

РЕЦЕНЗІЯ

кандидата економічних наук, доцента, доцента кафедри маркетингу
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця
УС Марини Ігорівни

на дисертацію подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії
за спеціальністю «075 Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та
адміністрування»

БОДЕНКА Андрія Івановича на тему
«Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації
підприємств»

Актуальність обраної теми дисертаційної роботи

Сучасні умови господарювання характеризуються високим рівнем невизначеності, динамічністю ринкового середовища та необхідністю швидкої адаптації підприємств до зовнішніх викликів. Для українського бізнесу особливої актуальності ці процеси набули внаслідок повномасштабної військової агресії Російської Федерації, що спричинила масову релокацію підприємств, зміну логістичних ланцюгів, втрату виробничих потужностей, кадровий дефіцит та необхідність переходу до нових моделей організації праці. За таких умов дистанційна робота стала не лише інструментом забезпечення безперервності діяльності підприємств, а й важливим чинником збереження їх конкурентоспроможності.

Особливого значення набуває організація дистанційної роботи у сфері маркетингу, оскільки саме маркетингові підрозділи забезпечують взаємодію підприємства зі споживачами, аналіз ринкової кон'юнктури, просування товарів і послуг, підтримку бренду та формування довгострокових конкурентних переваг. Використання цифрових платформ, хмарних технологій, CRM-систем, засобів онлайн-комунікації, автоматизації маркетингових процесів та інструментів штучного інтелекту суттєво змінює підходи до організації роботи маркетингових команд, особливо в умовах територіальної роз'єднаності працівників.

Релокація підприємств супроводжується не лише фізичним переміщенням виробничих потужностей або офісів, а й необхідністю реорганізації бізнес-процесів, при цьому маркетингові підрозділи повинні оперативно реагувати на зміну поведінки споживачів, трансформацію цільових ринків, появу нових конкурентів і необхідність освоєння інших регіональних або міжнародних ринків.

В даному контексті представлена до захисту робота здобувача БОДЕНКА Андрія Івановича на тему: «Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств» є своєчасною і актуальною.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами

Дисертаційна робота виконана у відповідності до законодавчих актів

України, а саме: Закону України «Про захист прав споживачів», Закону України «Про зайнятість населення», Закон України «Про охорону праці», Закону України «Про колективні договори і угоди», Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо дистанційної роботи», Закону України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану».

Дисертаційна робота виконана у відповідності до плану науково-дослідних робіт Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця за темою «Стратегії адаптації маркетингових інструментів для забезпечення розвитку підприємств в умовах дистанційної роботи» (номер державної реєстрації 0124U004821), де здобувачем впроваджено аналітичне забезпечення ідентифікації загроз організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств.

Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків і рекомендацій

Наукові результати, висновки і рекомендації, викладені в дисертації, є достатньо аргументованими, логічно взаємопов'язаними і несуперечливими, характеризуються достатнім рівнем обґрунтованості, про що свідчить структурна побудова та зміст дисертації. Використання фундаментальних робіт вітчизняних і закордонних науковців, статистичної інформації, отриманої як з офіційних джерел, так за результатами бібліографічного пошуку, виконаного самостійно автором, дало можливість систематизувати та кваліфіковано опрацювати це наукове дослідження.

Мета дослідження, яка полягає в узагальненні і розвитку теоретико-методичних положень та практичних рекомендацій щодо організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств досягнута та відповідає темі дисертаційної роботи.

Зміст сформульованих наукових задач структурно-логічно узгоджено та їх слід вважати достатньо розкритими згідно обраної теми дисертації та вирішеними, відповідно до поставленої мети. Об'єкт і предмет дослідження – узгоджені з метою дисертаційної роботи.

У роботі витримано логічність викладення матеріалу, вона достатньо структурована. Висновки, що наводяться наприкінці розділів дисертації, узагальнюють результати дослідження, формулюють та обґрунтовують їх теоретичну, емпіричну та практичну цінність, не суперечать викладеному матеріалу і мають прикладний аспект. Запропоновані здобувачем методичні підходи є науково виваженими та дозволяють здійснювати їх апробацію. Отримані наукові положення є коректними, по кожному з них визначена суттєва наукова новизна та цінність використання.

