

ВІДГУК ОФІЦІЙНОГО ОПОНЕНТА

**доктора економічних наук, професора, професора кафедри підприємництва,
торгівлі і логістики Національного технічного університету «Харківський
політехнічний інститут»**

Сергієнко Олени Андріанівни

**на дисертаційну роботу Бондаренка Андрія Анатолійовича
на тему: «Управління конкурентоспроможністю компаній в сфері електронної
комерції»,
подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії
за спеціальністю 073 Менеджмент**

Актуальність обраної теми дисертаційного дослідження

Сучасний етап розвитку економіки характеризується поглибленням цифрової трансформації бізнесу, стрімким поширенням платформних моделей, активним використанням даних, алгоритмічних технологій, штучного інтелекту та інструментів персоналізованої взаємодії зі споживачами. У цих умовах конкурентоспроможність компаній уже не може розглядатися виключно через традиційні параметри ціни, витрат, асортименту або частки ринку. Дедалі більшого значення набувають цифрова зрілість, клієнтський досвід, швидкість управлінського реагування, операційна гнучкість, цифрова довіра, надійність платіжної й логістичної інфраструктури, а також здатність компанії інтегруватися у платформні та екосистемні взаємодії.

Особливої актуальності зазначена проблематика набуває у сфері електронної комерції, яка є одним із найбільш динамічних сегментів цифрової економіки. Саме в цій сфері найбільш виразно проявляються нові форми конкуренції: конкуренція цифрових платформ, боротьба за клієнтську увагу, швидкість доставки, персоналізацію сервісу, якість цифрового інтерфейсу, безпеку платежів, ефективність логістичних рішень та здатність компанії формувати довгострокову довіру до бренду. Водночас швидке зростання e-commerce не усуває низку управлінських проблем, пов'язаних із фрагментарністю оцінювання конкурентоспроможності, недостатньою інтеграцією цифрових технологій у систему стратегічного управління, обмеженим використанням штучного інтелекту як управлінського контуру, а також потребою у більш чіткому методичному забезпеченні стратегічної діагностики конкурентних позицій компаній.

Для українських підприємств електронної комерції ці питання набувають додаткової гостроти в умовах воєнного стану, логістичних обмежень, нестабільності споживчого попиту, кадрово-компетентнісного дефіциту, ризиків кібербезпеки та необхідності швидкої адаптації до глобальних цифрових трендів. У таких обставинах особливо важливим є пошук дієвих управлінських рішень, які

дозволяють не лише оцінювати поточний рівень конкурентоспроможності e-commerce компаній, а й формувати стійкі конкурентні переваги на основі цифрової довіри, аналітики даних, інноваційних бізнес-моделей, AI-інструментів і платформної взаємодії.

За таких обставин дисертаційне дослідження Бондаренка Андрія Анатолійовича, присвячене управлінню конкурентоспроможністю компаній у сфері електронної комерції, є своєчасним, актуальним і таким, що відповідає потребам сучасної економічної науки та практики менеджменту. Обрана тема має вагомe теоретико-методичне і прикладне значення, оскільки спрямована на поглиблення наукових положень щодо формування конкурентних переваг e-commerce компаній, розроблення організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю, розвиток методичного інструментарію стратегічної діагностики та обґрунтування практичних заходів забезпечення конкурентного зростання в умовах глобальної цифровізації.

Зв'язок дисертації з науковими програмами, планами, темами

Дисертаційна робота Бондаренка Андрія Анатолійовича є складовою частиною наукової тематики Національного університету «Чернігівська політехніка» за наступними темами:

- «Розвиток підприємництва у сфері інфраструктурного забезпечення бізнесу» (№ ДР 0119U103582, 2019-2024 рр.);
- «Модель повоєнного відновлення прикордонних університетів України в епоху цифровізації за концепцією сталого розвитку» (№ ДР 98/23, 2023-2025 рр.);
- «Модель повоєнного розвитку кредитних установ на основі штучного інтелекту: кастомізація фінансових послуг та пруденційний нагляд» (№ ДР 101/24, 2024-2026 рр.);
- «Стратегічний розвиток регіонального підприємництва в контексті глобальних трендів та викликів повоєнного відновлення» (№ ДР 0125U000379, 2025-2027 рр.).

