

**Відгук офіційного опонента
доктора економічних наук, професора
Бочко Олени Юріївни**

**на дисертаційну роботу Карпенка Віталія Леонідовича на тему
«Формування корпоративних інноваційно-маркетингових процесів
підвищення конкурентоспроможності підприємств за умов глобалізаційних
викликів», подану на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук за спеціальністю
08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)**

Актуальність теми дослідження

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується посиленням глобалізаційних процесів, зростанням геополітичної нестабільності та загостренням конкуренції між суб'єктами господарювання, що суттєво трансформує умови функціонування підприємств. У цих умовах ключову роль у забезпеченні економічної стійкості, інноваційного розвитку та формуванні національної конкурентоспроможності відіграють корпоративні структури, які концентрують значні ресурси, визначають інвестиційні потоки та виступають провідними агентами технологічних і організаційних змін. Водночас зростання деструктивних факторів глобального середовища, зокрема політичних і соціально-економічних конфліктів, підвищує вимоги до адаптивності та ефективності корпоративного управління.

Особливої актуальності набуває проблема формування інноваційно-маркетингових процесів як основи підвищення конкурентоспроможності підприємств. Саме поєднання інноваційної та маркетингової складових забезпечує не лише створення нової цінності, але й її ефективну комерціалізацію, що є критично важливим у середовищі з високим рівнем невизначеності та динамічних змін попиту. Традиційні підходи до управління конкурентоспроможністю вже не забезпечують необхідного рівня результативності, що обумовлює потребу у розробленні нових концептуальних і методологічних засад, орієнтованих на інтеграцію ресурсів, компетенцій та ринкових можливостей.

Для України ця проблематика має додатковий вимір, зумовлений трансформаційним характером економіки, інституційною незрілістю корпоративного середовища та наслідками воєнних викликів. У сучасних умовах післявоєнного відновлення економіки зростає потреба у формуванні ефективних корпоративних структур, здатних забезпечити стале зростання, підвищення інвестиційної привабливості та інтеграцію у глобальні ринки, тому можна стверджувати, що тема дисертаційної роботи Карпенка В.Л. є актуальною як з теоретичного, так і з практичного погляду.

Зв'язок дисертації з науковими програмами, планами, темами

Наукові результати, теоретичні положення та висновки дисертаційної роботи Карпенка В.Л. використано у межах таких науково-дослідних робіт Хмельницького національного університету: «Процеси формування та моделювання стратегії і тактики управління фінансами суб'єктів господарювання» (номер держреєстрації 0114U000272); «Механізми підвищення якості та конкурентоспроможності людського потенціалу в системі забезпечення соціально-економічних ефектів інтеграції України до ЄС» (номер держреєстрації 0115U000223); «Управління інноваціями у плануванні і маркетингу на засадах маржинального підходу» (номер держреєстрації 0117U001169); «Формування соціально-трудового потенціалу в підвищенні економічної безпеки та прискоренні процесів євроінтеграції» (номер держреєстрації 0118U000229); «Формування стратегії просування підприємства в інтернет-мережі на засадах SMM-маркетингу» (номер держреєстрації 0122U201589); «Маркетингова стратегія розвитку дистрибуційного підприємства на ринку молочної продукції за умов сучасних викликів ринку» (номер держреєстрації 0123U104704).

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

Наукові положення, висновки та рекомендації, що виносяться на захист, мають достатній ступінь обґрунтованості та достовірності і підтверджуються завершеністю, логічністю і послідовністю отриманих результатів.

Підтвердженням достатньої достовірності та адекватності результатів дисертаційної роботи є сформована інформаційна база, що охоплює наукову, навчальну, навчально-методичну та довідкову літературу; офіційні дані Державної служби статистики України, органів місцевого самоврядування, міжнародних організацій; офіційну фінансову звітність корпоративних підприємств, дані з мережі Інтернет та анкетних досліджень, нормативно-правові

акти України, що регламентують корпоративні процеси суб'єктів господарювання.

У процесі дослідження Карпенко В.Л. використав ґрунтовний теоретичний базис, а саме: фундаментальні положення теорії систем, економічної теорії, теорії управління, теорії конкуренції та конкурентоспроможності, загальнонаукові й спеціальні методи пізнання явищ і процесів щодо функціонування й розвитку соціально-економічних систем. Емпіричним базисом дисертаційної роботи є результати авторського дослідження на основі аналізу стану, тенденцій та регіональних особливостей молокопереробної галузі.

