

ВІДГУК

опонента, доктора економічних наук, доцента

Шерстюка Романа Петровича

на дисертаційну роботу Ястремської Олеси Олександрівни

«Стратегування розвитку підприємства в умовах економіки вражень»,

яку подано до захисту в спеціалізовану вчену раду Д 64.055.01

у Харківському національному економічному

університеті імені Семена Кузнеця

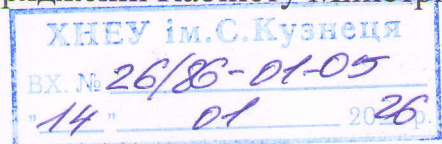
на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю

08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

1. Актуальність теми дисертаційної роботи та її зв'язок з науковими програмами, планами, темами

У сучасних умовах трансформації соціально-економічного простору, що визначаються складністю, нестабільністю, воєнними загрозами та швидкими змінами у поведінці споживачів, особливої ваги набуває проблема забезпечення стійких траєкторій розвитку підприємств. З огляду на зростаючу конкуренцію та ускладнення зовнішнього середовища традиційні моделі економічних відносин втрачають дієвість, що актуалізує потребу пошуку нових парадигм стратегічного управління. Однією з таких парадигм є економіка вражень, яка формується як провідна модель розвитку у багатьох розвинених країнах та орієнтується на створення високої споживчої цінності шляхом поєднання раціональних і емоційних компонентів економічної діяльності.

Україна, інтегруючись у європейський економічний та освітній простір, стикається з потребою осучаснення підходів до стратегічного планування на рівні підприємств відповідно до принципів, викладених у Державній стратегії регіонального розвитку на період до 2027 року, Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності до 2030 року, а також у Розпорядженні Кабінету Міністрів



України від 24 квітня 2019 р. № 265-р «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій», де підкреслюється значення креативності, досвіду та інновацій як ключових факторів конкурентоспроможності. В умовах війни та відновлення економіки питання стратегічного бачення та здатності підприємств адаптуватися до масштабних викликів набувають першочергового значення, що також відображено у Національній економічній стратегії на період до 2030 року, де акцентовано на необхідності розвитку нових бізнес-моделей та орієнтації на підвищення доданої вартості виробництва продукції і послуг підприємств.

Економіка вражень, що ґрунтується на створенні унікальних споживчих переживань та підвищенні якості взаємодії між підприємством і клієнтом, відкриває нові можливості для розроблення ефективних стратегій розвитку. Водночас застосування цієї моделі потребує переосмислення традиційних механізмів стратегічного управління та формування нових підходів до стратегування як процесу гнучкого, тривалого і проактивного формування стратегічних рішень. Розвиток стратегічного мислення, здатного поєднати аналітичні та емоційно-поведінкові аспекти економічної діяльності, стає передумовою забезпечення конкурентних переваг підприємств у контексті сучасної моделі економічних відносин.

Незважаючи на зростаючий інтерес до економіки вражень у світовій науковій літературі, питання взаємозв'язку цієї моделі з процесами стратегування, побудови стратегічних альтернатив розвитку та визначення інструментів довгострокового управління підприємствами в умовах турбулентності залишаються недостатньо дослідженими. Вітчизняна економічна думка не сформувала цілісного науково-методологічного і методичного підґрунтя, яке б дозволило підприємствам системно використовувати потенціал економіки вражень для формування стійких стратегій розвитку.

Таким чином, обрана тема дисертаційної роботи Ястремської О.О. є своєчасною, економічно та соціально значущою, оскільки відповідає актуальним потребам українських підприємств щодо адаптації до нових економічних реалій,

що ускладнюються умовами воєнного стану та повоєнного відновлення і вимагають застосування удосконалених методів управління у довгостроковій перспективі. Проведене дослідження Ястремської О.О. узгоджується з стратегічними орієнтирами державної політики, спрямованої на підвищення інноваційності, конкурентоспроможності та стійкості національної економіки. Розроблення наукових основ стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень сприятиме формуванню нових підходів до управління, що відповідають європейським тенденціям, та забезпеченню інтеграції українських підприємств у глобальні економічні процеси.