Тематика дисертації безпосередньо узгоджується із зазначеними науковими напрямками, оскільки розкриває проблеми розвитку підприємництва, цифровізації бізнес-процесів, формування конкурентних переваг компаній електронної комерції та обґрунтування управлінських інструментів їх стратегічного зростання в умовах сучасних глобальних і національних викликів.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, їх достовірність

Аналіз змісту дисертаційної роботи дає підстави констатувати, що наукові положення, висновки і рекомендації, сформульовані автором, є належно

обґрунтованими, логічно взаємопов'язаними та достовірними. Мета дослідження, яка полягає у поглибленні теоретико-методичних засад і розробленні науково-прикладних положень управління конкурентоспроможністю компаній у сфері електронної комерції в умовах глобальної цифровізації, досягнута повною мірою, а поставлені завдання послідовно реалізовані у трьох розділах дисертації. Це забезпечує цілісну логіку переходу від теоретичного обґрунтування проблеми до аналітичної оцінки стану ринку електронної комерції та розроблення прикладного управлінського інструментарію.

Робота характеризується системністю, цілісністю та логічною побудовою. Автором послідовно обґрунтовано наукову проблему, розкрито еволюцію теоретичних підходів до конкурентоспроможності підприємств, визначено особливості електронної комерції як сфери прояву цифрової конкуренції, проаналізовано роль цифрової довіри як чинника формування конкурентних переваг, здійснено оцінку стану і тенденцій розвитку ринку електронної комерції, виявлено ключові проблеми та бар'єри розвитку конкурентних переваг e-commerce компаній. Завершальним етапом дослідження стало обґрунтування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю, методичного підходу до стратегічної діагностики та портфеля управлінських заходів для забезпечення конкурентного зростання компаній у сфері електронної комерції.

Методологічне підґрунтя дисертації сформовано на основі комплексного використання загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, що відповідають поставленій меті та змісту наукових завдань. Зокрема, для розкриття теоретичних засад конкурентоспроможності автором використано системний, історико-логічний, компаративний та структурно-функціональний підходи; для вивчення сутності електронної комерції, цифрової довіри та джерел конкурентних переваг застосовано методи теоретичного узагальнення, контент-аналізу, аналізу і синтезу; для оцінки ринку електронної комерції в Україні та світі використано аналітико-статистичні, порівняльні, графоаналітичні та матричні методи. Таке поєднання методів забезпечило достатній рівень аргументованості отриманих результатів і дозволило розглядати проблему управління конкурентоспроможністю e-commerce компаній у теоретичному, аналітичному та прикладному вимірах.

Окремо слід відзначити доцільність застосування автором методичного інструментарію стратегічної діагностики конкурентоспроможності e-commerce компаній. Запропонований підхід передбачає формування системи показників за шістьма функціонально-стратегічними блоками, визначення вагомості показників і блоків на основі експертного оцінювання, нормалізацію показників-стимуляторів і дестимуляторів, розрахунок часткових індексів та інтегрального показника конкурентоспроможності. Така логіка оцінювання дає змогу перейти від фрагментарної оцінки окремих аспектів діяльності компанії до комплексного стратегічного аналізу її конкурентної позиції, виявлення внутрішніх стратегічних розривів і визначення напрямів управлінського реагування.

Інформаційна база дисертації є репрезентативною та достатньою для розв'язання поставлених завдань. У роботі використано наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, нормативно-правові акти, офіційні статистичні дані, аналітичні матеріали міжнародних організацій, галузеві звіти, інформацію відкритих цифрових ресурсів, а також результати власних узагальнень, розрахунків і прикладної апробації автора. Візуалізація результатів у вигляді таблиць, рисунків, матриць і структурно-логічних схем підсилює доказовість та наочність отриманих результатів.

У цілому дисертаційна робота є самостійним, завершеним і цілісним науковим дослідженням, у якому поєднано ґрунтовну теоретичну базу, аналітичну складову та практичний управлінський інструментарій. Сформульовані автором положення, висновки і рекомендації мають належний рівень обґрунтованості, підтверджуються використаною методологією, репрезентативною інформаційною базою та прикладною спрямованістю результатів, що засвідчує належний рівень наукової підготовки здобувача.

