

ВІДГУК

офіційного опонента,
доктора економічних наук, професора,
декана факультету міжнародних економічних відносин та інформаційних
технологій

Львівського торговельно-економічного університету

ПОЛЯКОВОЇ Юлії Володимирівни

на дисертаційну роботу

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”

1. Актуальність теми дослідження

Актуальність дослідження на тему “Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств” зумовлена сучасними економічними та безпековими викликами, що спричинили масштабну релокацію підприємств в Україні та необхідність адаптації їхніх бізнес-процесів до нових умов функціонування. В умовах воєнного стану, глобальної цифровізації економіки та розвитку інформаційно-комунікаційних технологій дистанційна форма організації праці стала одним із ключових інструментів забезпечення безперервності діяльності підприємств, збереження кадрового потенціалу та підтримки конкурентоспроможності.

Особливого значення дистанційна робота набуває у сфері маркетингу, оскільки більшість маркетингових процесів являють собою аналіз ринку, цифрові комунікації, управління рекламними кампаніями, взаємодію з клієнтами, просування продукції та аналітику, тобто, можуть ефективно здійснюватися із застосуванням цифрових платформ і хмарних технологій. Водночас релокація підприємств створює нові організаційні, комунікаційні та управлінські виклики, що пов'язані з координацією роботи віддалених команд, підтриманням продуктивності персоналу, забезпеченням інформаційної безпеки та збереженням ефективності маркетингової діяльності.

Зростання ролі цифрового маркетингу та автоматизація маркетингових процесів вимагає від керівництва підприємств розроблення нових підходів до організації дистанційної роботи, адаптованих до умов релокації. При цьому існує потреба в узагальненні світового та вітчизняного як теоретичного, так і

практичного підґрунтя для організації дистанційної роботи на українських підприємствах.

Таким чином, дослідження особливостей організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств є своєчасним і практично значущим, оскільки його результати сприятимуть підвищенню ефективності управління маркетинговою діяльністю, забезпеченню стійкості функціонування підприємств в умовах кризових викликів та формуванню сучасних моделей організації праці, орієнтованих на цифрову трансформацію бізнесу.

Саме це і дозволяє вважати тему дисертаційного дослідження БОДЕНКА Андрія Івановича актуальною, а отримані результати науково значущими та перспективними з практичної точки зору.

2. Зв'язок роботи з науковими програмами, планами і темами

Дисертаційна робота БОДЕНКА Андрія Івановича на тему “Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств” виконувалась у відповідності з такими законодавчими актами, як: Конституція України, Кодекс законів про працю України, Закон України “Про захист прав споживачів”, Закон України “Про зайнятість населення”, Закон України “Про охорону праці”, Закон України “Про колективні договори і угоди”, Закон України “Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану”, Закон України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення правового регулювання дистанційної, надомної роботи та роботи із застосуванням гнучкого режиму робочого часу” та іншими міжнародно-правовими актами International Labour Organization.

Дисертацію було виконано відповідно до планів науково-дослідних робіт Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (ХНЕУ ім. С. Кузнеця) за темою “Стратегії адаптації маркетингових інструментів для забезпечення розвитку підприємств в умовах дистанційної роботи” (номер державної реєстрації 0124U004821), де автором запропоновано аналітичне забезпечення ідентифікації загроз організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств.

3. Наукова новизна, теоретична та практична значущість дисертації

У дисертаційній роботі отримано низку нових результатів у частині теоретичного та методичного забезпечення організації дистанційної роботи в сфері маркетингу в умовах релокації підприємств під час військового стану в Україні. Особливу науково-практичну цінність має удосконалення теоретико-

методичного підходу до розширення каналів комунікації релокованих підприємств. Суть результату полягає у використанні омніканального підходу, що з практичної точки зору дозволило враховувати культурно-географічні та нормативно-правові особливості кожного регіону України, як місця релокації підприємства.

Не менш вагомим здобутком є аналітичне забезпечення ідентифікації загроз у ході організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств. Суть результату полягає у використанні експертного аналізу, за результатами якого визначені фактори зовнішнього середовища та проведено оцінювання їх впливу на комунікацію релокованого підприємства з громадою та споживачами.