Дисертація виконана відповідно до планів науково-дослідних робіт Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця за такими темами:

- «Інноваційний розвиток підприємства в умовах воєнного та повоєнного часу» (номер державної реєстрації 0124U004317);

- «Методологічні засади стратегування розвитку підприємства в умовах війни та повоєнного відновлення» (номер державної реєстрації 0124U003506);

- «Управління функціональними сферами діяльності підприємства» (номер державної реєстрації 0123U102549);

- «Забезпечення інноваційного розвитку експортно-імпортової діяльності суб'єктів господарювання державного сектору економіки в умовах воєнного та повоєнного стану» (номер державної реєстрації 0123U10201);

- «Управління ефективністю діяльності суб'єкта господарювання» (номер державної реєстрації 0120U104234);

- «Управління інвестиційною, інноваційною та логістичною діяльністю підприємства» (номер державної реєстрації 0114U006413).

Викладені аргументи підтверджують актуальність тематичної спрямованості дисертації та її зв'язок з планами і темами наукових досліджень Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, МОН України, прийнятими на державному рівні документами.

2. Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, їх достовірність і новизна

Основні наукові результати, які одержані Ястремською О.О. та виносяться на захист, в достатній мірі обґрунтовані.

Обґрунтованість наукових положень, висновків і рекомендацій забезпечена їх базуванням на опрацюванні сучасних теорій економіки підприємств, менеджменту, досліджень за тематикою стратегічного управління, стратегування як його новітнього напрямку, найбільш розповсюджених і визнаних науковою спільнотою моделей економічних відносин, серед яких особливу увагу науковці приділяють економіці вражень та її новому напрямку досліджень – економіці корисності, який запропоновано досліджувати як новітній напрям розвитку економіки вражень і який існує на рівні гіпотези, проте має право на існування. Важливо відмітити, що положення дисертації враховують зміни у методах управління, притаманних сучасному воєнному періоду, особливостям існування стратегічних пасток. Тобто обґрунтованість положень дисертації відповідає сучасним особливостям життєдіяльності і розвитку підприємств, що підтверджує їх новизну й актуальність в умовах сьогодення.

Дисертанткою проведено ретельне дослідження наукових праць сучасних вчених-економістів з питань стратегічного управління та генезису пов'язаного з ним поняття «стратегування» (с. 57-76), підходи до трактування сутності розвитку підприємств в контексті стратегування (с. 77-92), обґрунтовано особливості найбільш актуальних видів розвитку підприємств, а саме сталого (с. 93-99), стійкого (с. 100-102) та інноваційного (с. 103-114) розвитку, розглянуто особливості використання економіки вражень у процесі стратегування інноваційного розвитку підприємств (с. 118). Особлива увага в роботі приділена обґрунтуванню теоретико-методологічного підґрунтя економіки вражень, на основі дослідження етапів її розвитку в різних країнах світу (с. 143-160), її сутності та змісту (с. 161-171), що дозволило виокремити її ключові характеристики як нової сучасної моделі економічних відносин (с. 178). Ретельне

проведення бібліометричного аналізу з використанням програмного забезпечення VOSviewer та визначення взаємозв'язку між поняттями «стратегування» та «економіка вражень», висвітлених у сучасних наукових працях, які представлені в наукометричних базах Scopus та Web of Science за період з 1970 р. по 2024 р., надало змогу визначити ключову наукову проблематику економіки вражень та стратегування їх симбіозі за видом мутуалізму, тобто взаємної корисності, що поглиблює синергійний взаємозв'язок між ними і практичну спрямованість спільного використання, взаємне проникнення економічних відносин економіки вражень та процесу стратегування (с. 239).

Проведений аналіз впливу емоційного фактору на споживчий досвід і функціонування підприємств в умовах економіки вражень (с. 200 – 211) дозволив сформулювати важливі висновки щодо необхідності врахування особливостей економіки вражень у стратегуванні розвитку підприємств.

Дисертанткою аргументовано основні гіпотези дослідження, які є підґрунтям парадигми стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень (с. 254), яка базується на критичному оцінюванні виділених суперечностей розвитку, та формує методологічну основу дисертаційного дослідження. Запропоновані положення парадигми стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень (с. 255 – 266) базуються на критичному опрацюванні теоретичного та емпіричного матеріалу, методології досліджень з питань сталого, структурного та інноваційного розвитку підприємств.