Структура і зміст дисертаційної роботи. Відповідність дисертаційної роботи встановленим вимогам

Дисертаційне дослідження має завершений характер, відзначається логічною структурою та оформлене відповідно до усталених вимог до кваліфікаційних наукових праць. Структурно робота включає вступ, три розділи основної частини, висновки, список використаних джерел та додатки. Така побудова забезпечує послідовний перехід від теоретико-методологічного обґрунтування проблеми до її аналітичного дослідження та розроблення прикладних управлінських рішень.

У вступі обґрунтовано актуальність обраної теми, визначено мету, завдання, об'єкт, предмет і методи дослідження, розкрито наукову новизну та практичне значення отриманих результатів, наведено інформацію про апробацію положень дисертації та публікації автора.

У першому розділі дисертації «Теоретичні положення конкурентоспроможності підприємств електронної комерції в умовах глобальної цифровізації» автором досліджено еволюцію та теоретико-методичні підходи до визначення конкурентоспроможності компанії й формування конкурентних переваг у цифровій економіці. Значну увагу приділено аналізу електронної комерції як економічної категорії, її функціонального змісту, суб'єктної структури, організаційно-економічних моделей, сучасних форм розвитку, зокрема соціальної комерції. Окремим важливим результатом першого розділу є розкриття цифрової довіри як фактора конкурентоспроможності підприємств на ринку електронної комерції та обґрунтування авторського бачення ланцюга цифрової довіри.

У другому розділі «Дослідження та аналітична оцінка стану і тенденцій розвитку підприємств електронної комерції в Україні» здійснено ґрунтовний аналіз поточного стану ринку електронної комерції в Україні та світі, розкрито його

масштаби, динаміку й структурні особливості. Автором досліджено конкурентоспроможність e-commerce компаній через системно-динамічні виміри, роль технологічних платформ і поведінки споживачів. Також у розділі ідентифіковано ключові проблеми та бар'єри розвитку конкурентних переваг підприємств електронної комерції, серед яких структурна асиметрія ринку, обмежений доступ до якісної цифрової аудиторії, логістично-операційні та фінансово-інвестиційні обмеження, недостатній рівень цифрової довіри, кадрово-компетентнісний дефіцит і недосконалість інституційного середовища.

У третьому розділі «Науково-прикладні положення зростання конкурентоспроможності компаній у сфері електронної комерції в умовах глобальної цифровізації» автором розроблено організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємств електронної комерції, у межах якого виокремлено цілі, принципи, ресурси, інструменти, аналітичні процедури та контрольні контури управління. Важливою складовою розділу є обґрунтування AI-контурів та AI-governance як інституційного контуру відповідального, безпечного й результативного використання штучного інтелекту. Дисертантом також запропоновано методичний підхід до стратегічної діагностики конкурентоспроможності e-commerce компаній, матрицю вибору конкурентної стратегії та портфель управлінських заходів забезпечення стратегічного зростання конкурентоспроможності компаній у сфері електронної комерції. Важливою складовою цієї частини дисертаційного дослідження є деталізація процесів AI-трансформації e-commerce компаній з подальшим переходом до автономної електронної комерції.

Висновки, сформульовані за результатами проведеного дослідження, є змістовними, логічно пов'язаними зі змістом розділів та повною мірою відображають рівень реалізації поставлених наукових завдань. Дисертаційна робота вирізняється цілісністю, послідовністю викладу та практичною спрямованістю отриманих результатів.

Наукова новизна одержаних результатів

Ознайомлення з дисертаційною роботою Бондаренка А.А. та його науковими публікаціями дає підстави стверджувати, що одержані результати мають належний рівень самостійності, логічно пов'язані з метою і завданнями дослідження та розкривають авторське бачення управління конкурентоспроможністю компаній у сфері електронної комерції. До найбільш вагомих положень наукової новизни доцільно віднести такі.

Уперше обґрунтовано комплексний AI-орієнтований організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю e-commerce компаній, у межах якого штучний інтелект розглянуто не як допоміжний цифровий інструмент, а як окремий управлінський контур підтримки, аналітичного супроводу та часткової автоматизації управлінських рішень.

Важливою складовою зазначеного механізму є включення блоку AI-governance, що забезпечує інституційне врегулювання відповідального, етичного, безпечного та контрольованого використання алгоритмічних систем. Такий результат посилює прикладну спрямованість дослідження, оскільки пов'язує використання штучного інтелекту з персоналізацією взаємодії зі споживачами, адаптивністю бізнес-процесів, швидкістю управлінського реагування, зміцненням цифрової довіри та формуванням динамічних конкурентних переваг.