Наукова новизна притаманна класифікації типів загроз для підприємств в процесі організації дистанційної роботи в сфері маркетингу. Її відмінність полягає у використанні методу Уорна у поєднанні з алгоритмом k-means. Це дозволило виокремити ознаку релокації, яка чинить вплив на формування комунікації підприємства з громадою та споживачами.

Науковою новизною також відзначається подальший розвиток визначення сутності “дистанційної роботи” в сфері маркетингу при релокації підприємств. Суть результату в розкритті поняття як форми зайнятості, що використовує інформаційно-комунікаційні технології та забезпечує можливість ефективної взаємодії між працівником і роботодавцем без необхідності фізичної присутності на території підприємства. На практиці це дозволило поєднати свободу вибору робочого місця з технологічною підтримкою та організовувати трудовий процес поза традиційним офісним середовищем.

Отримав подальшого розвитку організаційний підхід до адаптації релокованого підприємства до нового сегменту ринку. Суть результату полягає у побудові теоретичної моделі організації дистанційної роботи в сфері маркетингу на релокованому підприємстві. З практичної точки зору отримано можливість налагодити комунікацію підприємства з споживачем, враховуючи географічний фактор та ментальні особливості сприйняття товарів та послуг у різних регіонах України.

Теоретичне значення дисертаційної роботи полягає у використанні омніканального підходу до розширення каналів комунікації релокованих підприємств, у використанні експертного аналізу у ході визначення та подальшого оцінювання факторів зовнішнього середовища релокованого підприємства. Теоретичне значення має ознака релокації в класифікації типів загроз для підприємств в процесі організації дистанційної роботи, уточнене визначення сутності “дистанційної роботи”, а також теоретичної моделі

організації дистанційної роботи в сфері маркетингу на релокованому підприємстві

Отримані дисертантом результати мають практичну цінність і можуть бути використані у діяльності підприємницьких структур.

Наукові результати дисертаційної роботи використані у практичній діяльності декількох установ та організацій, а саме:

- аналітичне забезпечення ідентифікації загроз організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств впроваджене у Харківському національному економічному університеті імені С. Кузнеця у ході виконання НДР за темою “Стратегії адаптації маркетингових інструментів для забезпечення розвитку підприємств в умовах дистанційної роботи” (номер державної реєстрації 0124U004821), (довідка № 68/2025 від 06.10.2025);

- організаційний підхід до адаптації релокованого підприємства до нового сегменту ринку отримав впровадження в діяльність ФОП “ШЕВЧЕНКО О.П.” (довідка про впровадження № 1 від 25.09.2024р.);

- теоретичні та методичні положення дисертаційної роботи використовувалися в навчальному процесі Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця під час викладання дисципліни “Стратегічний маркетинг” та “Маркетинг” для підготовки бакалаврів та магістрів за спеціальністю 075 “Маркетинг” освітньої програми “Маркетинг” (довідка про впровадження №25/86-33-95/2 від 19.12.2025 р.).

4. Повнота викладу наукових положень, висновків і рекомендацій в опублікованих працях

У відкритому друку за темою дисертації опубліковано 8 праць. Серед них: 5 статей в наукових фахових виданнях категорії “Б”; з них 1 стаття у співавторстві з науковим керівником та 3 публікації апробаційного характеру. Загальний обсяг публікацій складає 4,9 ум. др. арк., особисто автору належить 4,4 ум. др. арк.

Характер видань і зміст опублікованих наукових праць відповідають вимогам, що висуваються до робіт такого рівня. 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).

5. Дотримання норм академічної доброчесності

Аналіз змісту дисертаційної роботи дає підстави стверджувати, що дослідження виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності. Матеріали дисертації свідчать про самостійний характер наукового пошуку, належний рівень академічної культури та відповідальне використання напрацювань вітчизняних і зарубіжних учених. У роботі забезпечено коректне використання наукових джерел, усі запозичені положення супроводжуються відповідними посиланнями, оформленими згідно з чинними вимогами академічного цитування. Дисертаційна робота виконана з дотриманням вимог академічної доброчесності.