Достовірність основних результатів дисертаційної роботи забезпечується:

по-перше, використанням в процесі дослідження достатніх за обсягом даних, що забезпечило коректність використання економіко-математичних методів, відповідних об'єкту і предмету дослідження, актуальних даних Державної служби статистики України, НБУ, Міністерства фінансів України, Всесвітнього економічного форуму, Світового банку, Європейського банку реконструкції і розвитку, Організації економічного співробітництва і розвитку, офіційних даних статистичної звітності підприємств, результатів власних досліджень автора;

по-друге, наведенням у додатках до дисертації лістингів застосування економіко-математичних методів дослідження, що підтверджує достовірність отриманих результатів;

по-третє, застосуванням сучасного апробованого науково-методичного апарату, а саме таких методів дослідження, як методи: аналізу, синтезу та абстрагування (с. 62, 63 – 75, 252 – 254, 267 – 282, 307 – 310, 390 – 397), бібліометричного і контент аналізів (с. 236 – 247, 425 – 428), кластерного аналізу (с. 149 – 151), описової статистики (с. 107 – 108, 148, 151 – 156, 317 – 323, 327), багатofакторної регресії (с. 108 – 110), багатовимірною факторного аналізу (338 – 341, 379 – 381), методу нейронних мереж (с. 341 – 350), методу адитивної згортки (с. 336), матричного методу (с. 276 – 278, 414 – 415), метод золотого перетину (с. 276, 278), експертних методів (с. 400 – 402, 433 – 446), методу інтегрального таксономічного показника розвитку (с. 381 – 382, 401 – 408, 409 – 411), прогнозування на основі кривих зростання (с. 385 – 386, 409 – 411), методу побудови функції приналежності (за теорією нечітких множин с. 453 – 455), графічного методу, з використанням якого виконано рисунки по всій дисертації. Додатково слід відмітити застосування таких наукових підходів для обґрунтування ключових результатів роботи: структурно-логічного, системного, комплексного, які використані практично по всій дисертації для узагальнення літературних джерел, ресурсного (с. 452), а також підходів ключових факторів успіху, що в даному разі характеризує багатовимірний факторний аналіз, та динамічних компетентностей (с. 458). Значна кількість використаних методів реалізована за допомогою сучасного програмного забезпечення, а саме: VOSviewer v.1.6.10., Google Forms, Excel, Statistica, Statgraphics Centurion, Jira.

по-четверте, впровадженням отриманих науково-прикладних результатів у діяльність установ, організацій та підприємств на різних економічних рівнях (с. 50 – 54);

по-п'яте, апробацією нових наукових результатів на всеукраїнській та 10 міжнародних науково-практичних конференціях (с. 55 – 56).

У роботі поставлено та вирішено сукупність логічно взаємозалежних науково-практичних завдань, що обумовило досягнення мети дослідження.

Щодо положень наукової новизни дисертації, серед найбільш важливих наукових результатів першого розділу – «Теоретичні засади стратегування розвитку підприємств», необхідно відзначити такі:

- розвинуто визначення поняття «стратегування», показано його зміни від функції планування до функції стратегічного мислення для формування і вибору стратегій (с. 57 – 76), уточнено поняття «розвиток» на основі якісних змін (с. 90 – 95), «інноваційний розвиток» з урахуванням ступеня новизни об'єкта змін (с. 93 – 96), удосконалено класифікацію видів розвитку (с. 90 – 92);

- удосконалено етапи стратегування з обґрунтуванням особливостей врахування економіки вражень на кожному етапі та виділено стратегування як сучасний напрям в управлінні підприємствами (с. 62 – 63);

- вперше обґрунтовано систему суперечностей стратегічного розвитку підприємств в умовах економіки вражень, яка враховує глобальні та національні тенденції трансформації економічних відносин, нелінійні взаємозв'язки факторів зовнішнього й внутрішнього середовищ, особливості використання ресурсів та інноваційно-інвестиційного потенціалу, а також рівень довіри стейкхолдерів і репутаційну атрактивність підприємств. Запропонована система ідентифікує стратегічні резерви та розриви у використанні раціональних й емоційних ресурсів, а також визначає організаційні форми співпраці та гнучкі підходи в управлінні командами розробників ефективних стратегій розвитку (с. 88 – 92); запропонована система суперечностей вперше об'єднала особливості стратегування та економіки вражень;

- систематизовано концептуальні та методологічні підходи до стратегування інноваційного розвитку підприємств у процесі трансформації економічних відносин та обґрунтовано їх значущість в умовах економіки вражень (с. 117);

- визначено особливості використання економіки вражень у процесі стратегування інноваційного розвитку підприємств на основі виокремлення

основних етапів стратегування та інструментів впровадження моделі економіки вражень на кожному з зазначених етапів (с. 118 – 119).

