ВІДГУК офіційного опонента
доктора економічних наук, професора, професора кафедри економіки, підприємництва та торгівлі ДВНЗ «Ужгородський національний університет» Газуди Сергія Михайловича
на дисертаційну роботу Раскіна Василя Леонідовича на тему «Стратегія розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації», подану на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент»

Актуальність обраної теми дисертаційної роботи

Сучасний розвиток торговельних підприємств відбувається в умовах активної цифровізації економічних відносин, поширення електронної комерції, трансформації конкурентного середовища та впровадження нових бізнес-моделей. Зазначені процеси суттєво впливають на діяльність суб'єктів господарювання, зумовлюють необхідність перегляду традиційних підходів до стратегічного управління, формування нових конкурентних переваг та забезпечення здатності підприємств адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

Особливого значення ці питання набувають для торговельних підприємств, які функціонують на ринку автозапчастин. Специфіка зазначеного ринку визначається широким асортиментом продукції, складністю організації логістичних процесів, залежністю від імпортних постачань, необхідністю оперативного управління товарними запасами та забезпечення ефективної взаємодії між виробниками, постачальниками, продавцями і споживачами. Доцільно зазначити, що розвиток цифрових платформ, маркетплейсів, електронної комерції та сучасних інформаційних технологій створює нові можливості для підвищення результативності діяльності торговельних підприємств, розширення ринків збуту та зміцнення їхніх конкурентних позицій.

Додаткові виклики для розвитку ринку автозапчастин України пов'язані з наслідками повномасштабної війни, порушенням усталених логістичних зв'язків, зміною географічної структури попиту та пропозиції, релокацією підприємств і необхідністю переорієнтації каналів постачання. За таких умов важливого значення

набуває формування ефективних стратегій розвитку торговельних підприємств, які враховують не лише їхні фінансові, ринкові та операційно-логістичні можливості, але й рівень цифрової зрілості, наявний стратегічний потенціал та перспективи використання цифрових технологій.

Окреслене зумовлює необхідність поглиблення теоретичних і методичних положень стратегічного розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин, удосконалення підходів до оцінювання їхнього стратегічного потенціалу, обґрунтування стратегічних пріоритетів та розроблення організаційно-економічних механізмів реалізації відповідних стратегій в умовах цифровізації.

Таким чином, дисертаційна робота Раскіна Василя Леонідовича на тему «Стратегія розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації» присвячена актуальній науковій проблематиці, має важливе теоретичне та прикладне значення, а її результати спрямовані на поглиблення наукових засад стратегічного управління розвитком торговельних підприємств в умовах цифрової трансформації економіки.

Зв'язок дисертації з науковими програмами, планами, темами

Дисертаційна робота виконана в межах планів науково-дослідних робіт Національного університету «Чернігівська політехніка» за такими темами: «Науково-прикладні засади реалізації державної політики розвитку підприємництва в умовах децентралізації влади» (номер державної реєстрації 0120U101816, 2020–2024 рр.), у межах якої автором поглиблено концептуальні підходи до дослідження сутності та структури ринку автозапчастин, що здійснено шляхом використання системного підходу; «Стратегічне управління підприємствами в умовах війни та післявоєнної відбудови» (номер державної реєстрації 0124U004476, 2024–2027 рр.), де автором удосконалено методичні підходи до оцінювання стратегічного потенціалу торговельного підприємства на ринку автозапчастин в умовах цифровізації.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій та їх достовірність

Теоретичні положення за темою дисертаційної роботи достатньою мірою опрацьовані автором, про що свідчать логічна побудова роботи, послідовність викладення матеріалу, змістовне наповнення її розділів та аналіз наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених у сфері стратегічного управління, розвитку торговельних підприємств, функціонування ринку автозапчастин та цифрової трансформації економіки.

Мета дослідження визначена чітко та коректно, предмет і об'єкт відповідають темі дисертаційної роботи. Поставлені завдання узгоджуються з метою дослідження та забезпечують послідовне розкриття його теоретичних, методичних і прикладних аспектів.

