
учений секретар Вченої ради
Хмельницького національного університету

Ольга ГОНЧАР



[Handwritten signature in blue ink]

[Handwritten signature in blue ink]