

До спеціалізованої вченої ради

ДФ 44.887.002

Полтавська державна аграрна академія

ВІДГУК

опонента Величка Олександра Петровича

на дисертаційну роботу Аксюка Ярослава Анатолійовича

за темою: «Менеджмент маркетингової підсистеми підприємств

агропродовольчої сфери в контексті глобалізації», яка подана

на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності

073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

1.Актуальність теми дослідження та її зв'язок з науковими програмами, планами, темами

Менеджмент є складною і багатогранною галуззю професійних знань та умінь з широким колом позицій та підходів. Тут є місце для прикладання як можливостей логіки та інтуїції, так і сенсорних та емоційних проявів. Історія розвитку управлінських наук свідчить про те, що різні дослідницькі школи пропонували власні шляхи підвищення ефективності керівництва бізнесом. Кожна з них здійснила окремий важливий внесок у розуміння сутності менеджменту. Проте майже всі наукові школи одночасно були і обмеженими з точки зору вузького погляду на багатовимірність управлінських процесів. Маркетинг в загальній концепції управління економічною діяльністю відіграє важливу роль у визначенні стратегії і тактики поведінки аграрних підприємств. Ті з них, які ефективно використовують маркетингові стратегії управління бізнесом, вигідно відрізняються від інших конкурентів активною позицією в управлінні попитом, стимулюванням продажів, розподілом продукції, життєвим циклом товару, можливістю диктувати власну цінову політику на ринку і т. ін. Менеджмент як наука суттєво пов'язана із системним підходом, в основі якого знаходиться огляд об'єктів як систем, що дозволяє

побачити досліджуваний об'єкт як комплекс взаємопов'язаних підсистем, об'єднаних спільною метою, розкрити його інтегративні властивості, а також внутрішні та зовнішні зв'язки. Це, зокрема, важливо і для маркетингової підсистеми підприємства агропродовольчої сфери в контексті глобалізації. Вказане вимагає глибокого наукового переосмислення відповідних механізмів, що обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Дисертація виконувалась згідно плану науково-дослідної роботи Полтавської державної аграрної академії в межах тем «Управління соціально-економічною системою в умовах національних і глобалізаційних викликів», у якій запропоновано підходи до універсалізації сировинної основи продукції, що відповідає споживацьким перевагам на різних регіональних ринках (державний реєстраційний номер 0117U003102); «Управління соціально-економічним розвитком агропродовольчої сфери України», в якій запропоновано засоби вдосконалення взаємодії учасників виробничо-збутового ланцюга зернового комплексу на основі кількісної та якісної параметризації продуктового потоку (державний реєстраційний номер 0118U005208); «Управління національною безпекою в умовах глобалізаційних викликів: макро-, мікро-, регіональний та галузевий рівні», в якій надано пропозиції щодо проектування сталої моделі виробництва підприємств агропродовольчої сфери на основі глибокої переробки зерна, як маркетингового заходу (державний реєстраційний номер 0118U005209).

Вищезазначене засвідчує актуальність обраної теми дисертації, коректність визначення предмету та об'єкту, мети та завдань представленого дослідження.

2. Обґрунтованість наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації

В дисертації зроблена вдала спроба нового вирішення наукового завдання обґрунтування теоретичних, методичних та прикладних положень щодо менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої

сфери в контексті глобалізації. Дисертантом опрацьована достатня кількість інформаційних джерел, наукових праць, матеріалів нормативно-правового, статистичного та аналітичного характеру. Дисертація характеризується чітким дотриманням логіко-структурної схеми дослідження, відповідністю наукових результатів та винесених на захист положень наукової новизни поставленій меті та конкретизованим завданням дослідження. Результати дослідження та рекомендації автора пройшли виробничу апробацію, що підтверджується відповідними документами. Зміст дисертації відповідає її темі. Вказане є свідченням достатнього рівня обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків та рекомендацій.

У дисертації висвітлено мету дослідження щодо обґрунтування теоретичних, методичних та практичних засад менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації. В роботі поставлено та реалізовано теоретико-методичні та практичні завдання. В цілому є підстави констатувати, що здобувачу вдалося вирішити завдання та досягти мети дисертаційного дослідження. Завдання корелюють з ознаками наукової новизни, відповідно шляхи вирішення зазначених завдань, обрані автором, є оригінальними.

