

РІШЕННЯ
спеціалізованої вченої ради
про присудження ступеня доктора філософії

Спеціалізована вчена рада ДФ 55.051.018 Сумський державний університет, Міністерство освіти і науки України, м. Суми прийняла рішення про присудження ступеня доктора філософії в галузі знань «Управління та адміністрування» зі спеціальності «Маркетинг» на підставі прилюдного захисту дисертації на тему «Теоретико-методичні засади реінжинірингу бізнес-процесів маркетингової сфери промислових підприємств» за спеціальністю 075 «Маркетинг» 25 червня 2021 року Кобизький Денис Сергійович 1987 року народження, громадянин України, освіта вища: закінчив у 2009 році Сумський державний університет за спеціальністю «Гідравлічні і пневматичні машини».

З грудня 2011 року по теперішній час працює начальником відділу маркетингу АТ «Сумський завод «Насосенергомаш»

Дисертацію виконано у Сумському державному університеті, Міністерство освіти і науки України, м. Суми.

Науковий керівник Таранюк Леонід Миколайович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин Сумського державного університету.

Здобувач має 21 наукову публікацію за темою дисертації, з них з яких 1 підрозділ колективної монографії; 7 статей у наукових фахових виданнях України, які включені до наукометричних баз; 2 статті у наукових виданнях, які індексуються у наукометричній базі даних SCOPUS; 1 стаття у науковому періодичному виданні іншої держави, яке індексується міжнародними наукометричними базами; 10 тез наукових доповідей та повідомлень на міжнародних науково-практичних конференціях:

1. Таранюк Л.М., Кобизький Д.С. Реінжиніринг бізнес-процесів у маркетинговій діяльності промислових підприємств. *Випереджаючий інноваційний розвиток: теорія, методика, практика* : колективна монографія / за ред. Н.С. Ілляшенко. Суми : Видавництво "Триторія", 2018. С. 443-454.

2. Кобизький Д.С. Методичні аспекти проведення реінжинірингу бізнес-процесів у маркетинговій діяльності промислових підприємств. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія "Економіка і менеджмент"*. 2018. №8(77). С. 46-51.

3. Kobyzskyi D.S. Concept of Re-engineering Business-process in Marketing Activity as a Way to Adapt Ukrainian Industrial Enterprises to Radical Transformations in Business-environment. *International Marketing and Management of Innovations*. 2019. № 16. P. 150-167.

У дискусії взяли участь голова і члени спеціалізованої вченої ради та присутні на захисті фахівці

1. Васильєва Т.А., д. е. н., Сумський державний університет, директорка навчально-наукового інституту бізнесу економіки і менеджменту, підтримала дослідження Кобизького Д.С. та окремо відмітила актуальність теми дослідження, послідовність автора у викладенні теоретичного матеріалу, обґрунтування сформульованих пропозицій за результатами наукових досліджень. Віддаючи належне науковій та практичній цінності розробок автора щодо методики оцінювання маркетингового потенціалу промислового підприємства, шляхом обґрунтування специфіки та розробки механізму його оцінювання в період проведення реінжинірингу бізнес-процесів з урахуванням змін критеріальної бази оцінювання маркетингового потенціалу в період проведення реінжинірингу бізнес-процесів, зауважила, що доцільно було б врахувати більш широкий спектр показників діяльності компанії, з метою врахування впливу всіх, а не лише найбільш важливих, сфер діяльності підприємства на його маркетинговий потенціал. Однак дане зауваження жодним чином не впливає на позитивну оцінку дослідження, зміст та оформлення якого відповідає вимогам до такого виду робіт та спеціальності 075 «Маркетинг», а її автор Кобизький Д.С. заслуговує на присудження ступеня доктора філософії з галузі знань «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

2. Швіндіна Г.О., д. е. н., Сумський державний університет, завідувачка кафедри управління ім. О. Балацького, відмітила високий рівень дисертаційної роботи, актуальність обраної теми, наукову новизну одержаних результатів, які мають вагомe значення для науково-дослідної, економічної сфер та освітнього процесу. Наголосила, що робота є самостійним науковим дослідженням та відповідає вимогам, які ставляться до такого виду робіт. Водночас, зауважила, що в розрізі удосконаленої моделі організаційно-економічного забезпечення реінжинірингу у маркетинговій сфері підприємств шляхом поєднання "алмазної моделі компанії" Хамера/Чампі та "інтегрального комплексу реінжинірингу маркетингу" Б. Гаджиева з використанням змісту компонентів та властивостей постреінжинірингової організаційної структури компанії варто також було б врахувати окремо кадровий потенціал компанії при проведенні реінжинірингу маркетингових бізнес-процесів. Однак, дане зауваження не впливає на високу оцінку дисертації та є лише побажанням в подальших наукових пошуках автора. Відповідно Кобизський Д.С. заслуговує на присудження ступеня доктора філософії з галузі знань «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