Таким чином, найбільш суттєвим результатом наукової новизни першого розділу, що отриманий вперше, є система суперечностей стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень, яка є підґрунтям методології стратегування і дозволяє врахувати особливості економіки вражень у цьому процесі.

Другий розділ – «Теоретико-методологічне підґрунтя феномену економіки вражень» – містить такі нові науково-практичні результати:

- визначено потенціал розвитку економіки вражень у країнах ЄС та в Україні на основі проведеного ретельного аналізу стану економік цих країн та їх кластеризації (с. 147 – 160);

- розроблено теоретико-методологічне підґрунтя формування теорії економіки вражень (с. 164), обґрунтовано зміст та сутність поняття «економіка вражень» (с. 173 – 174);

- обґрунтовано умови успішності стратегування розвитку підприємств в економіці вражень (с. 184);

- розвинуто класифікацію моделей інформаційної взаємодії підприємств в умовах економіки вражень, побудовану на теоретично обґрунтованих та практично значущих ознаках — сутності вражень, стереотипізації, якості та тривалості їх формування, що охоплює моделі від раціональних до емоційних типів впливу (с. 192 – 198);

- обґрунтовано важливість використання особливостей економіки вражень як для підприємств, так і для різних груп стейкхолдерів на основі їх опитування щодо важливості і значущості емоційних факторів впливу на сприйняття брендів (с. 200 – 213).

В межах третього розділу – «Методологія стратегування розвитку підприємств з урахуванням особливостей економічних відносин економіки вражень» – на особливу увагу заслуговують такі положення наукової новизни:

- вперше обґрунтовано понятійно-категоріальний апарат економіки вражень і процесу стратегування в їх симбіотичній взаємодії, сформований на основі аналізу світової публікаційної активності, яка охоплює ключові категорії раціонально-емоційної природи сучасних управлінських процесів (с. 231 – 246);

- вперше сформовано парадигму стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень, що ґрунтується на сукупності обґрунтованих гіпотез і суперечностей, інтегруючи положення теорій діалектики, розвитку, менеджменту, інновацій, комунікацій, інформаційної взаємодії, вражень, брендингу та форсайтингу. Її зміст визначається системою загальних і спеціальних принципів, які відображають логіку взаємодії суб'єктів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства у процесі стратегування на основі раціональних і емоційних вражень (с. 251 – 267);

- вперше обґрунтовано науково-методологічний підхід до стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень, який враховує сучасні воєнні виклики та ризики стратегічних когнітивних, інформаційних і управлінських пасток та базується на ресурсному підході, концепції ключових факторів успіху й динамічних компетентностей. Підхід передбачає поетапне застосування методів стратегічного аналізу, моделювання раціональних й емоційних вражень, прогнозування за кривими зростання, а також інструментів інформаційно-комунікаційного та організаційного форсайту з використанням Agile-технологій (с. 270 – 283).

Таким чином, всі положення наукової новизни третього розділу відрізняються найвищим рівнем новизни вперше і створюють науково-теоретичне забезпечення і методологію стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень.

Четвертий розділ – «Вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовищ на стратегування розвитку підприємств в умовах сучасних реалій» – присвячений визначенню найбільш важливих зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на розвиток та стратегування сучасних підприємств. Серед найважливіших нових наукових результатів даного розділу слід відзначити:

- удосконалене розуміння наукового тлумачення ключових складових цифрової трансформації зовнішнього середовища підприємств, зокрема цифровізації державних послуг, активізації підприємництва, підвищення уваги до психічного здоров'я, розвитку цифрової інфраструктури та соціальної згуртованості, з акцентом на видах вражень, які ці процеси формують у стейкхолдерів та можуть бути інтегровані у стратегування в умовах економіки вражень. Внутрішнє середовище підприємств розглянуто крізь призму цифрових технологій смарт-розвитку — від локальних функціональних рішень до масового охоплення споживачів і персоналу (зокрема через соціальні мережі та застосування ІІІ), що забезпечує їх ефективне використання під час формування стратегій розвитку в економіці вражень (с. 297 – 311);

