

Голові разової спеціалізованої вченої
ради PhD 8117
Хмельницького національного
університету
д.е.н., професору Інні ЧАЙКОВСЬКІЙ

РЕЦЕНЗІЯ

рецензента – кандидата економічних наук, доцента кафедри менеджменту та
адміністрування Хмельницького національного університету

Савченко Олени Валентинівни

на дисертаційну роботу **Асамоаха-Черемеха Джошуа** на тему:
«Маркетингові інструменти забезпечення економічної безпеки підприємства»,
подану до разової спеціалізованої вченої ради Хмельницького національного
університету на здобуття наукового ступеня доктора філософії з галузі знань
07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Актуальність теми дослідження та її зв'язок з напрямками науково-дослідних робіт

Актуальність дослідження маркетингових інструментів забезпечення економічної безпеки підприємства обумовлена динамічним та турбулентним характером сучасного ринкового середовища, що вимагає від суб'єктів господарювання постійного пошуку та впровадження ефективних механізмів захисту своїх економічних інтересів. Зростання конкуренції та невизначеність ринкових тенденцій зумовлюють необхідність застосування маркетингових стратегій, спрямованих на зміцнення конкурентних позицій підприємства, диверсифікацію ринків збуту та формування стійкої клієнтської бази, що є ключовими факторами забезпечення економічної безпеки.

З огляду на те, що економічна безпека підприємства охоплює не лише фінансову й ресурсну стабільність, а й здатність ефективно функціонувати в умовах змін ринкового середовища, особливої уваги заслуговує дослідження маркетингової складової безпеки. У зв'язку з цим, актуальним є вивчення маркетингових інструментів з позицій їх впливу на забезпечення економічної безпеки підприємства, включаючи їхню здатність до ідентифікації зовнішніх та внутрішніх загроз, підтримки клієнтської бази, управління репутаційними ризиками, цифрового позиціонування на ринку, а також моніторингу конкурентного середовища.

Саме тому, дисертаційна робота Асамоаха-Черемеха Джошуа, що має на меті наукове обґрунтування теоретико-методичних положень і розроблення

практичних рекомендацій з використання маркетингових інструментів у забезпеченні економічної безпеки підприємств, є актуальною та відповідає вимогам часу.

Дисертаційне дослідження Асамоах-Черемех Джошуа тісно пов'язане з виконанням науково-дослідної теми Хмельницького національного університету. В межах науково-дослідної теми «Моделювання стратегій безпечного розвитку інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем» (номер державної реєстрації: 0122U001212), автором було розроблено і апробовано модель забезпечення економічної безпеки підприємства на основі оптимізації використання маркетингових інструментів.

Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків та рекомендацій, сформульованих у дисертації

Наукові положення, висновки та рекомендації, представлені в дисертаційному дослідженні, є науково обґрунтованим завдяки комплексному узагальненню та аналізу широкого спектру наукових публікацій, присвячених формуванню концептуальних засад забезпечення економічної безпеки підприємств, її складових елементів загалом та маркетингової складової зокрема.

У дисертаційному дослідженні отримано науково обґрунтовані та достовірні результати, пропозиції, висновки та рекомендації. Результати ґрунтуються на комплексному використанні сучасного наукового інструментарію, включаючи системний, логіко-аналітичний, порівняльний, економіко-статистичний аналіз, моделювання та експертне оцінювання.

Основними інформаційними ресурсами дослідження є правові та нормативні документи Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, актуальна вітчизняна та зарубіжна наукова література, офіційні статистичні дані, дані досліджуваних підприємств, результати опитування спеціалістів та менеджменту підприємств, матеріали особистих досліджень автора.

Автор демонструє здатність до системного мислення, вміння обґрунтовувати вибір наукового підходу та інструментарію, що дозволило досягти цілісного бачення проблеми й запропонувати ефективні шляхи її вирішення. Наукові положення, викладені в роботі, є результатом поетапного аналітичного опрацювання теоретичних джерел, емпіричних даних та результатів власних прикладних досліджень.