Представлені наукові положення, висновки та пропозиції, викладені в дисертації, обґрунтовані з теоретико-методичної точки зору та є достовірними, базуються на сучасних і класичних теоріях менеджменту, дослідженнях зарубіжних та вітчизняних управлінців з ефективного маркетингу в системі менеджменту підприємств агропродовольчої сфери, оптимальної взаємодії суб'єктів господарювання в сучасних умовах розвитку нової моделі економіки та розвитку процесів глобалізації, аналізі актуальних статистичних даних. Розроблені автором наукові положення підтверджені досвідом розвитку маркетингової підсистеми сучасних підприємств агропродовольчої сфери.

Вирішення у роботі конкретних наукових завдань відрізняється системним підходом та базується на використанні широкого спектру загальнонаукових і спеціальних методів наукових досліджень, у тому числі:

монографічний (при дослідженні теоретичних основ організації менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери, передумов забезпечення ефективності маркетингових функцій, факторів глобалізації); абстрактно-логічний (для узагальнення впливу специфіки діяльності підприємств агропродовольчої сфери на характер менеджменту маркетингової підсистеми в процесі адаптації до умов глобалізованого господарства); статистичний (при ідентифікації характеру та потенціалу розвитку підприємств, що формують сировинний ринок агропродовольчої сфери); статистичного моделювання (при прогнозуванні вірогідних змін в діяльності підприємств агропродовольчої сфери, з формуванням відповідної маркетингової інформації); розрахунково-конструктивний (при обґрунтуванні концепції активного маркетингового впливу підприємств агропродовольчої сфери, із заданим якісним навантаженням); інвестиційного аналізу (при аналізі інвестиційної привабливості засобів універсалізації продуктових потреб для забезпечення вимог споживачів в проєктуванні сталих конкурентоспроможних підприємств агропродовольчої сфери на основі глибокої переробки сировини); імітаційного моделювання (при дослідженні економічної еластичності результатів інвестиційного проєкту до зміни ключових параметрів їх реалізації) та ін.

В роботі об'єкт, предмет і мета мають логічний взаємозв'язок. Об'єктом дослідження є процес організації маркетингу підприємств агропродовольчої сфери. Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних засад менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації.

Представлена дисертаційна робота Аксюка Я. А. має логічну структуру, її зміст повністю розкриває тему наукового дослідження. Між розділами та підрозділами роботи є належний взаємозв'язок, всі розділи містять рисунки, таблиці, посилання на літературні джерела. Наведені в роботі дані підтверджені в ході дослідження. Висновки до розділів дисертаційної роботи та загальні висновки до неї є логічними й підтверджені результатами апробації

на 16 науково-практичних конференціях, публікацією у наукових фахових виданнях, впровадженням авторських пропозицій у діяльність відповідних установ.

Вищезазначене дозволяє констатувати стосовно достатньої обґрунтованості та достовірності основних положень, висновків і рекомендацій дисертаційної роботи.

3. Наукова новизна результатів дисертаційного дослідження

У дисертаційній роботі наведено теоретико-методологічні засади та обґрунтовано практичні рекомендації щодо менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації. Окремі з них характеризуються новизною.

Найбільш суттєвими результатами дослідження, які мають наукову новизну та отримані здобувачем особисто, є такі:

- удосконалено процедуру визначення умов функціонування зернопереробних підприємств, які визначають ефективність управління маркетинговою підсистемою, що, на відміну від існуючих, ґрунтується не лише на аналізі, класифікації та стратифікації множини потенційних контрагентів – постачальників зерна, але й на застосуванні матриці вигравів з урахуванням станів природи оптимальної поведінки зерновиробників, та впливі на неї зернопереробників, що дозволяє прогнозувати ймовірні зміни процесу втілення стратегії стійкого забезпечення сировиною підприємств зернопереробної галузі (стор. 158-163, 166-169, 177-182);