Удосконалено ряд положень, серед яких:

- підхід до розкриття змісту конкурентоспроможності підприємства електронної комерції, у якому акцент перенесено з традиційного набору показників, пов'язаних із ціною, витратами, якістю товару та ринковою часткою, на здатність компанії результативно перетворювати наявні ресурси в цифрову цінність, індивідуалізований клієнтський досвід, довіру, інноваційність і масштабовану бізнес-модель. Це дало змогу автору повніше врахувати специфіку цифрово-платформеного середовища, у якому функціонують сучасні e-commerce компанії;

- наукова систематизація детермінант і різновидів конкурентних переваг компаній у цифровій економіці. Автором виокремлено та змістовно узгоджено технологічні, аналітико-інформаційні, бізнес-модельні, клієнтоорієнтовані диджитал-сервісні, організаційно-динамічні, мережево-екосистемні та довірчо-інституційні переваги, що дозволяє розглядати конкурентоспроможність e-commerce компанії як результат взаємодії технологічних, управлінських, ринкових і поведінкових чинників;

- теоретико-прикладне трактування цифрової довіри у сфері електронної комерції. У роботі переконливо показано, що цифрова довіра не обмежується питаннями кібербезпеки або технічної надійності цифрових каналів, а виступає стратегічним нематеріальним ресурсом, який впливає на лояльність споживачів, повторні покупки, конверсію, репутацію бренду, рівень транзакційних витрат і стійкість конкурентних позицій компанії;

- методичний інструментарій стратегічної діагностики конкурентоспроможності e-commerce компаній. Його цінність полягає у поєднанні шести взаємопов'язаних функціонально-стратегічних блоків — ринково-конкурентного, клієнтського, цифрово-технологічного, операційно-логістичного, інноваційно-адаптаційного та блоку цифрової довіри й стійкості. Запропонована логіка оцінювання дає змогу не лише визначати інтегральний рівень конкурентоспроможності, а й виявляти внутрішні стратегічні розриви, що потребують управлінського реагування, Набули подальшого розвитку:

- теоретичні положення щодо розуміння електронної комерції як економічної категорії. Автор розглядає її не лише як форму здійснення купівлі-продажу з використанням електронних засобів, а як складну систему економічних відносин, процесів, цифрових взаємодій і бізнес-моделей, у

межах яких створюється, передається та реалізується споживча цінність у цифровому середовищі;

- підходи до характеристики сучасних форматів розвитку електронної комерції, зокрема D2C-моделей, соціальної комерції, маркетплейсових, платформених та омніканальних форм організації торгівлі. У роботі обґрунтовано, що сучасна електронна комерція дедалі більше набуває ознак цифрової екосистеми, у якій взаємодіють продавці, споживачі, платіжні сервіси, логістичні оператори, маркетингові платформи та інші цифрові посередники;

- аналітичні положення щодо оцінювання стану й тенденцій розвитку українського ринку електронної комерції. Заслугує на позитивну оцінку комплексний характер аналізу, у якому враховано масштаби ринку, інтернет-проникнення, розвиток логістичної та платіжної інфраструктури, структуру провідних учасників, рівень концентрації, поведінкові характеристики споживачів, бар'єри розвитку та передумови формування конкурентних переваг в умовах воєнних викликів і цифрової трансформації;

- науково-прикладний підхід до вибору конкурентної стратегії e-commerce компанії, побудований на зіставленні двох ключових параметрів: інтегрального рівня конкурентоспроможності компанії та привабливості можливостей глобальної цифровізації ринку. Така матрична логіка забезпечує перехід від діагностування поточного стану компанії до вибору обґрунтованого стратегічного напрямку її подальшого розвитку;

- положення щодо AI-трансформації та перспектив переходу до автономної e-commerce як нового рівня цифрової зрілості компаній електронної комерції. У роботі обґрунтовано, що делегування частини управлінських, маркетингових, операційних і сервісних функцій інтелектуальним алгоритмічним системам може бути джерелом довгострокового конкурентного зростання за умови належного AI-governance, етичного контролю, кібербезпеки, захисту персональних даних і підтримання цифрової довіри.