Коректна постановка та послідовне вирішення наукового завдання, а також логічна інтеграція теоретичних і практичних компонентів, підтверджують обґрунтованість і достовірність висновків та рекомендацій, що містяться у дисертаційній роботі. Окремі результати дослідження підтверджено апробацією

у діяльності промислових підприємств та оприлюдненням у фахових виданнях, що додатково підсилює їх практичну цінність і наукову новизну.

Зміст дисертаційної роботи

Робота представлена у вигляді рукопису й складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг дисертаційної роботи становить 239 сторінок. У роботі вміщено 40 таблиць, 36 рисунків, а також 5 додатків. Список використаних джерел включає 150 найменувань.

Дисертаційне дослідження вирізняється логічною структурою та цілісністю побудови, що забезпечує системне розкриття теми й відповідність поставленій меті й завданням дослідження. Виклад матеріалу супроводжується ілюстративними елементами у вигляді рисунків, таблиць та графіків, що підвищує рівень наочності та аргументованості дослідження.

У вступі визначено актуальність теми дослідження, подано короткий аналіз останніх досліджень та публікацій, визначено мету і завдання дослідження, методи дослідження, наукову новизну одержаних результатів та їх практичне значення.

У першому розділі «Теоретичні основи використання маркетингових інструментів у забезпеченні економічної безпеки підприємства» охарактеризовано підходи до трактування економічної безпеки, визначено місце і роль маркетингових інструментів у забезпеченні економічної безпеки підприємств, запропоновано маркетинговий підхід для аналізу загроз, що впливають на функціонування підприємства (с.27-70). Крім поглядів на сутність поняття економічної безпеки, було чітко визначено ключові аспекти та акценти у поглядах авторів, було прослідковано їх зміни з огляду на період їх формулювання, що дало змогу визначити пріоритетні фактори впливу в конкретний період часу.

У другому розділі «Аналіз маркетингової складової забезпечення економічної безпеки промислових підприємств» (с.80-139), проведено комплексний аналіз ринку легкої промисловості України (включаючи тенденції, операційні показники, індекси інвестицій та загальний розвиток галузі), розроблено та апробовано науково-методичний підхід з оцінювання рівня готовності підприємств-об'єктів дослідження до впровадження маркетингових інструментів на основі комплексного експертного оцінювання.

У третьому розділі «Використання маркетингових інструментів у забезпеченні економічної безпеки підприємства», автором розроблено механізм

забезпечення економічної безпеки підприємств легкої промисловості на основі використання маркетингового інструментарію (с.139-194), визначено роль маркетингових інструментів при формуванні моделі забезпечення економічної безпеки підприємства, здійснено апробацію такої моделі на підприємствах легкої промисловості. Однією з ключових характеристик розробленого механізму є його здатність інтегрувати моделі взаємодії з клієнтами B2B та B2C в контекст забезпечення економічної безпеки підприємства. Це дозволяє здійснювати диференційовану ідентифікацію потреб різних ринкових сегментів, що, в свою чергу, створює основу для формування адаптивних стратегій, спрямованих на збереження клієнтської бази в умовах дестабілізації економічного середовища.

Наукова новизна отриманих результатів

Наукові положення, сформульовані Асамоахо-Черемехом Джошуа, є результатом самостійного дослідження та відображають його особистий внесок у розвиток теоретичних і практичних аспектів використання маркетингових інструментів у забезпеченні економічної безпеки підприємств. Аналіз дисертаційної роботи та наукових публікацій автора підтверджує наявність елементів наукової новизни, які викладені у чіткій та послідовній формі. Серед ключових наукових результатів, отриманих здобувачем, виділяються такі.

Вперше розроблено модель забезпечення економічної безпеки підприємства, що базується на обґрунтуванні оптимального набору маркетингових інструментів та яка враховує аспекти цінової політики, негативний вплив нагальних факторів (с.157). Розроблено механізм забезпечення економічної безпеки підприємств легкої промисловості, що ґрунтується на використанні маркетингових інструментів та передбачає врахування характерних рис моделей клієнтських відносин B2B та B2C (с.141-162).

