

**Рецензія**  
**доктора економічних наук, професора**  
**Омельяненка Віталія Анатолійовича**  
**на дисертацію Білухи Михайла Анатолійовича**  
**на тему «Стратегічне управління дистрибуцією**  
**інноваційної продукції підприємств»,**  
**подану на здобуття ступеня доктора філософії**  
**зі спеціальності 075 Маркетинг**

**Актуальність теми дослідження.** Важливість інновацій у діяльності будь-яких підприємств є беззаперечним ключовим фактором їх стійкості та конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі. Однак, створення інноваційного продукту ще не гарантує комерційного успіху, у якому вирішальне значення має ефективність просування та доведення до кінцевого споживача. Саме тому дистрибуція перетворюється зі звичайної логістичної функції на стратегічний інструмент управління ринковими позиціями підприємства.

Особливої актуальності ця проблематика набуває для сучасних українських підприємств, які функціонують в умовах війни з РФ, економічної нестабільності, впливу технологічних та ринкових чинників, високої конкуренції та постійної необхідності самовдосконалення. Недостатній рівень розвитку дистрибуційної інфраструктури, проблеми логістики та обмеженість стратегічного підходу до управління збутом знижують ефективність реалізації інноваційної продукції. Це обумовлює необхідність удосконалення теоретико-методичних засад стратегічного управління дистрибуцією інноваційної продукції, що і обґрунтовує актуальність теми даного дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, темами, планами.** Дисертаційна робота Білухи М. А. є складовою частиною комплексного дослідження кафедри бізнес-економіки та адміністрування Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка на тему «Стратегічне управління бізнес-моделями підприємств в умовах трансформаційних змін» (реєстраційний номер 0125U004340). Внеском автора є розкриті особливості стратегічного управління дистрибуцією підприємств в частині удосконалення

критеріальної бази для оцінювання готовності до поширення продукції.

***Найбільш істотні наукові результати, що містяться в дисертації.***

Аналіз дисертаційної роботи засвідчив, що вона є комплексним, структурованим і всебічним науковим дослідженням, у якому представлені особисті здобутки автора. Наукову новизну становлять такі положення:

1. Вперше розроблений науково-методичний підхід обґрунтованого поетапного вибору стратегії дистрибуції інноваційної продукції підприємства на основі бінарної трикомпонентної моделі, що інтегрує оцінку готовності маркетингової, логістичної та комерційної складових і враховує рівень ризику та тип ринку за рівнем інтенсивності конкуренції.

2. Удосконалена теоретична база управління процесами дистрибуції інноваційної продукції шляхом обґрунтування інтегрального підходу, що об'єднує маркетинговий, логістичний, комерційний виміри; сформований авторський підхід до розуміння інформаційної системи управління дистрибуцією.

3. Удосконалений аналітичний інструментарій дистрибуції інноваційної продукції з урахуванням обґрунтованого вибору і застосування економетричних моделей для її оптимізації та адаптації до мінливих ринкових умов.

4. Удосконалена критеріальна база оцінювання готовності дистрибуції для поширення інноваційної продукції, яка охоплює маркетингову, логістичну та комерційну складові та містить деталізацію показників за кожною з них.

5. Набули подальшого розвитку наукові підходи до управління дистрибуцією інноваційної продукції в умовах цифрової трансформації, що враховують інтеграцію маркетингових і комерційних складових.

6. Набули подальшого розвитку стратегічні напрями планування та перспективи дистрибуції інноваційної продукції для підприємств, які охоплюють ринки B2B та B2C і зосереджені на зростаючому проникненні інтернету, дозволяють активно розвивати цифрову комерцію, впроваджувати сучасні продукти завдяки досягненням у технологічному розвитку та

міжнародному співробітництві, розвитку високотехнологічного виробництва, партнерстві з міжнародними компаніями, розробці бізнес-кластерів, залученні інвестицій та масштабуванні інновацій.

7. Набув подальшого розвитку концептуальний підхід до стратегічного управління дистрибуцією інноваційної продукції, що об'єднує управлінські дії, спрямовані на ефективне поширення на ринку товарів, які характеризуються новизною для конкретного суб'єкта господарювання.

***Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків рекомендацій, сформульованих у дисертації, опублікованих працях.***

Використані у роботі загальнонаукові і спеціальні методи наукового пошуку є коректними. Основні результати дослідження опубліковані в 27 публікаціях, у тому числі 5 – у фахових наукових виданнях України (категорія Б), 20 – у матеріалах конференцій, 2 – в інших виданнях, з яких 17 одноосібних. Аналіз наукових робіт здобувача дозволяє стверджувати, що вони повною мірою відображають основні положення та висновки дослідження.