3. Сагер Л.Ю., к. е. н., доцентка кафедри маркетингу Сумського державного університету, підсумувала, що в цілому теоретичні положення реінжинірингу бізнес-процесів досить детально розвинуті у науковій літературі, втім авторські пропозиції щодо уточнення понятійного апарату є слушними та обґрунтованими. Особливої уваги заслуговує розвинуте теоретико-методичне забезпечення формування маркетингових стратегій на основі SWOT/TOWS матриць за рахунок визначення поняття «полярності» економічних зв'язків. Звернула також увагу на те, що дисертанту доцільно було б провести деталізований аналіз наявних економічних зв'язків на кількох підприємствах та на конкретних прикладах продемонструвати механізм використання значень «полярності» у стратегічному управлінні підприємством. Наголосила на високому емпіричному рівні проведеного дослідження, вільному володінні автором матеріалом, впевненому виступі та відповідях на запитання членів ради, зауваження опонентів. Зробила висновок, що Кобизський Д.С. заслуговує на присудження ступеня доктора філософії з галузі знань «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

4. Бабенко В. О., д.е.н., професорка кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, зазначила про високий рівень підготовки та ґрунтовність проведеного дослідження. Звернула увагу на тому, що запропоновані в дисертації науково-методичні засади доведені до рівня практичних напрацювань, що свідчить про достатній високий рівень розробки обраного автором питання для дослідження. Враховуючи викладене, зробила висновок, що дослідження характеризується єдністю змісту, цільовою спрямованістю, є особистим внеском автора у сучасну економічну науку, відповідає всім встановленим вимогам, а Кобизський Д.С. заслуговує на присудження ступеня доктора філософії з галузі знань «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

5. Перезовова І. В., професорка кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, вказала на актуальність роботи в сучасних умовах розвитку реального сектору економіки, зв'язок дослідження з науково-дослідними темами Сумського державного університету, широкий літературний інструментарій, емпіричні дані використані у дослідженні. Зміст дисертації свідчить, що здобутком авторки є вдосконалені здобувачем науково-методичні підходи до ідентифікації та вибору оптимальних стратегічних таргетів та формування стратегій розвитку маркетингової діяльності промислових підприємств шляхом формування системи зв'язків між сильними, слабкими сторонами, можливостями та загрозами, а також до оцінювання маркетингового потенціалу промислового підприємства, шляхом обґрунтування специфіки та розробки механізму його оцінювання в період проведення реінжинірингу бізнес-процесів з урахуванням змін критеріальної бази оцінювання маркетингового потенціалу в період проведення реінжинірингу бізнес-процесів. Дискусійним і цікавим для подальших досліджень Кобизського Д.С. є запропонована автором модель компетенцій для формування кадрового забезпечення реінжинірингу маркетингових процесів.

В цілому, дисертація Кобизського Д.С. виконана на високому рівні, має відповідну наукову цінність і містить важливі положення для розвитку науково-методичних засад та практичного інструментарію реінжинірингу бізнес-процесів маркетингової сфери промислових підприємств, а її автор заслуговує на присудження ступеня доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Результати таємного голосування:

«За» 5 членів ради,
«Проти» — членів ради,
недійсних бюлетенів —

На підставі результатів таємного голосування спеціалізована вчена рада присуджує Кобизському Денису Сергійовичу ступінь доктора філософії з галузі знань Управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Голова спеціалізованої
вченої ради


(підпис)

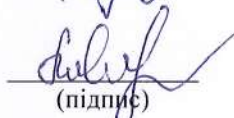
Тетяна ВАСИЛЬЄВА
(прізвище, ініціали)

Рецензент


(підпис)

Ганна Швіндіна
(прізвище, ініціали)

Рецензент


(підпис)

Людмила САГЕР
(прізвище, ініціали)

Опонент


(підпис)

Віталіна БАБЕНКО
(прізвище, ініціали)

Опонент


(підпис)

Ірина ПЕРЕВОЗОВА
(прізвище, ініціали)