Достовірність та обґрунтованість наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих в дисертації, підтверджується публікацією основних результатів дослідження в 8 наукових працях, серед них: 5 статей в наукових фахових виданнях категорії «Б» (серед них 4 статті одноосібні); 3 тез доповідей у матеріалах конференцій. Оприлюднення на профільних науково-практичних конференціях з широкою географічною сферою запровадження

підтверджує апробацію й розповсюдження отриманого досвіду.

Дисертаційної робота БОДЕНКА Андрія Івановича ґрунтується на сучасній методології наукових досліджень, що підкреслюється застосуванням загально наукових та спеціальних методів дослідження.

Вищевикладене доводить достатню обґрунтованість і достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій дисертації БОДЕНКА Андрія Івановича.

Структура і зміст дисертаційної роботи. Відповідність дисертаційної роботи встановленим вимогам

Дисертаційна робота присвячена висвітленню питань узагальнення і розвитку теоретико-методичних положень та практичних рекомендацій щодо організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств. В роботі визначено фактори, що впливають на комунікацію релокованих підприємств у сфері маркетингу; ідентифіковано загрози організації дистанційної роботи на основі експертного аналізу; здійснено класифікацію типів загроз із застосуванням методу Уорна та алгоритму k-means; уточнено сутність поняття «дистанційна робота» з урахуванням специфіки сфери маркетингу та умов релокації; розроблено організаційний підхід до адаптації підприємств на нових сегментах ринку.

Робота складається з трьох розділів, кожен з яких містить по три параграфи. Перший розділ присвячено узагальненню теоретико-правових основ організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств. У другому розділі роботи проведено аналіз сучасного стану організації дистанційної роботи в сфері маркетингу на релокованих підприємствах. У третьому розділі роботи сформоване методичне забезпечення організації дистанційної роботи в сфері маркетингу на релокованих підприємствах.

Дисертаційна робота є логічною, послідовною та завершеною працею, що виконана автором самостійно. Наукове дослідження оформлене відповідно до встановлених вимог та містить усі необхідні структурні компоненти.

Наукова новизна одержаних результатів

У процесі дослідження отримано теоретичні, методичні та практичні результати різного ступеня новизни.

Удосконалено:

- теоретико-методичний підхід до розширення каналів комунікації релокованих підприємств. Основною відмінністю запропонованого методичного підходу є використання в якості інструментарію омніканального підходу, що дозволило враховувати культурно-географічні та нормативно-правові особливості місця релокації;

- аналітичне забезпечення ідентифікації загроз організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств. Відмінність результату полягає у використанні експертного аналізу, це дало змогу визначити та оцінити вплив факторів зовнішнього середовища на комунікацію з громадою та

споживачами;

- класифікацію типів загроз для підприємств в процесі організації дистанційної роботи в сфері маркетингу. В роботі успішно застосовано метод Уорна у поєднанні з алгоритмом k-means, це дозволило виокремити ознаки релокації, які впливатимуть на формування комунікації підприємства з громадою та споживачами.

Дістали подальшого розвитку:

- визначення сутності поняття «дистанційна робота» відмінність полягає у специфіці сфери маркетингу та умов релокації підприємств, що являє собою форми зайнятості, які використовують інформаційно-комунікаційні технології та забезпечують можливість ефективної взаємодії між працівником і роботодавцем, а також між працівником і потенційною комунікаційною аудиторією без необхідності фізичної присутності на території підприємства, це дає змогу поєднати свободу вибору робочого місця з технологічною підтримкою та організовувати трудовий процес поза традиційним офісним середовищем за умови дотримання результатами господарчої діяльності інтересів кінцевих споживачів;

- організаційний підхід до адаптації релокованих підприємств на нових сегментах ринку. Сформована теоретична модель організації дистанційної роботи в сфері маркетингу, створила основу налагодження комунікацій з урахуванням географічного та ментального факторів.

