

ВІДГУК
офіційного опонента

на дисертаційну роботу Гавенка Михайла Станіславовича
«Формування конкурентної стратегії торговельного підприємства»
представлену на здобуття наукового ступеня доктора філософії
за спеціальністю 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Актуальність теми дисертаційної роботи

В Україні формується ринкова економіка, яка орієнтується на застосування елементів Індустрії 4.0, разом із тим піднесення вітчизняної економіки, її сталий розвиток і поліпшення якості життя населення неможливі без підвищення ефективності діяльності торговельних підприємств. Поряд із тим, реалізація обраного напрямку економічного розвитку країни на глобалізацію та євроінтеграцію з метою досягнення більш привабливих конкурентних позицій у світовому ринковому просторі, є неможливим без застосування українськими торговельними підприємствами відповідних конкурентних стратегій. Отже, тема дисертаційної роботи Гавенка М.С., яку обґрунтуванню теоретико-методичних основ та розробці практичних рекомендацій щодо побудови конкурентної стратегії торговельного підприємства, яка спрямована на формування динамічних конкурентних переваг в процесі забезпечення сталого розвитку підприємництва в Україні є актуальною і має важливе науково-практичне значення.

Результати досліджень, виконаних Гавенком М. С., є актуальними для подальшого розвитку теоретичних і прикладних питань щодо посилення конкурентних переваг торговельного підприємства через застосування відповідних конкурентних стратегій.

Важливість дисертаційної роботи підкреслює участь автора у науково-дослідній роботі, що проводилась кафедрою маркетингу і торговельного



підприємництва Хмельницького національного університету відповідно до наукової тематики кафедри «Дослідження маркетингового механізму функціонування підприємств в ринкових умовах», зокрема, за держбюджетною темою «Управління інноваціями у плануванні і маркетингу на засадах маржинального підходу» (державний реєстраційний номер 0117U001169, 2017–2019 рр.), в якій знайшли відображення основні пункти новизни задекларовані у дисертаційній роботі.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації, їх достовірність

Аналіз змісту дисертаційної роботи та наукової новизни дисертації підкреслює, що основні теоретичні положення та результати є достатньо обґрунтованими та достовірними, підтверджуються ґрунтовним аналізом опрацьованих наукових джерел (251 джерело) за тематикою дослідження. При підготовці дисертаційної роботи використано значний обсяг спеціальної інформації, всі розділи містять схеми, таблиці, посилання на інформаційні джерела. Робота вирізняється широким спектром використаних сучасних економіко-статистичних методів і підходів до аналізу емпіричних даних, зокрема, комбінації та узгодження методів логічного узагальнення, аналізу, квантативного аналізу із застосуванням пакетів програмних продуктів, що дозволило автору не лише об'єктивно оцінити стан стратегічного планування на підприємствах торгівлі, але і розробити варіанти їх конкурентної стратегії в залежності від цілей та спрямованості їх діяльності.

Об'єкт, предмет, мета роботи логічно пов'язані та чітко окреслюють поле дослідження (с. 17 дисертації).

Висновки за дисертацією сформовані згідно визначеної мети та основних завдань дослідження. Автор продемонстрував достатній рівень вмінь та навичок, необхідних для науково-пошукових досліджень.

В цілому зміст дисертаційної роботи засвідчує наступне: визначеної мети здобувачем досягнуто, поставлені завдання виконано, висновки

дослідження є достатньо аргументованими.

Обґрунтованість висновків та рекомендацій підтверджує також їх апробація на міжнародних та всеукраїнських наукових та науково-практичних конференціях, на яких дисертантом висвітлювалися питання формування конкурентної стратегії торговельними підприємствами, які б сприяли посиленню їх конкурентних переваг і стійкої конкурентної позиції на ринку канцтоварів України.

Вимоги стосовно необхідної кількості та якості статей у наукових фахових виданнях витримано, що надають авторові повне право публічного захисту дисертації.

Новизна наукових положень, висновків і рекомендацій дисертації

Наукова новизна одержаних результатів полягає у поглибленні теоретико-методичних принципів і розробленні науково-практичних рекомендацій щодо формування конкурентної стратегії торговельного підприємства.

Дисертаційна робота охоплює вагомі розробки, що розкривають її наукову новизну.

Автором запропоновано теоретико-методичний підхід до посилення ефективності управління конкурентною позицією торговельного підприємства, що базується на інтегрованій оцінці масштабу конкурентного потенціалу, сили конкурентного впливу та результативності стратегічних дій конкурентів, який спрямовано на трансформування стратегічного бачення позиції підприємства на ринку у вигляді конкурентної стратегії, а стійкість конкурентних переваг розглянуто в контексті можливостей утримання конкурентної позиції у довгостроковій перспективі (с.117-121).