- обґрунтовано концептуальні засади менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери з урахуванням запропонованого дерева цілей, яке, на відміну від існуючих, представлено глобальними, національними, галузевими, регіональними цілями та цілями підприємств, що інтегрує в систему менеджменту механізми активного впливу на наявних та потенційних постачальників за цільовим фокусом, які

дозволяють актуалізувати оптимальні параметри якості аграрної сировини з урахуванням глобалізаційних викликів (стор. 206-211);

– доповнено системний підхід до використання активного маркетингового впливу в середовищі менеджменту із заданим якісним навантаженням, який, на відміну від існуючих, ґрунтується на реалізації інтеграційних процесів підприємств агропродовольчої сфери через об'єднання в єдиній системі виробничих механізмів аграрних та агропереробних, зокрема зернопереробних, підприємств, що дозволяє виключити суперечності в управлінні їх маркетинговими підсистемами і формує умови отримання синергетичного ефекту оптимальної взаємодії на засадах прецизійного маркетингу (стор. 219-228);

– актуалізовано засоби забезпечення глобалізаційно-адаптаційного механізму маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери, засновані на програмуванні результативності аграрних та агропереробних підприємств на основі експериментальної апробації моделі компліментарності технологій, які, на відміну від існуючих, ґрунтуються на плануванні довгострокового маркетингового інтересу, що дозволяє визначити оптимальну стратегію інтегрування виробничо-збутових ланцюгів аграрних та агропереробних, зокрема, зернопереробних, підприємств (стор. 235-254);

– розвинуто теоретичні засади менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери, які, на відміну від існуючих, визначають її, як сукупність взаємопов'язаних інструментів і методів впливу на взаємодію учасників виробничо-збутових ланцюгів галузевого продуктового набору, та трансформаційних процесів в господарській активності з метою формування сталих конкурентних переваг підприємств агропродовольчої сфери за швидкоплинних економічних умов (стор. 42-45, 46-52);

– дістали подальшого розвитку соціальні аспекти управління маркетинговою підсистемою підприємств агропродовольчої сфери, які, на відміну від існуючих, в умовах глобалізації актуалізують функціонування соціально-етичного маркетингу, зокрема, маркетингу взаємодії, який

забезпечує глобалізаційно-адаптаційний механізм соціально-економічної відповідальності підприємств аграрного бізнесу, в т. ч. зернопереробних (стор. 65-68, 71-72);

– удосконалено методичні підходи до ідентифікації видової різноманітності господарської активності у сфері виробництва сировини для зернопереробних підприємств, які, на відміну від існуючих, засновані на аналізі інформації щодо процесу формування ринку продовольчої сировини як двомірної системи ринкових та виробничих чинників, визначених на засадах кластеризації та карт кількісного розподілу підприємств, що дозволяє прогнозувати кількісно-якісні параметри діяльності постачальників з метою актуалізованого інформаційного забезпечення управління маркетинговою підсистемою переробного підприємства АПК (стор. 146-155).

4. Практична цінність результатів дисертаційної роботи

Представлені дисертантом результати дослідження, висновки та рекомендації мають як теоретичне, так і практичне значення. Значення отриманих Аксюком Я. А. наукових результатів полягає в обґрунтуванні теоретичних і методичних засад щодо менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації.

Практичні рекомендації за результатами дисертації впроваджено в діяльність Департаменту агропромислового розвитку Полтавської обласної державної адміністрації (довідка № 01-18/159 від 14.01.2020 р.), Департаменту агропромислового розвитку та захисту довкілля Запорізької обласної державної адміністрації (довідка № 2028/01-00 від 13.07.2020 р.), С(Ф)Г «Івко В.І.» Решетилівського району Полтавської області (довідка № 12 від 22.01.2020 р.), С(Ф)Г «Сад» Решетилівського району Полтавської області (довідка № 21 від 30.01.2020 р.).

До вагомих розробок, які мають практичне значення, варто віднести: розроблений автором методичний підхід щодо реалізації механізму провадження інноваційних проєктів глибокої переробки зерна в умовах

слаборегульованого сировинного ринку та розвитку активного маркетингу в системі постачальницької та закупівельної діяльності; пропозиції щодо ефективної системи маркетингу сировинного забезпечення агропереробки, що ґрунтується на розробленому плані дій з виробництва цільового зернового продукту з дотриманням інтересів усіх учасників виробничо-збутового ланцюга для забезпечення одержання синергетичного ефекту.

