ВІДГУК опонента
кандидата економічних наук, доцента кафедри економіки і підприємництва Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» Ковальчук Альони Миколаївни на дисертаційну роботу Раскіна Василя Леонідовича на тему: «Стратегія розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 Менеджмент

Актуальність обраної теми дисертаційної роботи

Сучасний розвиток торговельних підприємств відбувається в умовах посилення цифровізації економічних процесів, зростання конкуренції та постійних змін зовнішнього середовища. Значної актуальності ці процеси набувають на ринку автозапчастин, функціонування якого характеризується залежністю від логістичної інфраструктури, широкого асортименту продукції, особливостей споживчого попиту та взаємодії між учасниками ринку. Поширення електронної комерції, цифрових платформ і сучасних інформаційних технологій створює нові можливості для розвитку торговельних підприємств, водночас висуваючи додаткові вимоги до формування та реалізації їхніх стратегій.

Важливість дослідження зазначених питань посилюється в умовах воєнного стану, коли торговельні підприємства змушені адаптувати власну діяльність до порушення усталених господарських зв’язків, трансформації логістичних процесів, змін у структурі попиту та зростання економічної невизначеності. За таких обставин особливого значення набувають питання забезпечення стратегічної стійкості підприємств, ефективного використання наявних ресурсів, розвитку цифрових каналів продажів та пошуку нових можливостей для зміцнення конкурентних позицій на ринку автозапчастин.

Результативність стратегічного розвитку торговельних підприємств значною мірою визначається обґрунтованістю управлінських рішень, здатністю своєчасно оцінювати власний стратегічний потенціал та формувати дієві механізми його використання. Це зумовлює необхідність поглиблення теоретичних положень стратегічного розвитку торговельних підприємств,

удосконалення методичних підходів до оцінювання їхнього стратегічного потенціалу та розроблення прикладних рекомендацій щодо формування стратегій розвитку з урахуванням можливостей цифрової трансформації.

Таким чином, обрана Раскіним Василем Леонідовичем тема дослідження «Стратегія розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації» є актуальною та своєчасною, має важливе теоретичне і практичне значення, оскільки спрямована на поглиблення наукових засад стратегічного управління торговельними підприємствами та обґрунтування напрямів забезпечення їхнього розвитку в сучасних умовах господарювання.

Зв'язок дисертації з науковими програмами, планами, темами

Дисертаційна робота Раскіна Василя Леонідовича 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 положення дослідження ринку автозапчастин на основі системного підходу, що дозволило конкретизувати його структуру, основні функції, принципи та чинники розвитку; «Стратегічне управління підприємствами в умовах війни та післявоєнної відбудови» (номер державної реєстрації 0124U004476, 2024–2027 рр.), у межах якої автором удосконалено методичний підхід до оцінювання стратегічного потенціалу торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації шляхом виокремлення фінансової, ринкової, операційно-логістичної та цифрової складових і розроблення методики визначення інтегрального індексу стратегічного потенціалу.

Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків і рекомендацій

Ознайомлення зі змістом дисертаційної роботи Раскіна Василя Леонідовича дозволяє зробити висновок, що сформульовані автором наукові

положення, висновки та рекомендації є належним чином обґрунтованими, достовірними та мають практичну цінність. Поставлені в роботі завдання виконано, а мету дослідження, яка полягає в обґрунтуванні теоретичних і методичних положень функціонування торговельних підприємств на ринку автозапчастин та розробленні прикладних засад їхнього стратегічного розвитку в умовах цифровізації, досягнуто.

Дисертаційна робота є цілісним, логічно структурованим і завершеним науковим дослідженням, що характеризується системністю викладу матеріалу та комплексним підходом до розв'язання поставлених завдань. Теоретичну основу дослідження становлять наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених із питань стратегічного управління, розвитку торговельних підприємств, функціонування товарних ринків та цифрової трансформації економіки. У процесі виконання роботи автором використано нормативно-правові акти України, статистичні та аналітичні матеріали, інформацію про функціонування ринку автозапчастин, показники діяльності торговельних підприємств, а також результати власних досліджень.

Методологічна база дисертаційної роботи ґрунтується на застосуванні комплексу загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Для досягнення поставленої мети використано методи контент-аналізу, систематизації, класифікації, порівняльного аналізу, статистичні методи, метод інтегрального оцінювання, методи узагальнення, індукції та дедукції, аналізу й синтезу, графоаналітичний і табличний методи, а також системний, структурний і сценарний підходи. Їх комплексне застосування забезпечило належний рівень обґрунтованості отриманих результатів, зокрема під час дослідження сучасних тенденцій розвитку ринку автозапчастин, оцінювання стратегічного потенціалу торговельних підприємств та розроблення організаційно-економічного механізму їхнього стратегічного розвитку.