В роботі на основі систематизації наукових підходів до формування конкурентної стратегії торговельного підприємства удосконалено її інноваційну модель, рушійним механізмом якої, на відміну від усталених підходів, виступають стратегічні дії підприємства щодо вдосконалення бази

знань, формування стійких та динамічних конкурентних переваг, в основу якої покладено мотиваційні механізми конкурування; системи управління знаннями й продукування ідей та інновацій; інструменти маркетингу, сценарії досягнення лідерства; забезпечення інтересів стейкхолдерів; партнерські стратегії (с. 33, рис. 1.1).

Здобувачем також удосконалено паттерн формування стратегічного конкурентного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі, який на відміну від інших розробок включає: можливості, котрі склалися у зовнішньому середовищі; споживчий потенціал; потенціал внутрішнього середовища підприємства, що сприяє продукуванню торговельними підприємствами системних цінностей, таких як: функціональні, споживчі, вартісні, операційні, організаційні та інноваційні цінності (с.58).

Цікавим є авторський підхід до якісного оцінювання ситуації на ринку роздрібною торгівлі канцтоварами, який на відміну від інших розробок, ґрунтується на визначенні системи інтегрованих оцінок зовнішнього конкурентного макропотенціалу, в розрізі визначальних факторів макросередовища та залежить від їх варіації та рівня впливу на діяльність підприємства (с.92-97).

Автором удосконалено науково-методичний підхід до формування конкурентної стратегії підприємства роздрібною торгівлі, який об'єднує в собі послідовність дій інтуїтивної аргументації сценаріїв досягнення лідерства на ринку та, на відміну від існуючих розробок, враховує структуру цілей тактичної конкурентної позиції, виявлення альтернативних тактичних завдань, які формують тактичні конкурентні переваги і тактики конкурування з подальшою ітерацією конвергенції ймовірного та бажаного стану торговельного підприємства в умовах ресурсних та часових обмежень (с.139).

Поряд із тим у роботі набула подальшого розвитку класифікація факторів, які спричинюють вплив на формування конкурентних стратегій торговельних підприємств, котра, на відміну від існуючих підходів, базується на врахуванні культури системності інноваційного бізнес-моделювання та

враховує зовнішні; внутрішні та стратегічні дії підприємств торгівлі щодо вдосконалення бази знань та забезпечення реалізації конкурентної стратегії у вигляді партнерських стратегій, сценаріїв досягнення лідерства, врахування інтересів стейкхолдерів, співконкуренції, внутрішніх інноваційних процесів тощо (с.36-39).

Здобувачем розвинено ресурсний підхід до оцінювання внутрішнього конкурентного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі, в основу якого, на відміну від інших, покладено розрахунок інтегрального показника на основі збалансованої системи часткових показників за такими складовими потенціалу: споживчого, фінансового, клієнтського, бізнес-процесів, стратегічного та потенціалу розвитку, що уможлиблює охоплення якісних та кількісних показників, які відображають можливості опису рушійних сил складових конкурентного потенціалу, виділити синестезію пріоритетних конкурентних складових підприємства роздрібною торгівлі з цілями його корпоративної стратегії та забезпечити порівняння між існуючим станом та прогнозним рівнем потенціалу підприємства (с.116-118).

Наукове значення та практична цінність одержаних результатів дослідження

Наукове значення дисертаційної роботи Гавенка М.С. полягає у розробці комплексу науково-методичних основ формування конкурентної стратегії торговельного підприємства.

Практична цінність одержаних у дисертаційній роботі результатів полягає у тому, що основні теоретичні положення, обґрунтовані автором у дисертації, доведено до рівня методичних розробок і практичних рекомендацій щодо формування конкурентних стратегій торговельними підприємствами на ринку канцтоварів України.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що теоретичні, методологічні та методичні положення, висновки і рекомендації дисертаційної роботи доведені до рівня практичних розробок та впроваджені в діяльність підприємств Вінницької області: Приватне підприємство

«Культтовари – Вінниця» (довідка про впровадження № 31 від 04.02.2020р.), Приватне підприємство ПВК фірма «ЄВРОТЕК» (довідка про впровадження № 19/02/20/1 від 19.02.2020р.) ТОВ «СКРЕПКА» (довідка про впровадження № 66/1 від 12.03.2020р.).

Наукове та практичне значення одержаних автором дисертації результатів підтверджується їх апробацією в продовж 2016-2020 рр. на науково-практичних конференціях різного рівня.