Окремі положення дисертаційної роботи використовуються у навчальному процесі Полтавської державної аграрної академії при викладанні дисциплін «Бренд-менеджмент», «Стратегічне управління», «Управління підприємством в бізнес-середовищі», «Управління потенціалом підприємства», «Маркетинговий менеджмент» (довідка № 01-11/237 від 23.12.2019 р.).

5. Структура і зміст дисертації, її завершеність та відповідність чинним вимогам до оформлення

За структурою, змістом та оформленням дисертація відповідає чинним вимогам. Вона складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний зміст роботи викладено на 216 сторінках. Робота містить 7 додатків, 242 найменування в списку використаних джерел, 29 таблиць, 34 рисунків.

Робота написана державною мовою. Стиль викладення матеріалів в дисертації відповідає вимогам до наукових праць такого рівня, характеризується науковістю, системністю, обґрунтованістю, логічністю та послідовністю. Мета дослідження відповідає темі дисертаційної роботи. Зміст представлених наукових завдань структурно та логічно узгоджений, їх кількість достатня для розкриття теми дисертаційної роботи та досягнення поставленої мети.

Всі розділи та підрозділи дисертаційної роботи містять результати, які становлять суттєвий науковий інтерес, є обґрунтованими та достовірними.

Зокрема, у першому розділі «Теоретико-методичні засади менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в умовах глобалізації» узагальнено теоретичні основи менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери (с. 31-52), на основі чого автором проаналізовано соціальні аспекти менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в умовах глобалізації (с. 52-72). За результатами теоретичних узагальнень представлено методичні підходи до визначення результативності менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери (с. 72-93).

У другому розділі «Сучасний стан менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери України» автором проведено аналіз розвитку підприємств агропродовольчої сфери України під впливом глобалізації (с. 117-135). За результатами розрахункових процедур конкретизовано інформаційне забезпечення менеджменту маркетингової підсистеми зернопереробних підприємств України (с. 136-156). Як висновок, проведено ідентифікацію умов ефективності менеджменту маркетингової підсистеми зернопереробних підприємств України (с. 156-182).

У третьому розділі «Адаптація менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери до умов глобалізації» автором сформовані концептуальні основи менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери України з урахуванням цільового фокусу в умовах глобалізації (с. 192-212); пропозиції щодо активного маркетингового впливу в системі менеджменту підприємств агропродовольчої сфери (с. 212-231); обґрунтовано модель менеджменту маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери (с. 231-255).

Отже, результати дисертаційного дослідження Аксюка Я. А. обґрунтовані на достатньо високому рівні та мають наукову достовірність. Висновки до розділів, загальні висновки є логічними та зрозумілими. Представлені результати дослідження можуть бути впроваджені у практичній діяльності для підвищення ефективності менеджменту маркетингової

підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації. Назва дисертаційної роботи «Менеджмент маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери в контексті глобалізації» беззаперечно відповідає її змісту, що підтверджується як метою дослідження, так і вирішеними завданнями.

6. Повнота викладу в наукових публікаціях, зарахованих за темою дисертації, наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації

Наукові праці здобувача за темою дисертації відповідають таким умовам: обґрунтовано отримані наукові результати відповідно до мети статті (поставленого завдання) та висновків; забезпечено розміщення статей у наукових фахових виданнях, які на дату їх опублікування внесені до переліку наукових фахових видань України, затвердженого в установленому законодавством порядку; опубліковано статті у наукових періодичних виданнях інших держав з наукового напрямку, за яким підготовлено дисертацію здобувачки, із повнотою викладу матеріалів дисертації; опубліковано не більше однієї статті в одному випуску (номері) наукового видання; не повторюються результати, опубліковані раніше в інших наукових публікаціях.

У дисертації використано ідеї або розробки, що належать співавторам, разом з якими дисертант має спільні наукові публікації. Здобувач відзначив такий факт у дисертації із зазначенням особистого внеску в такі публікації.

