

ВІДГУК

*офіційного опонента на дисертаційну роботу
Білухи Михайла Анатолійовича на тему
«Стратегічне управління дистрибуцією
інноваційної продукції підприємств»,
подану на здобуття ступеня доктора філософії
за спеціальністю 075 Маркетинг*

1. *Актуальність теми дослідження та її зв'язок із науковою тематикою.* Для українських підприємств інноваційна продукція є важливим інструментом адаптації до нестабільного економічного середовища і підвищення рівня власної конкурентоспроможності. Впровадження інновацій дозволяє їм модернізувати виробництво, виходити нові ринки збуту, підвищувати ефективність використання ресурсів і забезпечувати довгостроковий розвиток. Крім того, інноваційна продукція сприяє розвитку економіки держави, стимулює науково-технічний прогрес, інвестиційну активність та створення нових робочих місць.

З іншого боку, в сучасних умовах стрімких трансформаційних змін на світових ринках, у структурі світової і національних економік все більшого значення набувають проблеми організації процесів розподілу й просування продукції до кінцевих споживачів, тобто дистрибуції.

Отже, управління дистрибуцією інноваційної продукції є важливим елементом стратегічного розвитку підприємств і актуальним завданням для науково-прикладних досліджень.

У роботі Білухи М. А. досліджено проблематику стратегічного управління дистрибуцією підприємств, що відповідає темі «Стратегічне управління бізнес-моделями підприємств в умовах трансформаційних змін» (реєстраційний номер 0125U004340), в межах плану науково-дослідної роботи Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка. Участь у зазначеній темі дозволила дисертантові верифікувати на практиці отримані наукові здобутки щодо удосконалення критеріальної бази для оцінювання готовності до поширення продукції (довідка № 274/1 від 27.02.2026р.).

Зважаючи на вищезазначене, тему дисертаційної роботи Білухи М. А. є підстави вважати актуальною.

2. Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Структурну побудову дисертації обумовлено метою, завданнями та логікою дослідження. Об'єкт і предмет дослідження дозволяють всебічно проаналізувати сформульовану проблему та запропонувати шляхи її вирішення. Аналіз змісту дисертації свідчить, що дослідження Білухи М. А. є самостійно виконаним, аргументованим і комплексним, має високий науковий рівень. У роботі представлено ґрунтовний аналіз широкого переліку наукових джерел, Інтернет-ресурсів, статистичних матеріалів Державної служби статистики України, результатів власних досліджень автора. У дисертації наявні всі обов'язкові структурні елементи, наведено доречну візуалізацію основних складових дослідження.

Основні положення дисертаційної роботи здобувача опубліковані у 27 публікаціях, у тому числі 5 – у фахових наукових виданнях України (категорія Б), 20 – у матеріалах та збірниках тез міжнародних та всеукраїнських конференцій, 2 – в інших виданнях, з яких 17 одноосібних.

3. Основні наукові результати, одержані автором, їх новизна.

У дисертації Білухи М. А. отримані нові наукові результати, які в сукупності розв'язують важливе науково-прикладне завдання теоретико-методичного обґрунтування та розроблення науково-практичних рекомендацій щодо стратегічного управління дистрибуційними процесами інноваційної продукції підприємств. На увагу і підтримку заслуговують такі результати, пропозиції та висновки здобувача, які містять елементи наукової новизни:

вперше розроблено 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.

удосконалено теоретичну базу 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.

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

удосконалено критеріальну базу оцінювання готовності дистрибуції для поширення інноваційної продукції, яка охоплює маркетингову, логістичну та комерційну складові та містить деталізацію показників за кожною з них;

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

розвинуто 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.

поглиблено 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.

4. Практична значущість результатів дослідження і рекомендації щодо їх використання. У дослідженні Білухи М. А. розроблено науково-прикладні рекомендації, що спрямовані на удосконалення стратегічного управління дистрибуцією інноваційної продукції підприємств, а саме:

науково-методичний підхід обґрунтованого поетапного вибору стратегії дистрибуції інноваційної продукції підприємства на основі бінарної трикомпонентної моделі,

критеріальну базу оцінювання готовності дистрибуції для поширення інноваційної продукції, яка охоплює маркетингову, логістичну та комерційну складові та містить деталізацію показників за кожною з них,

стратегічні напрями планування та перспективи дистрибуції інноваційної продукції для підприємств, які охоплюють ринки B2B та B2C.

Результати дисертаційної роботи використано у практичній діяльності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт», Філіп Морріс Сейлз Енд Дистриб'юшн, ТОВ «САНДОРА», ТОВ «ПК «ПОЖМАШИНА»», а також у навчальному процесі Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка Міністерства освіти і науки України, що підтверджує практичну значущість дослідження та ефективність запропонованих дисертантом шляхів вирішення окресленої проблеми.

5. Дискусійні положення та зауваження до роботи. Слід зазначити, що деякі положення дисертаційної роботи є дискусійними та потребують додаткової аргументації. Зокрема такі:

1. У розробленій багатофакторній регресійній моделі для ПрАТ «МХП» чинники «витрати на маркетинг», «транспортні витрати» та «сезонність» мають показники $p\text{-value} > 0,05$, що свідчить про їх статистичну незначущість у даній моделі. Автор зазначає це, проте доцільно було б пояснити, чому сезонність не є вирішальним фактором для харчового продукту.

2. Оцінювання логістичної складової (зокрема, вирішення скарг) проводилося на основі опитування 30 респондентів. Для такого гіганта ринку,

як ПрАТ «МХП», така вибірка може бути недостатньо репрезентативною для узагальнюючих стратегічних висновків щодо всієї системи дистрибуції.

3. При аналізі використання аналітики даних та управління репутацією автор згадує про важливість поваги до конфіденційності клієнтів. Проте в роботі недостатньо висвітлено питання комплаєнсу та юридичних ризиків при використанні ШІ для збору та обробки персональних даних споживачів в Україні.

4. Запропонована бінарна трикомпонентна модель дозволяє діагностувати стан готовності системи $S=(0;1;0)$. Водночас у роботі варто було б детальніше розписати кошторисну вартість або часові межі переходу від «відкладеної дистрибуції» до «інтенсивної» після усунення маркетингових чи комерційних розбіжностей.

5. Автор відзначає труднощі зі звітністю та падіння інноваційної активності у 2022–2023 рр. З цих позицій не достатньо врахованим є можлива волатильність показників маркетингової та комерційної складових у воєнний період, що може вимагати частішої актуалізації значень трикомпонентного показника S .

У цілому дисертаційна робота заслуговує на позитивну оцінку.

6. Відсутність (наявність) порушення академічної доброчесності. Аналіз наукових публікацій, у яких висвітлені основні наукові результати дисертаційної роботи Білухи М. А. свідчить про відсутність порушень академічної доброчесності. У дисертаційній роботі є посилання на всі джерела інформації за кожним випадком запозичення тверджень, відомостей, ідей, розробок, статистичних даних. Представлена 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.

7. Загальні висновки і оцінка дисертації. Аналіз дисертації, анотацій та опублікованих праць дозволяє зробити висновок про те, що дослідження Білухи Михайла Анатолійовича «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.

Офіційний опонент:

доктор економічних наук, професор
завідувач кафедри обліку і оподаткування
Східноукраїнського національного університету
імені Володимира Даля
Міністерства освіти і науки України


Юлія КЛЮС

Підпис завідувача кафедри
обліку і оподаткування
доктора економічних наук, професора Ключ Ю.І.
ЗАСВІДЧУЮ:
Начальник відділу кадрів




Ольга КУРТОВА