Повнота викладення наукових положень, матеріалів, висновків і рекомендацій дисертації в опублікованих працях

Основні результати дослідження здобувача достатньо оприлюднені. Так, впродовж 2016-2020 рр. Гавенком М.С. опубліковано 13 наукових праць загальним обсягом 6,03 друк. арк., із яких особисто автору належать 4,37 друк. арк., що докладно відображають зміст дисертаційної роботи, її наукові положення, висновки та рекомендації. Серед опублікованих праць розділ у зарубіжній колективній монографії; 6 статей у фахових виданнях України з економічних наук, що індексується у міжнародних наукометричних базах; 4 тези доповідей науково-практичних конференцій; 2 статті у періодичних наукових виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку Європейського Союзу. Більшість опублікованих робіт отримали апробацію шляхом доповідей дисертанта на науково-практичних конференціях різного рівня, які проводилися в Україні та країнах СНД, та Євро Союзу. Публікації повністю відображають зміст, основні положення та наукову новизну дисертаційної роботи.

Участь здобувача у роботах, що опубліковані у співавторстві зазначена у дисертаційній роботі.

Опубліковані матеріали повністю відображають зміст дисертаційної роботи та відповідають вимогам пункту 11 Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, Затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 6 березня 2019 р. № 167.

Аналіз та оцінка змісту роботи

Грунтовне вивчення змісту дисертації Гавенка М.С. дозволяє зазначити, що у роботі чітко визначено мету та сформульовано і поступово розв'язано комплекс наукових, методичних і науково-прикладних завдань. Зміст відзначається логічністю викладення результатів за усіма тематичними елементами: вступом, трьома розділами, загальними висновками і висновками до кожного розділу.

У вступі обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету та завдання дослідження, наукову новизну, практичне значення, апробацію результатів, повноту викладення наукових і прикладних результатів дисертації в опублікованих працях.

В першому розділі розглянуто теоретико-методичні підходи до формування конкурентної стратегії підприємства. Проведено етимологічний аналіз понятійного апарату стосовно визначення сутності конкурентної стратегії сформульовано авторський підхід до трактування окремих понять (с. 25-33). Також проаналізовано активну роль конкурентної стратегії в загальнокорпоративній стратегії підприємства (с. 41-52). Визначено методичні засади формування конкурентної стратегії торговельного підприємства (с.53-64).

У другому розділі визначено стан розвитку та здійснено оцінювання доцільності формування конкурентних стратегій українськими торговельними підприємствами, що здійснюють свою діяльність на ринку канцтоварів України. Здійснено моніторинг ринку канцтоварів та визначено основні тенденції розвитку торговельного бізнесу (с. 67-97). Проаналізовано діяльності торговельних підприємств на ринку канцелярського приладдя Вінниччини з позицій їх стратегічної спрямованості (с. 99-110). Проведено маркетингові дослідження конкурентної позиції торговельних підприємств Вінницької області (с. 111-132).

Третій розділ присвячено вирішенню завдань формування та реалізації конкурентної стратегії торговельних підприємств Вінницької області (с. 135-178). Наведено методичні пропозиції стосовно розробки оптимальної

конкурентної стратегії підприємств роздрібною торгівлі на основі безперервної інноваційної моделі конкурування (с. 135-153). Запропоновано механізм впровадження узгодженої сукупності тактик конкурування підприємств роздрібною торгівлі (154-162). Розглянуто раціональний підхід до реалізації конкурентних наступальних дій в межах загальної конкурентної стратегії комбінування підприємства роздрібною торгівлі (с. 163-176).

Отримані в результаті дисертаційної роботи елементи наукової новизни, відображені в усіх розділах дисертації, і в цілому їх зміст, засвідчує як переосмислення й авторську інтерпретацію вже існуючих знань, так і створення нового знання, пов'язаного з теоретичним поясненням і практичним вирішенням існуючих проблем формування конкурентної стратегії торговельними підприємствами України.

Зміст анотації відображає основний зміст дисертаційної роботи та достатньо повно розкриває наукові результати та практичну цінність роботи.

Академічна доброчесність

Порушень академічної доброчесності (академічного плагіату, самоплагіату, фабрикації, фальсифікації) в дисертації та наукових працях, у яких висвітлені основні наукові результати дисертаційного дослідження не виявлено.

Дискусійні питання та зауваження до дисертаційної роботи

Поряд із визнанням вагомості одержаних у дисертації Гавенка М.С. наукових та методичних здобутків, вважаємо за доцільне звернути увагу на певні дискусійні моменти роботи, які можуть стати предметом обговорення при її захисті, а саме:

1. На наш погляд, матеріал, поданий на рис. 1.1 (с. 33), відображено недостатньо коректно стосовно блоку «Інструменти вдосконалення бази знань», де одним з інструментів зазначено: внутрішні НДДКР і процеси. Вважаємо, що в даному контексті більш правильно вести мову власно про

організацію торговельного процесу на підприємстві за використання сучасних технологій.