Значущим аспектом, який ілюструє ступінь оприлюднення результатів дисертаційного дослідження, є їх представлення на науково-практичних конференціях у м. Вінниця, м. Дніпро, м. Київ, м. Кременчук, м. Кропивницький, м. Рівне, м. Суми, м. Харків і м. Хмельницький (Україна), м. Бельско-Бяла і м. Познань (Польща), м. Таллінн (Естонія) 2022-2025 рр.

Отже, наукові положення, висновки і рекомендації, представлені у дисертації, є достатньо оприлюдненими, обґрунтованими і достовірними.

***Значення для науки і практики отриманих результатів.*** Дисертаційна робота містить раніше незахищені положення, а обґрунтовані результати сприяють розв'язанню актуального завдання теоретико-методичного обґрунтування та розроблення науково-практичних рекомендацій щодо стратегічного управління дистрибуційними процесами інноваційної продукції підприємств. Авторські висновки доведені до рівня практичних пропозицій і рекомендацій, що підтверджується відповідними актом і довідками про впровадження.

Практична цінність отриманих результатів дослідження полягає в можливості їх використання для підвищення рівня стратегічного управління дистрибуцією інноваційної продукції підприємств.

**Оцінка змісту та завершеності дисертації.** Зміст дисертації є логічно структурованим і послідовним. Інтегральним результатом дисертаційної роботи стало удосконалення теоретико-методичних та науково-прикладних засад стратегічного управління дистрибуцією інноваційної продукції підприємств за рахунок обґрунтування авторської концепції, що інтегрує маркетинговий, логістичний і комерційний виміри; розроблення науково-методичного підходу до поетапного вибору стратегії дистрибуції на основі бінарної трикомпонентної моделі з урахуванням шкалювання відповідних рівнів структурних показників, рівня ризику та типу ринку за рівнем інтенсивності конкуренції; уточнення критеріальної бази комплексного оцінювання готовності дистрибуційної системи до поширення інноваційної продукції; удосконалення аналітичного інструментарію на основі обґрунтованого вибору і застосування економетричних моделей для оптимізації витрат дистрибуції інноваційної продукції та адаптації до мінливих умов ринку.

Таким чином, дисертація є завершеною науковою працею, а її результати можуть бути використані для подальшого розвитку теоретичних і практичних аспектів стратегічного управління дистрибуцією інноваційної продукції підприємств.

**Дискусійні положення та зауваження до змісту дисертації.** У цілому позитивно оцінюючи здобутки дисертанта, вважаємо за доцільне висловити деякі дискусійні зауваження:

1. Сформована система показників для трьох складових (маркетингової, логістичної, комерційної) є досить розлогою (понад 30 індикаторів). Було б корисно обґрунтувати вагомість окремих показників у межах кожної групи, оскільки зараз модель припускає їх рівноцінність при бінарному кодуванні.

2. У підрозділі 1.3 детально описано CRM, WMS та TMS системи. Звертаємо увагу на необхідність чіткішого зв'язку: як саме впровадження конкретного програмного продукту впливає на зміну конкретного показника (наприклад, швидкості підтвердження замовлення чи точності виконання).

3. Літературний огляд містить фундаментальні праці, проте в темі цифрової трансформації та ШІ доцільно було б ще більше інтегрувати результати досліджень останніх двох років (2024-2025 рр.), враховуючи стрімкий розвиток цієї галузі.

**Висновок про відповідність кваліфікаційної наукової праці чинним вимогам.** Аналіз дисертації, анотацій та опублікованих праць дає підстави для висновку про те, що дослідження Білухи Михайла Анатолійовича на тему «Стратегічне управління дистрибуцією інноваційної продукції підприємств» є самостійним, завершеним дослідженням, яке має наукову новизну, теоретичне і практичне значення. Вважаємо, що дисертація заслуговує на позитивну оцінку, відповідає вимогам «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» (Постанова Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44 зі змінами), а її автор, Білуха Михайло Анатолійович, заслуговує на присудження ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування.

**Рецензент:**

професор кафедри бізнес-економіки  
та адміністрування  
Сумського державного педагогічного  
університету імені А. С. Макаренка  
доктор економічних наук, професор



Віталій ОМЕЛЬЯНЕНКО