У дисертації успішно досягнуто поставленої мети, що полягала у дослідженні і обґрунтуванні концептуальних засад та розробці теоретико-методологічних, науково-методичних положень і прикладних рекомендацій щодо формування корпоративних інноваційно-маркетингових процесів для підвищення конкурентоспроможності підприємств за умов сучасних глобалізаційних викликів та вирішено комплекс із 16 наукових завдань.

У першому розділі розглянуто теоретичні засади функціонування корпорацій як суб'єктів ринку, досліджено процеси формування і розвитку корпоративного сектору в Україні, доведено, що ефективність управління корпоративними структурами залежить від обґрунтованого вибору науково-методологічних засад організації і реалізації цих процесів співвідносно стратегічних цілей діяльності і з урахуванням специфіки корпоративних відносин. Підсумовано, що в умовах нової геополітичної реальності корпоративне управління в Україні має еволюціонувати у напрямі підвищення функціональної ефективності – для реалізації інноваційних стратегій, розширення ринкових можливостей і нарощування конкурентоспроможності.

У другому розділі проаналізовано еволюцію теорії конкуренції в умовах корпоративності і методологічні підходи та методи управління конкурентоспроможністю. Проаналізовано зміст підходів менеджменту до вибору способів формування та нарощування конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Автором встановлено, що для промислових корпорацій найбільш релевантними є структурний, поведінковий, еволюційний та інституціональний підходи. Аналіз існуючих методологічних підходів до управління конкурентоспроможністю суб'єкта господарювання засвідчив відсутність єдиної критеріальної бази оцінювання конкурентоспроможності, яка формується залежно від галузевих стандартів, завдань дослідження та ринкової специфіки, а методи оцінки диференціюються за ступенем об'єктивності та способом вибору параметрів – якісним або кількісним. Аргументовано, що

основою для формування стратегії розвитку конкурентних переваг доцільно обрати метод конкурентних сил М. Портера. Обґрунтовано, що вибір конкурентної стратегії має враховувати взаємозв'язок маркетингових процесів та інноваційної результативності. Диференційовано існуючу множину інноваційних стратегій за їх роллю в управлінні конкурентоспроможністю підприємства. Сформовано матрицю стратегій конкурентоспроможності у координатах «рівень інноваційності – рівень маркетингової активності» з окресленням можливих стратегічних рішень. Розроблено модель формування конкурентних переваг галузі за допомогою ресурсів корпорації.

У третьому розділі проведено структурно-динамічний аналіз стану і результатів діяльності молокопереробної галузі України з урахуванням внеску галузі у досягнення цілей сталого розвитку ООН та глобальних і локальних трендів та чинників впливу. Встановлено, що галузь характеризується відносною стійкістю та значним соціально-економічним значенням, водночас зберігаючи чутливість до зовнішньої конкуренції та структурних диспропорцій. На регіональному рівні доведено наявність позитивної динаміки виробництва та збалансованості сировинної бази, що сприяє зміцненню ринкових позицій підприємств. Водночас виявлено нерівномірність їх фінансового стану та конкурентних можливостей.

У четвертому розділі сформовано концептуальні засади управління конкурентоспроможністю молокопереробних підприємств через інтеграційні процеси. Обґрунтовано доцільність розвитку інтеграційно-корпоративних форм як ефективного інструменту досягнення синергії ресурсів і підвищення ринкової стійкості підприємств. Запропоновано авторську управлінську парадигму, в якій ключову роль відіграє інтеграційна компетентність як системоутворюючий елемент забезпечення конкурентних переваг. Доведено, що її формування базується на поєднанні стратегічних, організаційних і маркетингових підходів, що сприяють трансформації інновацій у практичні результати. Визначено, що стратегічні альянси є найбільш гнучкою формою інтеграції, яка дозволяє зберігати автономію підприємств і водночас підвищувати їх конкурентоспроможність. Здійснено моделювання процесів формування стратегічних альянсів у молокопереробній галузі за умов глобалізаційних викликів.