- досліджений вплив соціальних мереж та тенденції розвитку інтернет-технологій, що дозволило виокремити узагальнені переваги діяльності підприємств у соціальних мережах для формування вражень в процесі стратегування (с. 327);

- удосконалену методологію визначення пріоритетних чутливих показників взаємного впливу сучасних внутрішнього та зовнішнього середовищ підприємств, що ґрунтується на уточненні системи часткових індикаторів для обох середовищ у контексті їх функціонування у VUCA- і BANI-реальностях та на поетапному застосуванні багатовимірної факторної аналізи, нейронних мереж і методу адитивної згортки для формування інтегральних показників (с. 333 – 350).

Найбільш суттєвими положеннями наукової новизни є: удосконалене розуміння наукового тлумачення ключових складових цифрової трансформації зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємств як однієї з основних тенденцій сучасних реалій; удосконалена методологія визначення пріоритетних чутливих показників взаємного впливу сучасних внутрішнього та зовнішнього середовищ підприємств для ухвалення управлінських рішень в процесі стратегування для коригування стратегій розвитку.

У п'ятому розділі – «Науково-методичне забезпечення і практичні рекомендації стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень» – викладено такі положення наукової новизни:

- розвинуто методичний підхід до визначення атрактивності підприємств як підґрунтя формування раціональних вражень у процесі стратегування, що передбачає побудову інтегрального таксономічного показника та системи часткових індикаторів з урахуванням результатів інноваційних й інвестиційних процесів та ефективності використання матеріальних, фінансових і людських ресурсів (с. 377 – 388);

- удосконалено змістовне наповнення властивостей вражень в умовах економіки вражень, що передбачає врахування актуальних характеристик - динамічності, домінантності, адаптивності, упередженості, ірадивності, амбівалентності та атрактивності - для їх коректного теоретичного тлумачення та подальшого практичного застосування (с. 391 – 392);

- розширено та систематизовано функції вражень, до яких віднесено мотиваційну, захисну, оцінювально-прогностичну та інформаційно-комунікативну, що відображають багатовимірність їх впливу на поведінку стейкхолдерів (с. 393 – 395);

- удосконалено класифікацію видів вражень стейкхолдерів, зокрема за сутністю (раціональні, раціонально-емоційні, емоційно-раціональні, емоційні) та змістовністю (патріотичні, ідеологічні, психологічні, соціологічні, культурні), що забезпечує теоретично обґрунтоване підґрунтя для їх подальшого кількісного оцінювання та аналізу розвитку репутації підприємств (с. 396);

- удосконалено обґрунтований методичний підхід до оцінювання репутації підприємств, який ґрунтується на використанні вражень, систематизованих за змістовною класифікаційною ознакою та отриманих шляхом експертного опитування, причому їх кількісний прояв формує інтегральний таксономічний показник розвитку репутації з подальшим поділом його рівнів на якісні інтервали за методом золотого перетину відповідно до функції розвитку властивостей (с. 400 – 416);

- удосконалено методичний підхід до визначення стратегій переговорів як ключового елементу інформаційно-комунікаційного форсайту в умовах економіки вражень, у межах якого переговорні стратегії позиціонуються в матриці, сформованій на основі інтегральних таксономічних показників розвитку атрактивності та репутації підприємств. У цьому підході визначено доцільність використання стратегій пристосування, компромісу, ігнорування, маніпуляції, співробітництва, суперництва та домінування, ранжованих за експертними оцінками відповідно до пріоритетів їх застосування в різних квадрантах матриці залежно від якісних рівнів ключових складових розвитку (с. 433 – 446).

- удосконалено методичний підхід організаційного форсайту до вибору Agile-технологій у процесі стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень, що передбачає систематизацію та ранжування відповідних технологій на основі експертних оцінок їх переваг і практичних результатів роботи стратегічних команд. Особливістю підходу є визначення придатності Agile-інструментів із урахуванням якісних рівнів раціональних та емоційних вражень стейкхолдерів щодо діяльності та потенціалу підприємств (с. 444 – 445).