Основні наукові результати дисертації представлені в 32 наукових працях, серед яких: 6 розділів у монографіях, 1 стаття, що індексується у НМБД Scopus, Web Of Science (Aksiuk Y., Markina I., Voronina V. Marketing information for holding leading positions in the market segment of the grain processing enterprises. Proceedings of the 2nd International Conference on Social, Economic and Academic Leadership (ICSEAL 2018) [«Advances in Social Science, Education and Humanities Research»], 2018. Vol. 217. P. 193-201, 0,658/0,22 друк. арк.), 7 статей у наукових періодичних виданнях інших держав та у виданнях

України, які включені до міжнародних баз даних (Аксюк Я. А., Маркіна І. А. Дослідження передумов формування маркетингової стратегії розвитку зернопереробних підприємств в умовах глобалізації. *Вісник Сумського національного аграрного університету: Серія «Економіка і менеджмент»*. 2017. № 12(74). С. 102–105. (Міжнародна представленість та індексація журналу: РИНЦ) (0,484/0,24 друк. арк.); Aksyuk Ya. The prospects of deep grain processing of grain processing enterprises with marketing concept. *Modern Science – Moderi veda*. 2017. № 4. pp. 7-19. (Міжнародна представленість та індексація журналу: Google Scholar, Index Copernicus) (0,536 друк. арк.); Аксюк Я. А., Маркіна І. А. Прогнозування параметрів змін зерновиробництва, що впливають на ефективність зернопереробних підприємств. *Економічний форум*. № 4. 2018. С. 182-192. (Міжнародна представленість та індексація журналу: Index Copernicus, Google Scholar) (0,283/0,14 друк. арк.); Markina I., Syomych M., Aksyuk Y. Main Directions of Marketing Activities Improvement of Grain Processing Enterprises in the Conditions of Globalization. *Global Academics*. № 1(1). 2018. С. 54-70. (США) (0,331/0,11 друк. арк.); Аксюк Я. А., Маркіна І. А. Аналіз стану та передумови розвитку підприємств зернопереробної галузі України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2018. № 21. С. 12-20. (Міжнародна представленість та індексація журналу: Index Copernicus) (0,359/0,18 друк. арк.); Аксюк Я. А. Методичні підходи до визначення результативності управління маркетинговою підсистемою агропереробного підприємства. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. Том 4. № 4. С. 102–109. (Міжнародна представленість та індексація журналу: Index Copernicus, WorldCat, Google Scholar, Windows Live Academic, ResearchBible, Open Academic Journals Index) (0,616 друк. арк.); Маркіна І. А., Аксюк Я. А. Апробація моделі концепції активного маркетингу зернопереробного підприємства. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. Том 4. № 3. С. 217–228. (Міжнародна представленість та індексація журналу: Index Copernicus, WorldCat, Google Scholar, Windows Live Academic, ResearchBible,

Open Academic Journals Index) (0,396/0,20 друк. арк.)), 18 – у інших наукових виданнях.

Загальний обсяг опублікованих праць – 9,6 друк. арк., із яких 8,18 друк. арк. належать особисто автору. Одна стаття оприлюднена у періодичному науковому виданні іншої держави (Чехія), що входить до Організації економічного співробітництва та розвитку і Європейського Союзу, з наукового напрямку, за яким підготовлено дисертацію здобувача. Положення дисертаційного дослідження, в яких відображено наукову новизну, повністю подані у іноземному та фахових виданнях, а також обговорені на науково-практичних заходах. Представлені у дисертаційній роботі наукові результати, висновки і пропозиції належать особисто автору, та є вагомим науковим доробком. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертаційній роботі використано лише ті ідеї та положення, що отримані автором особисто.

Викладене дозволяє вважати виконаними вимоги пунктів 9, 11, 12 «Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії», затвердженого постановою КМУ від 06.03.2019 р. № 167.

7. Відсутність (наявність) порушення академічної доброчесності

Аналіз наукових публікацій, у яких висвітлені основні наукові результати дисертаційної роботи Аксюка Я. А., не дає підстав фіксувати допущення автором порушень академічної доброчесності (академічного плагіату, самоплагіату, фабрикації, фальсифікації). В дисертаційній роботі є посилання на джерела інформації за кожним випадком використання тверджень, відомостей, ідей, розробок, статистичних даних. Представлена до захисту наукова робота відповідає нормам законодавства про авторське право і суміжні права; відображає бажання надати достовірну інформацію про результати власної наукової діяльності, застосовувані методики досліджень, джерела інформації.