Практичне значення результатів дослідження

Основні наукові положення дисертаційної роботи доведено до рівня прикладних рекомендацій, аналітичних інструментів і управлінських рішень, які можуть бути використані компаніями у сфері електронної комерції для оцінювання, формування та посилення їх конкурентоспроможності в умовах глобальної цифровізації ринків.

Практична цінність результатів полягає в можливості використання розробленого організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю e-commerce компаній для узгодження стратегічних цілей, цифрових ресурсів, клієнтського досвіду, інноваційних інструментів,

цифрової довіри, аналітики даних і технологій штучного інтелекту в єдину систему управлінського впливу. Запропонований методичний підхід до стратегічної діагностики дозволяє визначати рівень конкурентоспроможності компаній, виявляти стратегічні розриви за окремими функціонально-стратегічними блоками та обґрунтовувати вибір конкурентної стратегії.

Матеріали дисертаційного дослідження використані у практичній діяльності:

1. Департаменту економічного розвитку Чернігівської обласної військової адміністрації, де враховано теоретико-методичні положення щодо управління конкурентоспроможністю компаній у сфері електронної комерції, результати аналізу сучасного стану розвитку е-commerce, методичний підхід до оцінювання рівня конкурентоспроможності компаній, а також рекомендації щодо цифрової трансформації бізнес-процесів і розвитку онлайн-маркетингу (№ 01.01-20/260 від 10.02.2026 р.);

2. ТОВ «Торговий дім “ВІАТ”», де використано положення щодо управління конкурентоспроможністю компаній у сфері електронної комерції, авторське трактування конкурентоспроможності е-commerce підприємства, групування конкурентних переваг, положення щодо цифрової довіри та рекомендації щодо використання штучного інтелекту як аналітико-управлінського контуру підтримки рішень (№ 60 від 27.02.2026 р.);

3. Чернігівською регіональною торгово-промисловою палатою, де використано теоретико-методичні положення щодо формування механізму управління конкурентоспроможністю компаній в умовах цифрової економіки, методичний підхід до оцінювання конкурентних позицій підприємств електронної комерції та рекомендації з цифрової трансформації бізнес-процесів, цифрового маркетингу, оптимізації логістичних ланцюгів і розвитку експорту через онлайн-канали (№ 183/01 від 12.11.2025 р.);

4. Національного університету «Чернігівська політехніка», де результати дисертації використано у навчальному процесі кафедри підприємництва і торгівлі при розробці методичних матеріалів та під час проведення лекційних і практичних занять з дисциплін «Електронна комерція», «Управління конкурентоспроможністю» та «Торговельне підприємництво» (№ 202/08-762 від 29.04.2026 р.).

Наведене підтверджує практичну спрямованість дисертаційної роботи та можливість використання її результатів у діяльності підприємств електронної комерції, регіональних інституцій підтримки підприємництва, бізнес-об'єднань і закладів вищої освіти.

У цілому запропоновані автором науково-прикладні положення мають належний рівень практичної придатності та можуть бути використані для підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю компаній у сфері електронної комерції.

Повнота викладення результатів дослідження в опублікованих працях

Основні положення дисертаційного дослідження опубліковано у 12 наукових працях, серед яких: 1 стаття, яку включено до складу наукометричних баз Web of Science; 5 статей у наукових фахових виданнях України; 6 тез доповідей на міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях. Загальний обсяг публікацій становить 7,7 ум. друк. арк., з яких автору належить 4,51 ум. друк. арк.

Тематика опублікованих праць відповідає змісту дисертації та відображає основні результати дослідження, зокрема щодо конкурентоспроможності підприємств у сфері e-commerce, електронної комерції як інструменту подолання криз, цифрової довіри, використання штучного інтелекту, соціальної комерції, глобальних тенденцій розвитку e-commerce та трансформації українського ринку електронної комерції в умовах війни.

Наукові публікації відповідають вимогам п. 8, 9 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44, щодо кількості публікацій, відповідності опублікованих результатів тим, що містяться в дисертації, та апробації її основних положень.

Дотримання принципів академічної доброчесності

За результатами аналізу представлених матеріалів не встановлено фактів порушення академічної доброчесності. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів у дисертації супроводжується відповідними посиланнями на джерела. Дисертаційна робота є самостійним науковим дослідженням здобувача, а сформульовані в ній положення, висновки та рекомендації мають достатній рівень обґрунтованості.