Ознайомлення зі змістом дисертації, реферату та публікацій дає змогу зробити висновок про наявність наукової новизни, достатній ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків і рекомендацій згідно з встановленими вимогами МОН України.

3. Повнота викладення наукових положень, висновків і рекомендацій в опублікованих працях

За темою дисертації здобувачкою опубліковано 52 наукові праці, які зараховано як 57, завдяки опублікуванню 5 статей у журналах Scopus у квартилі Q3, у яких викладено основні положення та результати дослідження. Серед опублікованих праць 2 розділи у колективних монографіях, 17 наукових статей у наукових виданнях, які реферуються у міжнародних наукометричних базах Scopus та Web of Science, серед яких 5 статей у виданнях, що входять до квартилю

Q3, 18 статей у вітчизняних наукових фахових виданнях категорії Б, які індексуються у міжнародних наукометричних базах; 4 статті у зарубіжних наукових виданнях, що індексуються у міжнародних наукометричних базах; 11 тез доповідей та матеріалів конференцій.

Загальний обсяг публікацій за темою дисертації становить 51,475 друк. арк., з них особисто дисертанту належить 29,823 друк. арк. Особистий внесок здобувача у тих роботах, які опубліковано у співавторстві відзначений у списку праць, наведеному в рефераті та дисертації. Обсяг та зміст публікацій відповідає вимогам, встановленим МОН, всі положення наукової новизни, що виносяться на захист, представлені у публікаціях.

4. Теоретична цінність та практична значущість наукових результатів

Теоретичне значення проведеного дослідження полягає у тому, що розроблені положення наукової новизни та отримані результати комплексно вирішують наукову проблему обґрунтування теоретичного підґрунтя та методологічного забезпечення стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень.

Обґрунтовані у дисертації положення наукової новизни розширюють теоретичний базис економічної теорії щодо понятійно-категоріального апарату стратегування і економіки вражень у їх симбіозі (с. 231 – 246), науково-методологічного апарату та розробленої у роботі нової парадигми, науково-методологічного підходу до стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень (с. 270 – 283); методології визначення переважних чутливих до взаємного управлінського впливу показників сучасних внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємств (с. 333 – 350), а також є значним внеском у розвиток теорії економіки підприємств і менеджменту.

Практична цінність розробок Ястремської О.О. полягає в обґрунтуванні методичного забезпечення і практичних рекомендацій, що відрізняються конкретністю, структурованістю і логічною побудовою, основними з них є:

- методичний підхід до визначення атрактивності підприємств як підґрунтя формування раціональних вражень в процесі стратегування розвитку підприємств (с. 377 – 388).

- методичний підхід до визначення репутації підприємств (с. 400 – 416);

- методичний підхід організаційного форсайту до вибору Agile технологій в процесі стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень (с. 422 – 433);

- методичний підхід до визначення стратегій переговорів як основи інформаційно-комунікаційного форсайту в умовах економіки вражень (с. 433 – 446).

Доцільно зазначити, що практичне значення мають представлені у дисертації рекомендації з визначення заходів стратегічних планів атрактивності та репутації; об'єднані практичні рекомендації, що охоплюють весь цикл науково-методологічного підходу до стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень, представлені з використанням програмного продукту Jira у підрозділі 5.4, що обґрунтовує практичну цінність пропозицій дисертації відносно теорії і методології та доводить їх прикладний характер, втілений у методичних підходах.

Практичне значення отриманих результатів підтверджується їх впровадженням на мезоекономічному рівні у діяльність таких установ та організацій: Департамент економіки і міжнародних відносин Харківської обласної державної (довідка № 06.01-15/1314 від 06.03.2025 р.), Департамент культури, туризму та релігій Сумської обласної державної адміністрації (довідка № 01-08/59 від 14.01.2025 р.), Харківська міська рада Харківської області, Виконавчий комітет (довідка №08-21/3747/2-24 від 17.12.2024 р.), а також на мікроекономічному рівні у господарську діяльність ТОВ «Приватні сади» (довідка №1 від 29.11.2024 р.), ТОВ «Торгова компанія «АГРОАЛЬЯНС» (довідка №4-03/25 від 17.03.2025 р.), ТОВ «Науково-технічний центр «ЕКОМАШ» (довідка №18 від 13.03.2025 р.), ТОВ Науково-виробниче підприємство «ТЕХНОЛОГІЯ» (довідка №23 від 14.05.2025 р.), ТОВ «Кондитерська фабрика