У п'ятому розділі узагальнено теоретико-прикладні засади стратегізації підвищення конкурентоспроможності інтегрованих корпоративних структур на основі розвитку інноваційно-маркетингових процесів. Обґрунтовано, що ключовим елементом забезпечення довгострокових конкурентних переваг

виступає інноваційно-маркетингове ядро, яке інтегрує виробничо-технологічні, організаційні та комунікаційні компоненти в єдину систему управління. Визначено провідну роль маркетингових процесів у координації інноваційної діяльності та формуванні ефективної асортиментної політики стратегічних альянсів. Доведено доцільність використання методу Форсайт для формування адаптивних стратегій розвитку та оперативного коригування управлінських рішень. Розкрито значення маркетингової діагностики як інструменту регулювання взаємодії учасників альянсу з урахуванням етапів їх життєвого циклу. Акцентовано на визначальній ролі цифровізації та кобрендингу як чинників інтеграції, що сприяють підвищенню ефективності співпраці, прискоренню комерціалізації інновацій і зміцненню ринкових позицій корпоративних структур.

Достовірність та обґрунтованість наукових положень та висновків дисертації також забезпечується фаховим використанням таких методів: гносеологічного і контент-аналізу (історичний, логічний, аналітичний, декомпозиції, узагальнення) – пп. 1.1–1.3; структурно-логічного аналізу – пп. 2.1–2.3; аналізу, синтезу, системного підходу та наукового абстрагування – пп. 5.1–5.2; і порівняльного аналізу – пп. 3.1–3.3; інституційного аналізу – пп. 4.1; стратегічного аналізу – пп. 4.2; графічного моделювання – пп. 4.3 та 5.3; опитування та експертного оцінювання – пп. 5.1; графічної візуалізації, абстрактно-логічного та конструювання понять і категорій.

Оцінка наукової новизни дисертації

Дисертаційна робота підготовлена на належному науковому рівні. Карпенко В.Л, вдало оперує теоретико-методологічними та прикладними аспектами обраного дослідження.

Автором проведене комплексне наукове обґрунтування теоретико-методологічних і прикладних підходів до комплексного вирішення проблеми формування корпоративних інноваційно-маркетингових процесів підвищення конкурентоспроможності підприємств, що дозволило отримати обґрунтовані висновки та достовірні результати дослідження. Серед отриманих результатів дослідження, які характеризуються науковою новизною, є:

– вперше концептуалізовано сутність управлінської парадигми стратегізації підвищення конкурентоспроможності корпоративних структур, методологічним ядром якої визначено інтеграційну компетентність, а ключовим механізмом її реалізації є інноваційно-маркетингові процеси, які координують інтеграцію знань, ресурсів і організаційних рішень у забезпеченні конкурентоспроможності;

сформульовано комплекс методологічних принципів формування інтеграційної компетентності та визначено сутність і функціональне призначення її складових у менеджменті конкурентоспроможності корпоративних структур, що забезпечує створення цілісної методологічної основи для розроблення ефективних механізмів стратегізації конкурентних переваг і посилення довгострокової ринкової стійкості інтегрованих корпоративних утворень у трансформаційній економіці (підрозділи 4.1 (с. 276–282), 5.2, (с. 374–379));

– вперше розроблено науково-методичний інструментарій маркетингової діагностики ефективності організаційної взаємодії в стратегічних альянсах, який ґрунтується на зіставленні потенціалу інтеграційної компетентності з фактичним рівнем ефективності організаційної взаємодії за складовими інтегральних індексів: довіри, координації, узгодженості, задоволеності. Регулярне діагностування цих параметрів забезпечує своєчасне виявлення змін у структурних і мотиваційних диспозиціях учасників, підтримання високої якості співпраці та узгодженості дій, що сприяє організаційній стійкості, економічній результативності й зростанню конкурентоспроможності альянсів на цільових ринках (підрозділ 5.1, с. 362–373);

– вперше сформульовано й обґрунтовано наукову гіпотезу щодо організаційного та інструментального забезпечення стратегізації функціоналу управління розвитком інтегрованої корпоративної структури. Організаційне забезпечення досягається створенням у стратегічному альянсі Ініціативної Координаційної Ради, яка забезпечує узгодженість довгострокових цілей розвитку та досягнення організаційної синергії через інтеграцію асортиментної політики, механізмів оптимального використання сировини, забезпечення якості та формування довіри споживачів. Інструментальне забезпечення визначається виділенням у структурі управління інноваційно-маркетингового ядра як функціонального інструмента реалізації стратегічних цілей, що забезпечує трансформацію стратегічних орієнтирів у ринкові конкурентні переваги, використовуючи новітні технологічні розробки для інформаційного забезпечення ефективності бізнес-процесів, сукупна реалізація яких створює умови для підвищення ефективності організаційної взаємодії учасників альянсу та нарощування їх ринкової проактивності в динамічному бізнес-середовищі (підрозділи 5.1 (с. 341–342), 5.2 (с. 374–379));