Удосконалено: категорійний апарат маркетингу щодо сутності понять «маркетингова безпека» (с.40-42) та «інструменти маркетингу» (с.47); категорійний апарат безпекології щодо сутності поняття «економічна безпека підприємства» (с.34-35); архітекtonіку системи маркетингового моніторингу загроз економічній безпеці з формуванням індикаторів зовнішнього та внутрішнього впливу (с.74-75);

Набули подальшого розвитку: аспекти з формування структури системи економічної безпеки підприємства, з виділенням маркетингової складової, яка передбачає розробку оптимальної маркетингової політики і забезпечує формування впливу з акцентом на цільову аудиторію споживачів, напрацювання стійких логістичних ланцюгів і спрямована на досягнення цілей маркетингової

діяльності та забезпечення економічної безпеки підприємства в цілому (с.45); науково-методичний підхід автора до оцінювання рівня готовності підприємств до впровадження маркетингових інструментів із врахуванням як суб'єктивної, так і об'єктивної складової середовища підприємства (с.125-134).

Теоретичне і практичне значення результатів дисертації

Теоретичне та практичне значення мають такі наукові результати дисертанта, що були отримані в процесі його дослідження. Побудована модель забезпечення економічної безпеки підприємства на основі обґрунтування оптимального набору маркетингових інструментів, з урахуванням цінової політики та актуальних факторів негативного впливу. Розроблено механізм забезпечення економічної безпеки підприємств легкої промисловості на основі використання маркетингових інструментів з урахуванням специфіки моделей взаємодії з клієнтами B2B та B2C. Удосконалення понятійного апарату: «маркетингова безпека» та «інструменти маркетингу», «економічна безпека підприємства» та ін.

Результати дослідження Асамоаха-Черемеха Джошуа знайшли відображення в практичній діяльності ПрАТ «Хмельницька швейна фабрика «Лілея» (довідка про впровадження № 4/128 від 10.12.2024 р.), ТДВ «Полтавська фірма «Ворскла» (довідка про впровадження № 1/23 від 05.12.2024 р.), ТОВ «Бембі» (довідка про впровадження № 2/18 від 20.11.2024 р.) при забезпеченні економічної безпеки зазначених компаній за допомогою маркетингових інструментів.

В освітньому процесі Хмельницького національного університету, під час викладання дисциплін «Маркетинг» та «Сучасні технології управління» (довідка про впровадження № 3/12 від 4.12.2024 р.), використовуються теоретичні узагальнення здобувача, результати його наукових розробок а також авторські методичні рекомендації.

Повнота викладення наукових і практичних результатів дисертації в опублікованих роботах

Результати дисертаційного дослідження Асамоаха-Черемеха Джошуа висвітлені та апробовані в 14 публікаціях, загальним обсягом 5,6 друк. арк., з яких особисто автору належить 4,72 друк. арк., в числі яких: участь в колективній монографії обсягом 0,3 друк. арк., (особисто автору належить 0,1 друк. арк.), 8 статей у фахових виданнях України обсягом 4,66 друк. арк., (особисто автору належить 4,12 друк. арк.), 5 публікацій за результатами участі у

Всеукраїнських та Міжнародних науково-практичних конференціях обсягом 0,64 друк. арк. (особисто автору належить 0,5 друк. Арк.).

Публікації охоплюють всі ключові аспекти дисертації – від постановки проблеми та теоретичних засад до прикладних рішень і результатів впровадження, що свідчить про належний рівень апробації та повноту представлення результатів дослідження у науковому просторі. Кількість опублікованих матеріалів є достатньою для висвітлення результатів дисертаційної роботи на здобуття наукового ступеня доктора філософії.

Відповідність тексту дисертації вимогам академічної доброчесності

Аналіз дисертаційного дослідження Асамоаха-Черемеха Джошуа та опублікованих ним праць засвідчує відсутність порушень вимог академічної доброчесності.

У процесі дослідження дотримано вимог академічної доброчесності, зокрема усі наукові положення, висновки та рекомендації, що виносяться на захист, отримані автором самостійно. Робота містить коректні цитування використаних джерел, відповідає нормам авторського права та відображає прагнення автора до надання достовірної інформації щодо результатів власних досліджень та розробок.

Ідентичність змісту анотації та основних положень дисертації

Анотація є ідентичною за змістом до основних положень дисертаційної роботи, логічно й повно відображає її основні ідеї, наукові результати, рівень апробації й практичну значущість.

