

ВІДГУК

офіційного опонента

доктора економічних наук, професора Копитко Марти Іванівни
на дисертаційну роботу Асамоаха-Черемеха Джошуа «Маркетингові
інструменти забезпечення економічної безпеки підприємства», поданої на
здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 – Маркетинг

1. Актуальність теми дослідження. В умовах дестабілізації зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування вітчизняних підприємств особливої актуальності набуває забезпечення економічної безпеки. Економічна безпека перестає бути суто фінансовим поняттям і все більше набуває комплексного міждисциплінарного змісту, охоплюючи організаційні, інформаційні, маркетингові та стратегічні аспекти. Одним з ключових факторів, що визначає стійкість підприємства в турбулентних умовах ринку, виступає маркетинг, зокрема ефективне використання маркетингових інструментів. Сучасний маркетинг, який орієнтований на клієнта, гнучкість і цифровізацію, дає змогу не лише забезпечити стабільне функціонування підприємства, але й слугує засобом ідентифікації загроз, формування конкурентних переваг та зменшення ризиків. Актуальність теми дослідження полягає у необхідності глибшого наукового обґрунтування ролі маркетингових інструментів у механізмі економічної безпеки підприємств та розробки ефективних практичних рекомендацій щодо їх використання у стратегічному управлінні.

2. Зв'язок роботи з науковими програмами, темами, планами. Дисертаційна робота виконана відповідно до планів науково-дослідної роботи Хмельницького національного університету в межах держбюджетної теми «Моделювання стратегій безпечного розвитку інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем» (реєстраційний номер 0122U001212). У межах цієї теми автором здійснено розробку та апробацію моделі забезпечення економічної безпеки підприємства на основі використання маркетингових інструментів. Дисертація безпосередньо пов'язана з реалізацією завдань наукової тематики, що передбачає пошук нових рішень для підвищення стійкості вітчизняних підприємств через інтеграцію інноваційного інструментарію стратегічного маркетингу в

систему економічної безпеки.

3. Наукова новизна одержаних результатів дисертаційного дослідження полягає у теоретико-методичному обґрунтуванні основних положень та прикладних рекомендацій з використання маркетингових інструментів у забезпеченні економічної безпеки підприємств. Найбільш значущими науковими результатами дослідження, які характеризуються науковою новизною та виносяться на захист, є такі:

вперше:

- розроблено модель забезпечення економічної безпеки підприємства на основі обґрунтування оптимального набору маркетингових інструментів, з урахуванням цінової політики та актуальних факторів негативного впливу, що дозволяє підприємству збільшувати обсяги реалізації продукції та прибутку без кардинального збільшення витрат і відповідного зростання повної собівартості продукції, що забезпечує підвищення ефективності функціонування маркетингу в цілому та системи економічної безпеки зокрема;

- сформовано структуру та розроблено механізм забезпечення економічної безпеки підприємств легкої промисловості на основі використання маркетингових інструментів з урахуванням специфіки моделей взаємодії з клієнтами B2B та B2C, що забезпечує ефективну адаптацію підприємств до зміни ситуації на ринках, збереження кількості клієнтів та обумовлює отримання стабільного доходу і зменшення ризиків маркетингової діяльності;

удосконалено:

- понятійно-категоріальний апарат маркетингу (зокрема, поняття «маркетингова безпека» і «інструменти маркетингу»), а також безпекології («економічна безпека підприємства»);

- архітекtonіку системи маркетингового моніторингу загроз економічній безпеці, що передбачає ідентифікацію зовнішніх і внутрішніх ризиків та формування превентивних заходів;

дістали подальший розвиток:

- підходи до структуризації системи економічної безпеки підприємства з виокремленням маркетингової складової, яка передбачає генерування оптимальної маркетингової політики;

– науково-методичний підхід до оцінювання рівня готовності підприємств до впровадження маркетингових інструментів, що враховує об'єктивні та суб'єктивні чинники готовності до змін.

4. Теоретичне і практичне значення результатів дослідження.