– удосконалено науково-методичний підхід щодо позиціонування функціоналу кобрендингу в стратегічних альянсах як інструменту маркетингового просування з виділенням маркетингової, інтеграційної та стратегічної функцій, що, на відміну від традиційного розуміння, розглядається

як інноваційний акселератор, який прискорює комерціалізацію нових продуктів завдяки зниженню ризику їхнього неприйняття ринком через підвищення рівня довіри споживачів і синергії інноваційних компетенцій учасників об'єднання і дає змогу ідентифікувати його як значущий елемент інноваційно-маркетингового ядра стратегізації конкурентоспроможності стратегічних альянсів молокопереробної галузі, що створює додаткові можливості для їхнього інноваційного розвитку (підрозділ 5.3, с. 395–405);

– дістали подальшого розвитку теоретико-методологічні основи управління конкурентоспроможністю корпоративних структур – шляхом інтеграції структурного, поведінкового, еволюційного та інституціонального підходів; структурний та інституціональний – забезпечують формування стратегічного бачення стану й тенденцій конкурентного середовища, поведінковий – оптимізацію внутрішніх процесів і узгодження інтересів учасників, еволюційний – гнучкість і здатність до інновацій. Синергія цих підходів дає змогу сформувати інституційно й функціонально ефективну модель корпоративного управління, здатну обирати адекватні ринковим викликам інструменти і технології формування та реалізації конкурентних переваг, забезпечуючи стале підвищення конкурентоспроможності корпоративних структур в умовах глобальних трансформацій (підрозділ 2.1, с. 125–134);

– дістали подальшого розвитку науково-методичні підходи щодо цифровізації процесів формування і реалізації конкурентних переваг стратегічних альянсів, закладених в інноваціях та організаційно-інтеграційній взаємодії, з виокремленням інноваційно-маркетингового ядра конкурентоспроможності та ринкової проактивності стратегічних альянсів молокопереробної галузі, центральним елементом якого є інноваційні маркетингові технології, що дозволяють, на відміну від існуючого, інтегрувати асортиментну політику, механізми оптимального використання сировини, забезпечення якості та формування довіри споживачів у єдину систему стратегізації конкурентоспроможності, залучаючи до продукування конкурентних переваг усіх учасників альянсу (підрозділ 5.2, с. 380–386);

– дістала подальшого розвитку концепція конкурентних сил М. Портера, яка доповнена конкретизацією завдань функціональних служб у формуванні конкурентних переваг з урахуванням інтеграції маркетингових процесів з інноваційною результативністю та розробкою матриці стратегій конкурентоспроможності у координатах «рівень інноваційності – рівень маркетингової активності», що дозволяє визначати стратегічні рішення для кожного квадранта матриці, окреслювати відповідні ключові показники

ефективності та ризику, що виникають у разі дисбалансу між інноваційними й маркетинговими складовими конкурентної стратегії і розробляти модель формування конкурентних переваг галузі за допомогою ресурсів корпорації (підрозділ 2.3, с. 174–186);

Дисертація містить також й інші розробки та положення, що характеризуються науковою новизною та спрямовані на вдосконалення механізмів підвищення конкурентоспроможності підприємств на основі корпоративних інноваційно-маркетингових процесів.

За рівнем наукової новизни результати дослідження відповідають вимогам до дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Це свідчить про достатній ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, високий рівень їх достовірності та новизни.