Висновки та пропозиції, що викликають певні сумніви, зауваження на окремі суперечності та можуть слугувати підґрунтям дискусії під час захисту дисертації

Відзначаючи суттєві авторські напрацювання та загалом позитивно оцінюючи подану дисертаційну роботу, доцільно виокремити окремі дискусійні положення та сформулювати їх у такий спосіб:

1. У підрозділі 1.2 автором досліджено сутність електронної комерції як економічної категорії та наведено різні підходи до її трактування. Разом із тим, доцільно було б приділити більше уваги відмінностям між електронною комерцією, електронним бізнесом, цифровою торгівлею та платформною комерцією, оскільки в сучасних умовах ці поняття часто перетинаються, але мають різний управлінський зміст.

2. На рис. 1.8 представлено організаційно-економічні моделі електронної комерції. Водночас доцільно було б доповнити схему роллю цифрових платформ як посередників, оскільки в сучасній електронній комерції взаємодія між бізнесом, споживачами та державою часто відбувається не напряму, а через маркетплейси, платіжні сервіси, логістичні платформи та соціальні мережі.

3. У підрозділі 1.3 автор слушно акцентує увагу на цифровій довірі як факторі конкурентоспроможності підприємств електронної комерції та пропонує концепт ланцюга цифрової довіри. Разом з тим, варто було б більш чітко розмежувати цифрову довіру як поведінкову характеристику споживача, як нематеріальний актив компанії та як інституційно-технологічний параметр цифрової інфраструктури. Таке розмежування підвищило б аналітичну чіткість запропонованої моделі.

4. У табл. 2.6 автором узагальнено провідних учасників ринку електронної комерції України та їх конкурентні характеристики. На нашу думку, доцільно було б доповнити таблицю не лише описовими характеристиками платформ, а й порівняльними індикаторами їх конкурентної сили: часткою ринку, рівнем трафіку, середнім чеком, конверсією, асортиментною широтою, рівнем довіри споживачів або показниками повторних покупок.

5. У підрозділі 2.2 автор досліджує конкурентоспроможність e-commerce компаній через системно-динамічні виміри, технологічні платформи та поведінку споживачів. Водночас потребує більшої деталізації питання поведінкових особливостей українського онлайн-споживача, зокрема впливу довіри, досвіду попередніх покупок, способів оплати, очікувань щодо доставки та чутливості до репутації продавця.

6. На рис. 3.1 представлено ланцюг створення цінності e-commerce компанії і точки формування конкурентних переваг. Водночас доцільно було б доповнити цей ланцюг конкретними показниками оцінювання ефективності кожної точки створення цінності, зокрема показниками залучення клієнтів, конверсії, повторних покупок, швидкості доставки, рівня повернень, клієнтської задоволеності та цифрової довіри.

Загальні висновки та оцінка дисертації

Дисертація Бондаренка Андрія⁷ Анатолійовича на тему «Управління конкурентоспроможністю компаній в сфері електронної комерції» є завершеним, самостійним науковим дослідженням, виконаним на актуальну тему, містить науково обґрунтовані положення теоретичного, методичного та прикладного характеру, а також має належний рівень наукової новизни і практичного значення.

Зміст дисертації відповідає заявленій темі, меті та завданням дослідження. Основні наукові положення, висновки і рекомендації є достатньо аргументованими, базуються на репрезентативній інформаційній основі та адекватному методичному інструментарію. Висловлені зауваження та рекомендації

мають дискусійний характер, не знижують загальної позитивної оцінки дисертаційної роботи та можуть бути враховані автором у подальших наукових дослідженнях.

Дисертаційна робота відповідає вимогам наказу МОН України № 40 від 12 січня 2017 р. «Про затвердження вимог до оформлення дисертацій» (зі змінами), «Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 р. № 261 (зі змінами й доповненнями), та вимогам «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44 (зі змінами).

Бондаренко Андрій Анатолійович, автор дисертації «Управління конкурентоспроможністю компаній в сфері електронної комерції», заслуговує на присудження йому наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 Менеджмент.

Офіційний опонент:

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри підприємництва,
торгівлі і логістики

Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»

Олена СЕРГІЄНКО