8. Дискусійні положення та зауваження щодо змісту дисертаційної роботи і її окремих положень

Позитивно оцінюючи дослідження загалом, варто звернути увагу на низку дискусійних положень та зауважень. Зокрема, у дисертаційній роботі здобувача:

1. На рис. 1.1 (стор. 49) представлено командні, конкурентні та кооперативні стратегії взаємин маркетингових підсистем підприємств агропродовольчої сфери. При цьому бажано було б конкретизувати, в чому саме полягають галузеві особливості даних стратегій і навести конкретні приклади.

2. Варто було б аналізувати не тільки виробництво борошна (рис. 2.1, стор. 118) та структуру його розподілу в Україні (рис. 2.3, стор. 121), а й причини суттєвого зменшення обсягу його виробництва, внутрішнього споживання та експорту за досліджуваний період.

3. На стор. 193 (підрозділ 3.1 дисертаційної роботи) зазначено, що менеджмент маркетингової підсистеми диференціюватиметься залежно від параметрів динаміки ринку та рівня прояву владних позицій підприємств агропродовольчої сфери на певному сегменті глобального ринку. При цьому доцільно було б навести пропозиції якраз щодо рівня можливостей даних владних позицій підприємств агропродовольчої сфери на певному цільовому ринку, на якому має місце прояв факторів глобалізації.

4. В дисертаційній роботі представлено авторські пропозиції щодо концептуальної моделі вибору технологічних перетворень виробництва зерна аграрними формуваннями для зернопереробних підприємств із заданим якісним навантаженням (рис. 3.5, стор. 220). Концентрація уваги в даній роботі на соціально-етичному маркетингу дає підстави висловити зауваження щодо відсутності на схемі, окрім економічної, соціальної оцінки переваг альтернатив технологічних перетворень, які досліджуються.

5. На рис. 3.10 (стор. 253-254) здобувачем розроблено і представлено логіку імплементування категорії «маркетинговий інтерес» в менеджменті

маркетингової підсистеми підприємств агропродовольчої сфери. Між тим недостатньо приділено уваги обґрунтуванню параметрів зони компромісних значень часткового інтересу серед учасників дуальної взаємодії.

Однак зазначені зауваження суттєво не знижують загальної позитивної оцінки отриманих наукових результатів і можуть бути предметом фахової дискусії під час захисту дисертаційної роботи.

9. Загальна оцінка роботи, її відповідність встановленим вимогам

Дисертація є науковим дослідженням, що виконане особисто автором, характеризується завершеністю та єдністю змісту. Дисертаційна робота є самостійно підготовленою науковою працею. Тему дисертації розкрито в повному обсязі, вирішено поставлені завдання, досягнуто мети дослідження. У дослідженні викладені раніше не захищені наукові положення.

Дисертаційна робота є оригінальною науковою працею, яка виконана на належному теоретичному та методичному рівні. За змістом та оформленням дисертація відповідає встановленим вимогам, зокрема: 1) предметній області спеціальності 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»; 2) вимогам «Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 6 березня 2019 р. № 167; 3) вимогам до обсягу, структури, змісту та оформлення роботи.

Дисертаційна робота виконана на актуальну тему, має важливі наукові результати, що є обґрунтованими та достовірними, містить елементи наукової новизни, а також має практичну значущість сформульованих положень і висновків.

Забезпечено повноту викладу у наукових публікаціях, зарахованих за темою дисертації, наукових положень, висновків і рекомендацій. У процесі освітньо-наукової підготовки здобувач набув необхідні теоретичні знання, уміння, навички та відповідні компетентності.

Викладене відповідає вимогам Постанови Кабінету Міністрів України № 167 від 06.03.2019 р. «Про проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії», а Аксюк Ярослав Анатолійович заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Опонент:

доктор економічних наук, професор
завідувач кафедри менеджменту і права
Дніпровського державного
аграрно-економічного університету

Олександр ВЕЛИЧКО