Практичне значення одержаних результатів дисертації

Практичне значення одержаних результатів полягає в їх використанні органами державної влади – Верховної Ради України (довідка від 25.02.2026 р. № 04-16/18-2026/41524); Міністерства економіки, довкілля та сільського господарства України (довідка від 13.03.2026 р. № 3833-06/24605-09); Хмельницької обласної державної адміністрації (довідка від 27.02.2026 р. № 04.01-23/2026); Хмельницької міської ради (довідка від 25.02.2026 р. № 21). Результати дисертаційної роботи використовуються і в практичній діяльності Хмельницької торгово-промислової палати (довідка від 08.09.2025 р. № 22-05/883) та Агенції регіонального розвитку Хмельницької області (довідка від 28.01.2026 р. № 12). Також, основні результати дисертаційної роботи використовуються такими підприємствами молокопереробної галузі: ПП «Дживальдіс» (довідка від 27.03.2025 р. № 68); ТОВ «Деражнянський молочний завод» (довідка від 18.12.2025 р. № 970/1); ПрАТ «Хмельницька маслосирбаза» (довідка від 17.02.2026 р. № 393); ТОВ «Віньковецький сирзавод» (довідка від 24.04.2025 р. № 106/1); ТОВ «Баранівський молокозавод» (довідка від 03.12.2025 р. № 115); ПП «ЕКСКЛЮЗИВ-ПЛЮС» (довідка від 04.06.2025 р. № 47); ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (довідка від 15.05.2025 р. № 236).

Окремі наукові та методологічні положення, що викладені в дисертації використовуються в освітньому процесі Хмельницького національного університету під час розроблення таких дисциплін, як: «Інноваційний маркетинг», «Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств», «Стратегічний маркетинг», «Підприємницькі мережі: форми організації

міжфірмових взаємодій суб'єктів підприємництва» (довідка від 30.10.2025 р. № 015/160).

Повнота викладення результатів дисертації у наукових працях

Опубліковані праці Карпенка В.Л. у повному обсязі відображають основні положення дисертаційної роботи. Кількість публікацій автора є достатньою для висвітлення результатів дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук відповідно до чинних вимог.

Результати дисертації представлені у 59 наукових працях, серед яких одноосібна монографія та 4 розділи у колективних монографіях, 5 статей у наукових виданнях, включених до наукометричних баз даних Scopus, Web Of Science, 3 статті в іноземних виданнях, 24 статті у фахових наукових виданнях України, 22 публікації апробаційного характеру. Загальний обсяг наукових праць становить 62,78 д.а., з них особисто авторці належить 51,02 д.а. Публікації мають широку географію. Опубліковані праці містять положення, що сформульовані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, використано лише ті положення, що є результатом особистих досліджень автора.

Дисертаційна робота відповідає чинним вимогам щодо загального обсягу та кількості наукових публікацій, які встановлені для здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Таким чином, зміст та обсяг опублікованих матеріалів дисертації, а також рівень апробації результатів дослідження цілком відповідають встановленим вимогам.

Відповідність змісту реферату основним положенням дисертації

Реферат змістовно відповідає дисертації та не містить відомостей, які у дисертаційній роботі є відсутніми. Наукові положення, висновки і рекомендації, представлені здобувачем у рефераті, належним чином розкриті та обґрунтовані у дисертації.

Академічна доброчесність та оформлення дисертації

Аналіз тексту дисертації, а також публікації Карпенка В.Л. свідчать про відсутність ознак порушення автором вимог академічної доброчесності.

Дисертаційна робота містить посилання на джерела інформації у випадку використання ідей, розробок, тверджень, відомостей і відповідає вимогам законодавства про авторське право та суміжні права.

На підставі вивчення дисертації, реферату, наукових праць робимо висновок про те, що дисертант Карпенко Віталій Леонідович не використовував

результати своєї кандидатської дисертації при написанні докторської дисертаційної роботи, про відсутність плагіату та про відповідність дисертаційної роботи вимогам академічної доброчесності.

Викладення в дисертації проблем, результатів дослідження, наукової новизни, висновків та рекомендацій є чітким, логічно побудованим та структурованим. Оформлення дисертації відповідає встановленим вимогам.

Відповідність дисертації профілю докторської ради та паспорту наукової спеціальності

Дисертаційна робота Карпенка В.Л. на тему «Формування корпоративних інноваційно-маркетингових процесів підвищення конкурентоспроможності підприємств за умов глобалізаційних викликів» відповідає профілю спеціалізованої вченої ради Д.70.052.01 та паспорту спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

Зауваження та дискусійні положення дисертації

Визначаючи високий рівень наукового обґрунтування та переконливість теоретичних, аналітичних і науково-прикладних положень дисертації Карпенка В.Л. змістовність і логіку викладення матеріалів дослідження, слід звернути увагу на окремі дискусійні положення, зокрема:

1. У підрозділі 1.1, присвяченому теоретичним засадам функціонування корпоративних структур (с. 50-71), автором здійснено ґрунтовний аналіз підходів до трактування категорії «корпорація» і узагальнено, що корпорація поєднує функції суб'єкта господарювання, інституційної форми власності, об'єкта стратегічного управління та носія соціальної відповідальності у процесах створення та нарощування ринкової цінності в координатах інтересів зацікавлених осіб (с. 69-71). Разом із тим, на нашу думку, узагальнюючий авторський підхід до цієї категорії потребує більш чіткого відмежування від існуючих підходів, зокрема в частині акценту на інтеграційній природі корпоративних утворень, що потребує додаткового обґрунтування автора.