Достовірність сформульованих наукових положень, висновків і практичних рекомендацій підтверджується використанням відповідної інформаційної бази, застосуванням науково обґрунтованих методів дослідження, апробацією отриманих результатів на міжнародних і

всеукраїнських науково-практичних конференціях, а також їх висвітленням у наукових публікаціях автора, які відображають основні результати проведеного дослідження.

Структура і зміст дисертаційної роботи. Відповідність дисертаційної роботи встановленим вимогам

Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів і висновків.

У *першому розділі* дисертаційної роботи досліджено теоретичні засади стратегічного розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації. Зокрема, проаналізовано наукові підходи до розуміння сутності категорій «стратегія», «стратегічне управління», «стратегічний розвиток», конкретизовано зміст поняття «стратегія розвитку торговельного підприємства на ринку автозапчастин». Значну увагу приділено дослідженню особливостей функціонування ринку автозапчастин, визначенню його структури, основних функцій, принципів і чинників розвитку. Також систематизовано види стратегій розвитку торговельних підприємств, розглянуто особливості їх формування та реалізації з урахуванням специфіки ринку автозапчастин і впливу цифровізації на діяльність його учасників.

У *другому розділі* дисертації проведено комплексний аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку автозапчастин України та діяльності торговельних підприємств в умовах цифрової трансформації. Зокрема, досліджено динаміку основних показників функціонування ринку автозапчастин, визначено основні тенденції та чинники його розвитку, охарактеризовано особливості поширення цифрових технологій, електронної комерції та цифрових платформ. Значну увагу приділено порівняльному аналізу діяльності окремих торговельних підприємств на ринку автозапчастин, оцінюванню рівня їхньої цифрової зрілості та результативності функціонування. Також удосконалено методичний підхід до оцінювання стратегічного потенціалу торговельних підприємств, який передбачає виокремлення фінансової, ринкової, операційно-логістичної та цифрової складових, розрахунок відповідних субіндексів та інтегрального показника стратегічного потенціалу. На основі проведеного оцінювання

визначено основні проблеми та перспективи стратегічного розвитку досліджуваних підприємств.

У *третьому розділі* дисертаційної роботи поглиблено науково-прикладні положення щодо забезпечення стратегічного розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації. Зокрема, обґрунтовано стратегічні пріоритети активізації розвитку таких підприємств, систематизовано внутрішні та зовнішні перешкоди їхнього функціонування, визначено напрями подолання наявних обмежень. Розроблено організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку торговельних підприємств, конкретизовано його основні функціональні підсистеми, методи, інструменти та важелі реалізації. Значну увагу приділено обґрунтуванню можливостей застосування стратегії «блакитного океану» та сучасних цифрових технологій для формування конкурентних переваг. Крім того, запропоновано архітектуру стратегічного розвитку торговельного підприємства та процесну модель реалізації стратегії, що враховують необхідність адаптації діяльності підприємств до змін зовнішнього середовища й поглиблення процесів цифрової трансформації.

Наукова новизна одержаних результатів

Серед наукових здобутків Раскіна Василя Леонідовича доцільно виокремити такі:

– розширено понятійно-категоріальний апарат економічної науки в частині уточнення змісту дефініції «стратегія розвитку торговельного підприємства на ринку автозапчастин» (с. 72);

– удосконалено наукові підходи до класифікації ринку автозапчастин за ключовими суб’єктами з виокремленням ринку споживача, ринку продавця та ринку виробника (с. 52);

– поглиблено концептуальні положення щодо функціонування та розвитку ринку автозапчастин на основі системного підходу, визначення факторів його розвитку, основних функцій і принципів функціонування (с. 67);

– удосконалено методичний підхід до оцінювання стратегічного потенціалу торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації, що передбачає виокремлення фінансової, ринкової, операційно-логістичної та цифрової складових і розрахунок інтегрального індексу стратегічного потенціалу (с. 83);

– обґрунтовано організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин, у межах якого визначено основні функціональні підсистеми, методи, інструменти та важелі забезпечення стратегічного розвитку (с. 211);

– поглиблено наукові положення щодо використання стратегії «блакитного океану» в діяльності торговельних підприємств на ринку автозапчастин з урахуванням можливостей формування нових конкурентних переваг в умовах цифровізації (с. 238–239);

– розширено науково-прикладні положення щодо використання сучасних цифрових технологій у процесі стратегічного розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин, зокрема Інтернету речей, Big Data, хмарних технологій, штучного інтелекту, цифрового маркетингу та FinTech (с. 243);

– удосконалено концептуальні засади стратегічного розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин шляхом розроблення архітектури стратегічного розвитку та процесної моделі реалізації стратегії в умовах цифровізації (с. 245).