Практичне значення результатів дослідження

Наукові результати дисертаційної роботи використані в освітньому процесі Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (довідка про впровадження №25/86-33-95/2 від 19.12.2025 р.) у ході підготовки магістрів та бакалаврів в Навчально-науковому інституті менеджменту і маркетингу за спеціальністю 075 «Маркетинг» в освітніх компонентах «Стратегічний маркетинг» та «Маркетинг»;

організаційний підхід до адаптації релокованих підприємств на нових сегментах ринку отримав впровадження в діяльність ФОП "ШЕВЧЕНКО О.П." (довідка про впровадження № 1 від 25.09.2024 р.).

Повнота викладення наукових результатів дисертації в опублікованих працях

За результатами дослідження опубліковано 8 наукових праць, серед них: 5 статей в наукових фахових виданнях категорії «Б» (серед них 4 статті одноосібні); 3 тез доповідей у матеріалах конференцій. Загальний обсяг публікацій складає 4,9 ум.-друк. аркушів, з яких здобувачу належить 4,4 ум.-друк. аркуші.

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 (зі змінами, внесеними згідно з Постановами КМУ № 341

від 21.03.2022, № 502 від 19.05.2023, № 507 від 03.05.2024).

Дотримання норм академічної доброчесності

За результатами аналізу представлених матеріалів не встановлено фактів порушення академічної доброчесності.

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

1. Серед чинників, які обумовлюють поширення дистанційної роботи, стор. 24 дисертації, відсутні ті, що є проявом надзвичайних ситуацій, хоча саме вони обумовлюють перехід до такої форми організації праці. Також не знайшла відображення у дослідженні група чинників, які характеризують прагнення підприємця скоротити витрати на господарчу діяльність за рахунок відмови від оренди офісних приміщень.

2. Автор розглядає основні форми організації дистанційної роботи, стор. 48-50, але не наголошує, яка з них є ефективною в умовах воєнного стану. Порівняльний аналіз переваг та недоліків кожної з форм дистанційної роботи значно покращить якість дослідження.

3. У теоретичній моделі організації дистанційної роботи на релокованих підприємствах, стор. 68-70, дискусійно виокремлено людську компоненту зі складу організаційної компоненти, адже жодна організаційна перебудова неможлива без участі людей.

4. На стор. 119 автор зазначає: «Внутрішні фактори, включаючи дефіцит ресурсів (скорочення персоналу на 22% серед МСП) та психологічні бар'єри (технострес від дистанційної роботи), ускладнюють реалізацію кампаній, призводячи до втрат у залученні аудиторії на 25–35%, як фіксують звіти про вплив кризи на торгівлю». Не можна не погодитись з цими фактами, але зовсім не враховано зменшення потенційної купівельної аудиторії, що не могло не відбитися на результатах господарчої діяльності.

5. В алгоритмічній моделі ідентифікації загроз організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств, стор. 127, слід було вказати умови та параметри за яких відбувалося формування інформаційного простору дослідження.

Вказані вище зауваження та дискусійні положення не перешкоджають загальній позитивній оцінці роботи.

Загальні висновки та оцінка дисертації

Дисертаційна робота БОДЕНКА Андрія Івановича на тему: «Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств» є самостійною та завершеною працею, має наукову новизну та практичне значення.

Дисертаційна робота відповідає спеціальності 075 – Маркетинг.

За результатами аналізу представлених матеріалів дисертації не встановлено фактів порушення академічної доброчесності.

За змістом, структурою, обсягом та оформленням дисертаційна робота відповідає вимогам наказу МОН України № 40 від 12.01.2017 р. «Про затвердження вимог до оформлення дисертації» (із змінами та доповненнями, внесеними наказом МОН України від 31.05.2019 № 759) 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 № 44 від 12 січня 2022 року (зі змінами, внесеними згідно з Постановами КМУ № 341 від 21.03.2022, № 502 від 19.05.2023, № 507 від 03.05.2024).

Зазначене дозволяє зробити висновок, що БОДЕНКО Андрій Іванович, автор дисертації на тему: «Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств» заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 – Маркетинг.

Рецензент:

доцент кафедри маркетингу
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

к.е.н., доцент

УС Марина Ігорівна