«Квітень» (довідка №К-2025-000051 від 14.03.2025 р.), Тернопільська філія ТОВ «Щедро» (довідка №18/03 від 18.03.2025 р.), ТОВ «ПЕТРОМЕТАЛІ Україна» (довідка №27-16 від 16.06.2025 р.). Низка положень та рекомендацій використовується у навчальному процесі Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (довідка №25/86-01-174 від 18.06.2025 р.).

5. Відповідність дисертації визначеній спеціальності та встановленим вимогам МОН України

У дисертації Ястремської О.О. дотримано усі вимоги щодо наукового стилю, оформлення, обсягу, логіки викладення матеріалу та структури, що є традиційною та включає зміст, вступ, п'ять розділів, список використаних джерел і додатки.

Дисертаційну роботу 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.

Зміст дисертації повністю розкриває мету і поставлені завдання дослідження.

Дисертаційне дослідження є завершеною науковою працею за змістом наукових положень, висновків та рекомендацій. Результати, представлені у роботі, відрізняються науковою новизною, в тому числі містять положення, що розроблені вперше, що доводить високий рівень їх наукової значущості. Зазначені результати не містяться у дисертаційній роботі Ястремської О.О., яка була подана на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук.

Зміст і результати дисертаційної роботи відповідають паспорту спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) та профілю спеціалізованої вченої ради Д 64.055.01 із захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 –

економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). За структурою і оформленням дисертаційна робота Ястремської О.О. відповідає встановленим вимогам Міністерства освіти і науки України, що затверджені Наказом від 12.01.2017 р. № 40 зі змінами від 12.07.2019 р.

6. Ідентичність змісту реферату і основних положень дисертації, доброчесність

Реферат ідентично відображує зміст дисертації та основні положення наукової новизни. Викладені у рефераті наукові положення, висновки та рекомендації відповідають змісту дисертації та встановленим вимогам, представлені логічно і послідовно, що дозволяє оцінити ступень вирішення поставлених завдань та досягнення мети дослідження, а також рівень наукової новизни і практичної значущості отриманих результатів.

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

7. Дискусійні положення та зауваження щодо змісту дисертації

Не дивлячись на суттєву позитивність викладених положень і здобутків дисертації, вона містить окремі дискусійні питання.

1. Як зазначається у першому розділі дисертаційної роботи (с. 93-101), існують різні підходи до визначення сталого та стійкого розвитку. Зважаючи на схожість цих понять, доцільно було би ширше розкрити, у чому полягає основна відмінність між ними та доцільність їх виділення як двох окремих видів розвитку.

2. Аналізуючи економічні умови розвитку економіки вражень, дисертантка наводить порівняльний аналіз рівня безробіття в Україні та країнах ЄС (с. 153 –

154). Для більш повного обґрунтування та розуміння того, як дана умова впливає на формування економіки вражень, бажано було би навести дані не тільки щодо рівня, але й щодо структури безробіття за галузями економіки, що надало би змогу зробити більш глибокі висновки про залежність тенденцій та проявів економіки вражень від динаміки ринку праці за певними напрямками.

3. На рис. 2.7 (с. 184) наведено умови успішності стратегування розвитку підприємств в економіці вражень та надано подальше пояснення цих умов з акцентом на вплив воєнного часу (с. 186). Доцільно було б надати більш ґрунтовне пояснення того, яким саме чином воєнний час в Україні змінює вплив цих умов порівняно з країнами, де не відбувається військових дій, у соціально-психологічному вимірі (вплив хронічного стресу, досвіду втрат, проблем з ментальним здоров'ям населення), демографічному вимірі (масова міграція, різка зміна вікової та гендерної структури населення та працюючих в Україні).