Отримані результати відзначаються вагомим теоретичним і прикладним значенням. Теоретична цінність підтверджується новими науковими положеннями та розробками автора. Теоретичні узагальнення, наукові розробки та методичні рекомендації автора використовуються в освітньому процесі Хмельницького національного університету під час викладання дисциплін: «Маркетинг», «Сучасні технології управління» (довідка про впровадження № 3/12 від 4.12.2024 р.).

Практичне значення одержаних результатів підтверджується можливістю їх широкого застосування у діяльності підприємств. Розроблені методичні рекомендації та прикладні рішення спрямовані на підвищення рівня економічної безпеки підприємств шляхом активного використання маркетингового інструментарію. Важливо, що результати дисертації впроваджено на практиці, що підтверджується довідками впровадження на вітчизняних підприємствах легкої промисловості, зокрема 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.).

5. Повнота викладення у відкритому друку та апробація наукових положень дисертації. Основні наукові положення і результати дисертації повністю відображені у публікаціях здобувача, що відповідає встановленим вимогам. За темою дисертації опубліковано 14 наукових праць загальним обсягом 5,6 друк. арк. (особистий внесок автора – 4,72 друк. арк.). З них 8 статей – у фахових наукових виданнях України. Окрім того, 5 публікацій представлені у збірниках матеріалів науково-практичних конференцій, що додатково підтверджує апробацію результатів. Тематика публікацій здобувача відповідає змісту дисертації, а кількість і рівень таких публікацій повністю відповідають вимогам до дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора філософії (згідно з чинними нормативними документами).

6. Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації, їх достовірність. Наукові положення, висновки та практичні рекомендації, сформульовані у дисертаційній роботі Асамоаха-Черемеха Джошуа, є логічно послідовними, внутрішньо узгодженими, обґрунтованими та достовірними. Їх обґрунтованість забезпечується використанням широкого спектра загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, серед яких: системний і функціональний підхід, економіко-статистичний аналіз, експертне оцінювання, порівняльне оцінювання, моделювання, морфологічний аналіз, інтерпретація результатів анкетування й опитувань.

Достовірність результатів підтверджується: репрезентативною інформаційною базою дослідження, яка включає дані вітчизняних підприємств легкої промисловості; практичним впровадженням результатів дослідження на прикладі реальних підприємств ПрАТ «Хмельницька швейна фабрика «Лілея», ТОВ «Бембі», ТДВ «Полтавська фірма «Ворскла»; апробацією у межах реалізації науково-дослідної теми Хмельницького національного університету (держреєстраційний номер 0122U001212); публікацією основних положень дисертації у фахових наукових виданнях, у збірниках матеріалів науково-практичних конференцій.

Інформаційною базою дослідження є основні правові та нормативні документи Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, актуальна вітчизняна та зарубіжна наукова література, офіційні статистичні дані, фінансова звітність і первинна документація досліджуваних підприємств, результати опитування спеціалістів та менеджменту, матеріали особистих досліджень автора.

7. Структура та зміст дисертації, її завершеність та відповідність встановленим вимогам щодо оформлення.

Дисертаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг основного тексту становить 239 сторінок, включаючи 40 таблиць, 36 рисунків, 5 додатків, а також список використаних джерел, який містить 150 найменувань на 16 сторінках.

У вступі обґрунтовано актуальність теми, визначено мету, завдання, об'єкт та предмет дослідження, застосовані методи, наукову новизну,

практичне значення, ступінь апробації результатів та особистий внесок здобувача.

Перший розділ містить теоретико-методологічне обґрунтування використання маркетингових інструментів у забезпеченні економічної безпеки підприємств, уточнено понятійний апарат та визначено місце маркетингового підходу в системі економічної безпеки.

Другий розділ присвячено аналізу стану маркетингової складової економічної безпеки підприємств легкої промисловості України, розроблено та апробовано підхід до оцінювання впливу маркетингових інструментів.

Третій розділ містить авторську модель механізму забезпечення економічної безпеки підприємств на основі використання маркетингових інструментів, проведено її апробацію, розроблено інструменти ідентифікації загроз, механізм формування маркетингової стратегії на засадах безпекового підходу.

Висновки відображають досягнення поставлених у роботі цілей і завдань, формулюють узагальнення одержаних наукових результатів, підтверджують їх новизну та практичну значущість.