Для досягнення поставленої мети та вирішення визначених завдань автором використано сукупність загальнонаукових і спеціальних методів наукового пізнання, зокрема: метод контент-аналізу – для дослідження наукових підходів до трактування сутності категорій «стратегія», «стратегічне управління», «стратегічний розвиток торговельного підприємства», «цифровізація»; методи систематизації та класифікації – для аналізу видів стратегій торговельних підприємств, виокремлення та дослідження різних типів ринку автозапчастин; метод порівняльного аналізу – для зіставлення діяльності провідних торговельних підприємств ринку автозапчастин, оцінювання рівня їхньої цифрової зрілості та стратегічного потенціалу; статистичні методи – для аналізу сучасного стану й тенденцій розвитку ринку автозапчастин, оцінювання діяльності торговельних підприємств, аналізу показників їхнього фінансового, ринкового, операційно-логістичного та цифрового розвитку; інтегральний метод оцінювання – для розрахунку інтегральних індексів цифрової інтенсивності, цифрової зрілості та стратегічного потенціалу торговельних підприємств; метод узагальнення – для обґрунтування впливу цифровізації на стратегічний розвиток торговельних підприємств; методи індукції та дедукції – для формування концептуальних положень стратегічного розвитку торговельних підприємств; методи аналізу та синтезу – для обґрунтування організаційно-економічного механізму стратегічного

розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин; графоаналітичний і табличний методи – для візуалізації результатів дослідження; системний підхід – для обґрунтування змісту та особливостей функціонування ринку автозапчастин як системи; структурний підхід – для опису структури ринку автозапчастин і виокремлення суб'єктів зовнішнього середовища; сценарний підхід – для формування альтернативних сценаріїв стратегічного розвитку торговельних підприємств залежно від змін зовнішнього середовища та конкурентної позиції.

Обґрунтованість наукових положень і висновків дисертаційної роботи підтверджується використанням відповідної інформаційної бази, проведенням аналізу тенденцій розвитку ринку автозапчастин України у 2021–2025 роках, дослідженням діяльності окремих торговельних підприємств, оцінюванням рівня їхньої цифрової зрілості та стратегічного потенціалу. Важливим є те, що автор не обмежується теоретичним розглядом проблематики, а пропонує методичний інструментарій оцінювання стратегічного потенціалу торговельних підприємств, визначає стратегічні пріоритети їхнього розвитку та обґрунтовує організаційно-економічний механізм реалізації відповідних стратегій.

Дисертація Раскіна Василя Леонідовича на тему «Стратегія розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації» є цілісною та завершеною науковою працею, у якій отримано результати, що мають теоретичне і практичне значення для розвитку наукових засад стратегічного управління торговельними підприємствами в умовах цифровізації. Зміст роботи, використаний методичний інструментарій та сформульовані висновки дають підстави позитивно оцінити ступінь обґрунтованості основних наукових положень і рекомендацій дисертаційної роботи.

Наукова новизна одержаних результатів

Ознайомлення зі змістом дисертаційної роботи та опублікованими науковими працями дозволяє погодитися з положеннями, які виносяться на захист щодо наукової новизни:

– удосконалено методичні підходи до оцінювання стратегічного потенціалу торговельного підприємства на ринку автозапчастин в умовах цифровізації, що

здійснено через виокремлення основних його компонентів, зокрема фінансового, ринкового, операційно-логістичного та цифрового потенціалу, визначення дев'яти етапів реалізації методики та розроблення алгоритму обчислення індексу цифрової інтенсивності, що дозволило обґрунтувати методику розрахунку інтегрального індексу стратегічного потенціалу торговельного підприємства (рис. 110, с. 83; табл. 1.12, с. 90-91);

– поглиблено концептуальні підходи до дослідження сутності та структури ринку автозапчастин на основі використання системного підходу, що дозволило виокремити фактори-активатори та фактори-обмежувачі його розвитку, систематизувати основні функції та принципи функціонування зазначеного ринку, а також розглядати його як цілісний багаторівневий соціально-економічний об'єкт, розвиток якого забезпечується трансформацією організаційно-економічного механізму його функціонування (с. 56-69);

– удосконалено наукові підходи до класифікації видів ринків автозапчастин, що здійснено шляхом систематизації наявних класифікаційних ознак та доповнення їх ознакою «за ключовими суб'єктами», відповідно до якої виокремлено ринок споживача, ринок продавця та ринок виробника, що дозволило поглибити наукові положення щодо дослідження структури ринку автозапчастин та особливостей взаємодії його основних учасників (с. 52, табл. 1.6);