2. В табл. 1.4 (с. 45) наведена порівняльна характеристика підходів до конкурентної стратегії підприємства за визначальними ознаками, при цьому чітко не зазначено, що саме удосконалено або запропоновано автором. Також потребує уточнення, яким чином інформація з таблиці корелюється з інформацією, наведеною на рис. 1.2.

3. У пп.2.1 автор приділяє значну увагу динаміці та тенденціям, що склалися на ринку канцелярських товарів України впродовж 2015-2019 рр., проте потребує уточнення формування конкурентної стратегії торговельних підприємств під впливом COVID-19, нажаль саме цьому питанню автор не приділив належної уваги.

4. Існують певні розбіжності стосовно PEST-факторів, які впливають на функціонування підприємств роздрібною торгівлі канцтоварами (табл.2.5, с.92), та наведеними у табл.2.6 (соціально-екологічні фактори замість соціальних; технологічно-географічні фактори замість технологічних). Також потребують пояснення, чому саме ці фактори враховувалися для проведення аналізу. Також є незрозумілим, хто виступав в якості експертів, як визначалася узгодженість думок експертів, наскільки є універсальним запропонований підхід.

5. На рис. 3.5 (с.152) автор пропонує алгоритм побудови ієрархії другого прямого процесу розробки конкурентної стратегії комбінування ПП «Культтовари-Вінниця», де першим рівнем визначено «Конкурентоспроможність підприємства». Проте автором чітко не визначено, який саме сенс він вкладає в поняття «конкурентоспроможність». Також є незрозумілим, наскільки універсальними є пропозиції здобувача, чи можуть вони бути адаптованими для діяльності інших торговельних підприємств.

6. У пп.3.3 здобувачем пропонується до застосування раціональний підхід до реалізації конкурентних наступальних дій в межах загальної конкурентної стратегії комбінування підприємства роздрібною торгівлі, проте

автором не уточнено, чим він відрізняється від системного підходу, а також в чому полягає його «раціональність».

Вказані зауваження в більшості є дискусійними і не знижують загальної високої позитивної оцінки виконаного науково-практичного дослідження. Вони, власне підтверджують високий рівень підготовки та самостійності мислення автора, вихованого у високоосвіченій науковій школі Хмельницького національного університету.

Оформлення дисертаційної роботи

Оформлення дисертації за структурою, мовою та стилем викладення відповідає вимогам до оформлення дисертацій, затвердженим МОН України, наказ №40 від 12 січня 2017 р. Матеріали дисертації та автореферату чітко висвітлюють одержані під час дослідження науково-практичні результати.

Рекомендації щодо використання результатів дисертаційної роботи

Отримані результати дослідження щодо формування конкурентної стратегії торговельного підприємства мають не тільки теоретичне значення, але можуть також використовуватися в практичній діяльності роздрібних підприємств торгівлі різних організаційно-правових форм і форм власності, науково-дослідних установ за профілем роботи, закладів вищої освіти.

Висновок

Дисертаційна робота Гавенка Михайла Станіславовича «Формування конкурентної стратегії торговельного підприємства» є завершеною науковою працею, яка виконана на актуальну тему. За своїм змістом відповідає профілю спеціальності 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. Отримані результати та висновки мають наукову новизну, важливе теоретичне та практичне значення, роблять безперечний внесок у теорію та практику розвитку торговельної діяльності.

Дослідження виконано на високому науковому рівні, матеріал викладено чітко й обґрунтовано з вмілим використанням графічного підходу до ілюстрування змісту, що значно полегшує сприйняття матеріалу. Усі положення, результати і висновки є чітко аргументованими. Впровадження результатів дисертаційної роботи підтверджено документально, про що свідчать листи про впровадження, які наведено у додатках до дисертації.

Опубліковані роботи відображають основні положення дисертації. Основні результати дослідження апробовано та схвалено на достатній кількості науково-практичних конференцій різного рівня.

Все перелічене дає підстави стверджувати, що дисертаційна робота Гавенка Михайла Станіславовича «Формування конкурентної стратегії торговельного підприємства» за ступенем наукової новизни, достовірністю наведених результатів дослідження та обґрунтованістю висновків, теоретичною та практичною цінністю, за обсягом, структурою, оформленням відповідає вимогам пунктів 10, 11, 12 Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, Затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 6 березня 2019 р. № 167, та положень Вимог до оформлення дисертації затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 №40.

Вважаю, що автор дисертації «Формування конкурентної стратегії торговельного підприємства» Гавенко Михайло Станіславович заслуговує присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.

Офіційний опонент:

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Гарафонові О.І.



О. І. Гарафонов

О. І. Гарафонов