4. На рис. 2.8 (с. 194) та у тексті роботи (с. 193) мотиви та моделі поведінки підприємств пропонується об'єднати у два кластери, але не зовсім зрозуміло, яким чином було проведено цю кластеризацію, оскільки метод кластерного аналізу застосовано не було. Можливо доцільно назвати зазначені сполучення моделей та мотивів поведінки двома групами, а не кластерами.

5. У табл. 3.4 (с. 254) наведено структурований перелік основних гіпотез парадигми стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень. Для більш чіткого наочного подання, цілісного пояснення і узагальнення основних отриманих результатів доцільно було б додати у роботу графічне представлення взаємозв'язку між наведеними гіпотезами та використаними для їх доведення чи спростування методичними підходами, а також співвідношення між переліком гіпотез та основних положень зазначеної парадигми.

6. У роботі проведено ґрунтовне дослідження взаємного впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовищ для стратегування розвитку підприємств в умовах VUCA і BANI світів у воєнний та повоєнний час з використанням математичного моделювання (с. 328-351). Але, враховуючи сучасні екстремальні умови функціонування українських підприємств, доцільно було б більш чітко

виділити деякі фактори зовнішнього середовища, як от четвертий фактор, вплив якого оцінюється в тому числі значеннями індексу загроз безпеки, та п'ятий фактор (показник чистої міграції) в окрему групу факторів, які зумовлені впливом воєнних дій в Україні.

7. При розробленні методичного підходу до визначення атрактивності підприємств (с. 371 – 388) у якості практичної бази дослідження було обрано підприємства харчової промисловості (с. 377). Бажано було б надати розширене пояснення щодо вибору підприємств саме цієї галузі, а також навести точку зору автора щодо того, чи буде відрізнятися перелік обраних для аналізу часткових показників атрактивності (с. 378 – 379) залежно від галузі економіки, до якої належать аналізовані підприємства.

Зазначені зауваження не впливають на загальну позитивну оцінку роботи та не знижують її високої теоретичної та практичної значущості.

8. Загальний висновок про відповідність дисертації встановленим вимогам

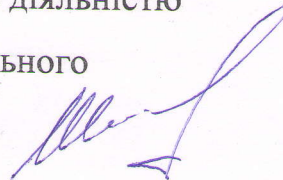
Дисертація Ястремської О.О. на тему «Стратегування розвитку підприємства в умовах економіки вражень» виконана на актуальну тему, є самостійною завершеною кваліфікаційною науковою працею, в якій вирішено складну науково-практичну проблему з наукового обґрунтування і розроблення теоретичних, методологічних положень і підходів, методичного забезпечення і практичних рекомендацій із стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень з урахуванням сучасних реалій.

Мета роботи досягнута, поставлені завдання виконані в повній мірі, робота виконана на високому науковому рівні, а отримані результати мають суттєве практичне і теоретичне значення для розвитку економічної науки у відповідності з сучасним рівнем і напрямками розвитку економіки підприємств та стратегування. Наукові публікації Ястремської О.О. в повній мірі відображують положення наукової новизни. Дисертація, реферат відповідають принципам академічної доброчесності, не містять матеріалів кандидатської дисертації Ястремської О.О.

В цілому на підставі глибокого аналізу дисертаційної роботи Ястремської Олеси Олександрівни на тему «Стратегування розвитку підприємства в умовах економіки вражень», реферату, публікацій за темою дисертації, вважаю, що за змістом, актуальністю, новизною та важливістю представлених до захисту наукових результатів, положень та висновків, їх обґрунтованістю, достовірністю та практичною цінністю, доцільно визнати, що дисертаційна робота відповідає спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) і вимогам Порядку присудження та позбавлення наукового ступеня доктора наук, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 17 листопада 2021 р. № 1197, а її автор, Ястремська Олеся Олександрівна, заслуговує на присудження наукового ступеня доктора економічних наук за поданою спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

Опонент

доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри управління інноваційною діяльністю
та сферою послуг Тернопільського національного
технічного університету імені Івана Пулюя



Роман ШЕРСТЮК

Підпис доктор економічних наук, доцента,
завідувача кафедри управління інноваційною діяльністю
та сферою послуг
Тернопільського національного технічного університету
імені Івана Пулюя Романа ШЕРСТЮКА
засвідчую:

вчений секретар
Тернопільського національного
технічного університету імені Івана Пулюя




Галина КРАМАР