Дисертація та оприлюднена автором анотація оформлені відповідно до вимог, встановлених МОН України.

Дискусійні положення та зауваження до дисертаційної роботи

Високо оцінюючи наукову та практичну цінність результатів дисертаційного дослідження Асамоаха-Черемеха Джошуа, вважаємо доречним зазначити окремі дискусійні аспекти та висловити певні коментарі щодо дисертації:

1. У підрозділі 1.3 дисертаційної роботи автор обґрунтовано приділяє увагу маркетинговим загрозам як складовій системи економічної безпеки підприємства. Проте, незважаючи на згадування комунікаційних ризиків, недостатньо розкрито загрози, що виникають внаслідок спотвореного або хибного сприйняття маркетингової інформації клієнтами чи працівниками, яке може бути джерелом латентної маркетингової уразливості. Доцільно було б

включити даний аспект до системи маркетингового моніторингу загроз як окремий напрям.

2. Одним із критеріїв передумов впровадження маркетингових інструментів у діяльність ПрАТ «Хмільницька швейна фабрика «Лілея», м. Хмільник, Вінницька обл. та інших аналогічних компаній, автором визначена фінансова стабільність. На наш погляд, це поняття є достатньо комплексним, оцінити яке за показником лише структури капіталу не можливо, і доцільно було б використати також інші показники.

3. У підрозділі 3.1 дисертаційної роботи представлено механізм забезпечення економічної безпеки підприємства на основі використання маркетингових інструментів. Разом із тим, автором недостатньо конкретизовано можливі ризики, пов'язані з імплементацією даного механізму. Висновки роботи акцентують на потенційній ефективності впровадження, однак не охоплюють можливі бар'єри – зокрема, труднощі у впровадженні маркетингових інструментів, опір персоналу до змін, організаційну інертність, нестачу ресурсів, невизначеність зовнішнього середовища та інше. Уточнення цих ризиків дозволило б забезпечити більш прикладну орієнтованість механізму та підвищити його адаптивність.

4. Потребує додаткового пояснення склад групи експертів, що були обрані автором для оцінювання рівня готовності підприємств до впровадження маркетингових інструментів (підрозділи 3.2 та 3.3). У дисертаційній роботі не розкрито у достатній мірі кваліфікаційні, професійні характеристики та посади експертів, що важливо для забезпечення достовірності та репрезентативності їхніх суджень. Розширення опису профілю експертів дозволило б підвищити наукову обґрунтованість проведеного експертного оцінювання.

Загальний висновок

Дисертаційна робота Асамоаха-Черемеха Джошуа на тему: «Маркетингові інструменти забезпечення економічної безпеки підприємства» є завершеним, самостійно виконаним науковим дослідженням, у якому автором отримано нові науково обґрунтовані та практично значущі результати.

Дисертаційне дослідження відзначається цілісністю, логічною структурою та завершеністю. Тема дослідження повністю розкрита, сформульована мета та завдання реалізовані в повному обсязі. Основні наукові положення, висновки та рекомендації є теоретично обґрунтованими, практично релевантними та знайшли відображення у наукових публікаціях здобувача. Дисертація відповідає вимогам щодо змісту, методичної обґрунтованості, аргументованості висновків і практичної спрямованості наукових досліджень.

Враховуючи викладене, дисертаційна робота Асамоаха-Черемеха Джошуа на тему «Маркетингові інструменти забезпечення економічної безпеки підприємства», подана на здобуття наукового ступеня доктора філософії, відповідає вимогам Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах), затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 року № 261 (зі змінами), Вимогам до оформлення дисертацій, затвердженим наказом Міністерства освіти і науки України від 12 січня 2017 року № 40 (зі змінами), Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 року № 44 (зі змінами), а її автор Асамоах-Черемех Джошуа заслуговує на присудження йому наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Рецензент:

к.екон. н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
та адміністрування Хмельницького
національного університету
Міністерства освіти і науки України

О.Савченко

Олена САВЧЕНКО

Підпис засвідчую:

Проректор з наукової роботи
Хмельницького
національного університету
Міністерства освіти і науки України



О.Синюк

Олег СИНЮК