– розширено теоретико-прикладні засади функціонування та трансформації організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин шляхом конкретизації його методів, інструментів і важелів, а також виокремлення основних функціональних підсистем, зокрема управлінської, маркетингово-збутової, фінансово-економічної, інформаційно-технологічної, кадрової, управління запасами та логістики, клієнтської, що дозволило визначити стратегічні напрями трансформації діяльності торговельних підприємств в умовах нестабільності та цифровізації (с. 210-212, рис. 2.6);

– удосконалено науково-методичні засади розроблення архітектури стратегічного розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин, які розширено шляхом конкретизації ядра стратегічного розвитку, зовнішніх умов,

необхідного ресурсного забезпечення, функціональних компонентів та принципів, що дозволило обґрунтувати процесну модель реалізації стратегії розвитку торговельного підприємства та визначити основні етапи її розроблення (рис. 3.13, с. 244-246);

– розширено понятійно-категоріальний апарат економічної науки в частині уточнення змісту категорії «стратегія розвитку торговельного підприємства на ринку автозапчастин», що здійснено на основі контент-аналізу наукових підходів до розуміння сутності дефініцій «стратегія», «стратегічне управління», «стратегія торговельного підприємства», «ринок» та дозволило конкретизувати особливості формування довгострокових цілей розвитку торговельних підприємств з урахуванням їхнього внутрішнього потенціалу, зовнішніх можливостей і необхідності забезпечення стійких конкурентних переваг (с. 72-73);

– поглиблено наукові положення щодо застосування стратегії «блакитного океану» в діяльності торговельних підприємств на ринку автозапчастин, що здійснено через визначення основних напрямів її розроблення, зокрема реконструкції меж ринку, зосередження на загальній картині, виходу за межі наявного попиту, формування стратегічних сценаріїв та конкретизації заходів їх реалізації, що дозволило визначити можливості використання цифрових технологій для створення нових конкурентних переваг торговельних підприємств (с. 238-240, рис. 3.11);

– набули подальшого розвитку наукові положення щодо визначення впливу цифровізації на стратегічний розвиток торговельних підприємств на ринку автозапчастин, що реалізовано через систематизацію сучасних цифрових технологій, зокрема Інтернету речей, Big Data, цифрового маркетингу, хмарних технологій, штучного інтелекту та FinTech, визначення переваг і загроз їх застосування, що дозволило поглибити розуміння ролі цифрових інновацій у трансформації діяльності торговельних підприємств та розвитку ринку автозапчастин в умовах цифрової економіки (с. 242-244, рис. 3.12).

Практичне значення результатів дослідження

Результати дисертаційної роботи впроваджені у діяльність: ТОВ «INTER CARS UKRAINE», де використано методику оцінювання стратегічного потенціалу торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації та враховано виявлені наслідки цифрової трансформації в їхній діяльності (№ 123/3 від 18.06.2026 р.); ПП «АВТО-ПАН», де використано положення щодо виявлених перешкод стратегічного розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин та результати оцінювання їхнього стратегічного потенціалу (№ 2 від 19.06.2026 р.); ТОВ «Торговий дім «ВІАТ», де використано розроблений організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємств на ринку автозапчастин (№ 71 від 19.08.2026 р.); Національного університету «Чернігівська політехніка», де результати дослідження використано в освітньому процесі кафедри менеджменту та адміністрування під час розроблення методичних матеріалів і викладання освітніх компонентів «Стратегічний менеджмент», «Маркетинговий менеджмент» та «Управління бізнес-процесами організації» (№ 202/08-1025 від 16.06.2026 р.).

Повнота викладення наукових результатів дисертації в опублікованих працях

Основні результати дисертаційної роботи опубліковано в 13 наукових працях, серед яких: 1 стаття в іноземному науковому виданні, що входить до міжнародної наукометричної бази Web of Science; 5 статей у наукових фахових виданнях України; 7 праць апробаційного характеру.

Опубліковані наукові праці відображають основні положення та результати дисертаційної роботи, розкривають його теоретичні, методичні й прикладні аспекти та відповідають тематиці дослідження.

Автором дотримано вимоги пунктів 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 норм академічної доброчесності

За результатами аналізу представлених матеріалів дослідження Раскіна Василя Леонідовича не встановлено фактів порушення академічної доброчесності.