Дисертація повністю відповідає вимогам до оформлення наукових кваліфікаційних робіт, є завершеним самостійним науковим дослідженням, яке має логічну структуру, системний виклад матеріалу та наукову цінність.

Поставлені у дисертаційній роботі задачі повністю вирішені. Висновки дисертації мають конкретний характер, відображають основні наукові результати, які одержані здобувачем, а також рекомендації з їх практичного використання. Зазначені наукові положення, висновки та пропозиції дисертаційного дослідження сформульовані, апробовані і виносяться на захист уперше, що свідчить про їх наукову й практичну новизну.

8. Відсутність (наявність) порушення академічної доброчесності

За результатами ґрунтовного вивчення рукопису дисертаційної роботи та опублікованих наукових праць автора, а також аналізу наданого автором звіту щодо перевірки тексту рукопису електронним сервісом, порушень академічної доброчесності не було встановлено. Самостійний характер виконання дослідження підтверджується оригінальністю викладення матеріалу, науковим внеском здобувача та апробацією результатів у формі публікацій і виступів.

Асамоах-Черемех Джошуа дотримувався норм і принципів академічної доброчесності, норм законодавства про авторське право, порушення яких, як і академічного плагіату, не виявлено. У дисертації наявні посилання на відповідні джерела зазначені у списку використаних джерел, визначено особистий внесок автора в опублікованих у співавторстві працях.

9. Дискусійні положення та зауваження до дисертації.

1. У першому розділі автор, узагальнюючи теоретичні засади використання маркетингових інструментів у забезпеченні економічної безпеки підприємства, переважно акцентує увагу на поняттях, пов'язаних із традиційним маркетингом. Проте, на наш погляд, було б доцільно глибше проаналізувати роль персоналізованого маркетингу, маркетингової аналітики та штучного інтелекту у контексті сучасної економічної безпеки підприємств (Розділ 1, с. 50-59).

2. Визначаючи архітектуру системи маркетингового моніторингу загроз економічній безпеці підприємства, автор зосереджується на ідентифікації загроз, однак не розглядає достатньо глибоко механізми реагування на виявлені загрози та інтеграцію маркетингових заходів у загальну систему корпоративного антикризового управління (Розділ 1, с. 63-76).

3. У другому розділі при оцінюванні рівня готовності підприємств до впровадження маркетингових інструментів доцільно було б розширити перелік оцінюваних параметрів за рахунок індикаторів цифрової зрілості, які все більше впливають на маркетингову активність підприємств у цифровій економіці (Розділ 2, с. 122-136).

4. Незважаючи на значну увагу, приділену підприємствам легкої промисловості, результати дослідження виглядали б більш переконливими, якби було проведено паралельне порівняння із підприємствами інших галузей – наприклад, харчової або машинобудівної, з метою кращого розуміння галузевої специфіки застосування маркетингових інструментів.

5. В апробованій моделі забезпечення економічної безпеки підприємства (розділ 3) обґрунтовано її надійність в умовах турбулентного середовища, проте варто було б детальніше проаналізувати ризики надмірної залежності підприємства від цифрових каналів комунікації, зокрема, у контексті кіберзагроз або збоїв в інформаційній інфраструктурі (Розділ 3, с. 163-174).

Слід зазначити, що наведені зауваження не знижують наукової та

практичної цінності дисертаційної роботи Асамоаха-Черемеха Джошуа, яка містить інноваційні підходи щодо вирішення вищезазначеної проблеми.

10. Загальний висновок.

Дисертаційна робота Асамоаха-Черемеха Джошуа на тему «Маркетингові інструменти забезпечення економічної безпеки підприємства», яка подана до захисту у спеціалізовану вчену раду на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 – Маркетинг за своїми актуальністю, науково-теоретичним рівнем, основними результатами обґрунтованості, основними положеннями і результатами опублікованими у фахових виданнях, новизною постановки та практичним значенням відповідає вимогам Постанови Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44 «Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» із змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 507 від 03.05.2024, а її автор Асамоах-Черемех Джошуа заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 – Маркетинг.

Офіційний опонент:

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту та
економічної безпеки навчально-наукового
інституту управління, психології та безпеки
Львівського державного університету
внутрішніх справ
Міністерства внутрішніх справ України



Марта КОПИТКО