Практичне значення результатів дослідження

За результатами проведеного дослідження розроблено методичні підходи та практичні рекомендації щодо формування стратегії розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації. Результати дисертаційної роботи використовуються в діяльності:

1. ТОВ «INTER CARS UKRAINE»: використано методику оцінювання стратегічного потенціалу торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації, а також враховано результати

дослідження впливу цифрової трансформації на їхню діяльність (№ 123/3 від 18.06.2026 р.).

2. ПП «АВТО-ПАН»: використано наукові положення щодо визначення перешкод стратегічного розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин та результати оцінювання їхнього стратегічного потенціалу (№ 2 від 19.06.2026 р.).

3. ТОВ «Торговий дім «ВІАТ»: використано розроблений організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин з метою вдосконалення стратегічного управління діяльністю підприємства (№ 71 від 19.08.2026 р.).

4. Національного університету «Чернігівська політехніка»: результати дослідження впроваджено в освітній процес кафедри менеджменту та адміністрування під час розроблення методичних матеріалів, а також проведення лекційних і практичних занять з 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 дослідження висвітлено у 13 наукових працях, з яких 1 стаття опублікована в іноземному науковому виданні, що індексується в міжнародній наукометричній базі Web of Science, 5 статей – у наукових фахових виданнях України, 7 публікацій мають апробаційний характер.

Наукові публікації відображають основні положення та результати дисертаційної роботи, забезпечують належний рівень їх оприлюднення й апробації та відповідають вимогам 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 (зі змінами), щодо кількості наукових публікацій, повноти

висвітлення в них результатів дисертаційного дослідження та апробації його основних положень.

Дотримання норм академічної доброчесності

За результатами ознайомлення з представленими матеріалами дисертаційної роботи порушень принципів академічної доброчесності не встановлено.

Аналіз змісту дисертаційної роботи засвідчує дотримання здобувачем основних вимог академічної доброчесності та законодавства у сфері авторського права. Ознак академічного плагіату чи інших порушень не виявлено. У дисертації належним чином оформлено посилання на використані наукові джерела, які включено до списку літератури. У наукових публікаціях, підготовлених у співавторстві, конкретизовано особистий внесок здобувача в отримання та оприлюднення результатів дослідження.

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, при систематизації принципів функціонування та розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин (с. 67-69), представлено досить широкий їх перелік. Доцільно було б здійснити додаткове групування запропонованих принципів, наприклад, на загальноекономічні та специфічні для функціонування торговельних підприємств на ринку автозапчастин, що посилило б галузеву спрямованість проведеного дослідження.

2. У підрозділі 2.2 під час здійснення порівняльного аналізу досліджуваних підприємств, доцільно було б більшою мірою врахувати відмінності їхніх бізнес-моделей. Зокрема, Avto.pro функціонує переважно як цифрова платформна модель, тоді як діяльність інших досліджуваних підприємств більшою мірою ґрунтується на традиційній торговельно-

дистрибуційній моделі, що може певною мірою впливати на зіставність окремих показників їх діяльності.

3. У табл. 2.21 підрозділу 2.3 здійснено ранжування досліджуваних підприємств за рівнем стратегічного потенціалу та виділено дуже високий, високий і середній його рівні (с. 181–183). Вважаємо, що доцільно було б більш детально обґрунтувати межі інтервалів, використаних для віднесення підприємств до відповідного рівня стратегічного потенціалу, та пояснити економічний зміст переходу від одного рівня до іншого.

4. У запропонованому організаційно-економічному механізмі стратегічного розвитку (підрозділ 3.2, с. 207–209) значна увага приділяється взаємодії управлінської, маркетингово-збутової, фінансово-економічної, інформаційно-технологічної, кадрової, логістичної та клієнтської підсистем. Доцільно було б детальніше представити механізм взаємодії між зазначеними підсистемами та визначити, які з них мають пріоритетне значення на різних етапах реалізації стратегії.

5. У процесній моделі стратегічного розвитку торговельного підприємства, представленій у підрозділі 3.3 (рис. 3.14, с. 247), передбачено циклічність та наявність зворотних зв'язків. Проте варто було б конкретизувати умови, за яких підприємство повинно переходити до коригування сформованої стратегії, а також визначити періодичність проведення відповідного стратегічного моніторингу.

Загальний висновок

Дисертаційна робота Раскіна Василя Леонідовича на тему «Стратегія розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифровізації» є завершеним, самостійним дослідженням, виконаним на актуальну тему, містить положення наукової новизни та має теоретичне і практичне значення. Дисертація відповідає спеціальності 073 «Менеджмент».

Дисертаційна робота відповідає вимогам наказу МОН 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 й доповненнями від 19 травня 2023 р. № 502), 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 від 19 травня 2023 р. № 502).

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

Опонент:

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки і підприємництва
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

Альона КОВАЛЬЧУК

Підпис гр. Ковальчук А.В.
ЗАСВІДЧУЮ
Відділ кадрів
підпис пр-це