2. У підрозділі 5.1 автор пропонує створити в стратегічному альянсі молокопереробної галузі Хмельницької області «Ініціативну Координаційну Раду стратегічного альянсу» (с. 341-342) із визначеною організаційною структурою. Вимагає додаткового обґрунтування здатність забезпечення ефективної координації в межах стратегічного альянсу запропонованої організаційної структури, яка складається з менеджерів-координаторів,

маркетолога і спеціаліста з цифрових технологій. І яким чином буде вимірюватись ефективність роботи самої Ініціативної Координаційної Ради?

3. Авторська позиція полягає в тому, що важливим методологічним інструментом стратегізації підвищення конкурентоспроможності молокопереробних інтегрованих корпоративних структур в умовах трансформаційних процесів є використання методу Форсайт – побудови дорожніх карт розвитку (підрозділ 5.1, с. 355–357). Проте вперше цей інструмент характеризується саме у п'ятому розділі роботи, на нашу думку доречним було охарактеризувати його особливості у другому розділі роботи.

4. У підрозділі 5.2 автор слушно стверджує, що цифрові технології стають інструментом зміцнення інноваційно-маркетингового ядра підвищення конкурентоспроможності, однак рівень цифровізації фермерських господарств (постачальників молока-сировини) часто є мінімальним, а саме ці суб'єкти господарювання часто є постачальниками сировини або нішевими учасниками альянсів, ігнорування їхньої цифрової неготовності може стати критичним обмеженням для реалізації запропонованої автором стратегії, що вимагає додаткового обґрунтування.

5. У висновках дисертації, в частині розгляду подальших досліджень (с. 426) доцільно було б більш чітко окреслити межі застосування запропонованих наукових положень залежно від галузевої специфіки корпорацій, оскільки особливості функціонування підприємств у різних секторах економіки можуть суттєво впливати на ефективність інноваційно-маркетингових процесів та вимагати адаптації запропонованих підходів.

Водночас висловлені зауваження не зменшують високий рівень вагомості отриманих наукових результатів і загалом позитивної оцінки дисертаційної роботи Карпенка В.Л.

Загальний висновок

Аналіз дисертації, тексту реферату та опублікованих праць Карпенка Віталія Леонідовича. дає підстави зробити висновок про те, що робота на тему «Формування корпоративних інноваційно-маркетингових процесів підвищення конкурентоспроможності підприємств за умов глобалізаційних викликів» є актуальним, завершеним, цілісним і самостійним науковим дослідженням, яке містить наукову новизну, має теоретико-методологічне та науково-практичне значення.

Зміст і структура дисертації цілком відповідають задекларованій меті, що дозволило вирішити важливу наукову проблему, яка полягає в розробленні

теоретико-методологічних засад і прикладних рекомендацій щодо формування корпоративних інноваційно-маркетингових процесів для підвищення конкурентоспроможності підприємств за умов сучасних глобалізаційних викликів.

Дисертаційна робота Карпенка В.Л. на тему «Формування корпоративних інноваційно-маркетингових процесів підвищення конкурентоспроможності підприємств за умов глобалізаційних викликів» є завершеним науковим дослідженням, що відповідає вимогам, які встановлені до дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук, відповідно до пунктів 7-9 «Порядку присудження та позбавлення наукового ступеня доктора наук», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 17.11.2021 р. № 1197 із відповідними змінами, а автор дисертації – Карпенко Віталій Леонідович – заслуговує присудження наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

Офіційний опонент:

Доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу і логістики
Національного університету
«Львівська політехніка» МОН України

Олена БОЧКО

Підпис д.е.н., проф. Бочко О.Ю.
засвідчую
Вчений секретар
Національного університету
«Львівська політехніка»



Роман БРИЛИНСЬКИЙ