6. Апробація результатів дисертаційної роботи

Основні результати дослідження, висновки і рекомендації, викладені в дисертаційній роботі, доповідалися на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях, зокрема: VIII Міжнародній науково-практичній конференції “Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики” (м. Харків, 24 листопада 2023 р.); I Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції “Революція креативних індустрій: як маркетинг і менеджмент створюють майбутнє” (м. Харків, 25 жовтня 2024 р.); VII Міжнародній науково-практичній конференції “Present and future: priority areas of research in scientific and educational activities” (м. Прага, Чехія, 17-19 лютого 2025 р.).

Це дозволяє вважати апробацію результатів дисертаційного дослідження достатньою.

7. Дискусійні положення та зауваження.

Рівень розробки теоретико-методичних положень, практичних рекомендацій може бути оцінений як достатній, а наукові висновки та пропозиції є науково обґрунтованими, але слід зауважити, що деякі положення містять певні дискусійні моменти, які потребують додаткової аргументації:

1. Серед переваг та проблем розвитку дистанційної зайнятості (с. 29 дисертації) здобувач називає “недосконале правове регулювання” в той час, як цьому питанню в Україні присвячено низку законодавчих актів, які, зокрема, склали нормативне підґрунтя дослідження.

2. У ході узагальнення методів організації дистанційної роботи (с. 46), здобувач розподіляє їх на три групи: економічні, знанієві та інноваційні. Проте чітке розмежування між знаннями та інноваціями - це дискусійне питання і воно потребує пояснення.

3. Запропонована здобувачем теоретична модель організації дистанційної роботи на релокованих підприємствах (с. 69-70), потребує деталізації, зокрема, викликає дискусію зміст культурної компоненти, потребує пояснення її зміст: вона охоплює виключно персонал чи споживча аудиторія також потрапляє під її дію.

4. Матриця каналів комунікації релокованих підприємств серед ознак каналів комунікації містить “стратегії в малому бізнесі” (с. 88), що ніяким чином не мають відношення до ознак каналів комунікації.

5. Потребують пояснення результати проведеної здобувачем кластеризації регіонів України на основі показника кількості релокацій підприємств (с. 100), оскільки залишилось поза увагою питання можливості переходу регіону з одного кластеру до іншого. Також не зрозуміло, чому регіон Чернігівської області не потрапив до кластеру “Стійкі прифронтові зони”.

6. На с. 113 здобувач зазначає: “Особливістю дистанційної зайнятості є також питання компенсації витрат працівника. Українське законодавство передбачає можливість відшкодування витрат, пов’язаних із використанням обладнання, програмного забезпечення, інтернет-зв’язку та електроенергії, якщо це передбачено трудовим договором”. Вбачається за доцільне збір інформації про наявність таких даних в колективних договорах та визначення частки підприємців, які виконують такі умови.

Наведені зауваження не є принциповими та не знижують загальної позитивної оцінки роботи.

8. Загальний висновок

Дисертаційна робота БОДЕНКА Андрія Івановича на тему “Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств” виконана на високому науково-теоретичному рівні. Зміст дисертації відповідає обраній темі, поставленій меті та визначеним завданням дослідження. Наукові положення, висновки та рекомендації, сформульовані здобувачем, є достатньо обґрунтованими, логічно пов’язаними між собою та підтверджуються використанням належного теоретико-методичного інструментарію. Отримані результати мають наукову новизну, практичну значущість і можуть бути використані у діяльності релокованих українських підприємств, а також, оскільки вони мають універсальний характер, усіма зацікавленими представниками бізнесу та органами місцевого самоврядування.

Робота написана науковим стилем, матеріал викладений у логічній послідовності, висновки науково обґрунтовані та підтверджуються

результатами емпіричних спостережень. Представлена дисертація є завершеною, самостійною авторською оригінальною працею, яка присвячена вирішенню актуального наукового та практичного завдання щодо організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств.

Дисертаційна робота відповідає спеціальності 075 “Маркетинг”, галузі знань 07 “Управління та адміністрування”.

За результатами аналізу представлених матеріалів 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 (із 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 “Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств” заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 “Маркетинг”.

Офіційний опонент:

доктор економічних наук, професор,
декан факультету міжнародних
економічних відносин та
інформаційних технологій
Львівського торговельно-
економічного університету