У дисертаційній роботі дотримано принципи академічної доброчесності та вимоги законодавства про авторське право. Використані положення, результати досліджень та наукові праці інших авторів супроводжуються відповідними посиланнями на джерела, наведені у списку використаної літератури. У наукових публікаціях, підготовлених у співавторстві, визначено особистий внесок здобувача. Ознак академічного плагіату за результатами розгляду представлених матеріалів не виявлено.

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

1. У підрозділі 1.2 автором систематизовано функції ринку автозапчастин, до яких віднесено формуючу, контролюючу, інтеграційну, координаційну, логістичну, комунікаційну, розподільчу, інформаційну, регулюючу, маркетингову, соціальну та інноваційну функції (с. 62–63). На нашу думку, доцільно було б детальніше розкрити відмінності між окремими близькими за змістом функціями, зокрема інтеграційною та координаційною, інформаційною та комунікаційною, що дозволило б уникнути часткового дублювання їхнього змістового наповнення.

2. У підрозділі 2.2, у межах якого проведено порівняльний аналіз діяльності Inter Cars Ukraine, ELIT-Україна, Exist.ua, Автоклад та Avto.pro (с. 141), доцільно було б більш детально обґрунтувати критерії відбору саме цих п'яти суб'єктів господарювання для дослідження. Зокрема, варто було б зазначити, визначальними критеріями були масштаби діяльності, частка ринку, доступність інформації, специфіка бізнес-моделі або рівень цифровізації.

3. У підрозділі 2.3 під час формування фінансового субіндексу стратегічного потенціалу (с. 167–180; табл. 2.20) використано темп зростання доходу та рентабельність продажів. Доцільно було б розглянути можливість розширення системи фінансових індикаторів показниками фінансової стійкості, ліквідності або здатності підприємства фінансувати стратегічні інвестиції, що дозволило б більш комплексно оцінити саме потенціал підприємства, а не лише поточну результативність його діяльності.

4. У підрозділі 3.2 автором розроблено організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин (рис. 3.6, с. 211). Проте, на нашу думку, доцільно було б конкретизувати та виокремити його специфічні характеристики, притаманні саме підприємствам досліджуваного ринку. Це дозволило б переконливіше відмежувати запропонований механізм від універсальних механізмів стратегічного управління підприємствами.

5. У підрозділі 3.3 представлено авторську архітектуру стратегічного розвитку торговельного підприємства (рис. 3.13, с. 245). На нашу думку, доцільно було б конкретизувати систему кількісних індикаторів, за допомогою яких можна оцінювати результативність функціонування окремих її складових. Це дозволило б забезпечити можливість практичного моніторингу реалізації запропонованої архітектури.

Висловлені зауваження та дискусійні положення мають переважно уточнювальний і рекомендаційний характер, не знижують загальної теоретичної та практичної значущості отриманих результатів і не впливають на позитивну оцінку дисертаційної роботи Раскіна Василя Леонідовича на тему «Стратегія розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації».

Загальний висновок

Дисертаційна робота Раскіна Василя Леонідовича на тему «Стратегія розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації» є завершеним, самостійним науковим дослідженням, виконаним на актуальну тему, містить обґрунтовані положення наукової новизни та результати,

що мають теоретичне і практичне значення для розвитку наукових засад стратегічного управління торговельними підприємствами в умовах цифровізації.

Дисертація відповідає спеціальності 073 «Менеджмент».

Дисертаційна робота відповідає вимогам наказу Міністерства освіти і науки України від 12 січня 2017 р. № 40 «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації» (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), та «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).

Зазначене дозволяє зробити висновок, що Раскін Василь Леонідович, автор дисертації «Стратегія розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації», заслуговує на присудження ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент».

Газуда Сергій Михайлович

Автор цифрового підпису Газуда Сергій Михайлович
Дата: 2026.11.02 17:00:18 +02'00'

Офіційний опонент:
доктор економічних наук,
професор, професор кафедри економіки,
підприємництва та торгівлі
«Ужгородський університет»

Сергій ГАЗУДА

Підпис
професора
Газуди С.М.
засвідчую
Начальник юридичного відділу
Ужгородського університету
проф. Василь ТИМЧАК