

Рішення
разової спеціалізованої вченої ради
про присудження ступеня доктора філософії

Здобувач ступеня доктора філософії Антон БОКИЙ
(власне ім'я, прізвище здобувача)

1997 року народження, громадянин України
(назва держави, громадянином якої є здобувач)

освіта вища: закінчив у 2019 році Національний транспортний університет
(найменування закладу вищої освіти)

за спеціальністю «Менеджмент», здобув освітній ступінь магістра,
(за дипломом)

працює директором з маркетингу
(посада)

в ТОВ «Фешн-Тех», м. Київ,
(місце основної роботи, підпорядкування, місто)

виконав акредитовану освітньо-наукову програму «Менеджмент».

Разова спеціалізована вчена рада, утворена наказом Національного транспортного університету Міністерства освіти і науки України, м. Києва
(повне найменування закладу вищої освіти (наукової установи), підпорядкування (у родовому відмінку), місто)

від «01» серпня 2024 року № 596 у складі:

Голови разової спеціалізованої вченої ради – Олена ЛОЖАЧЕВСЬКА, д-р екон. наук, професор,
(власне ім'я, прізвище, науковий ступінь, вчене звання,
завідувачка кафедри менеджменту,
Національний транспортний університет;
посада, місце роботи)

Рецензентів – Алла ГРЕЧАН, д-р екон. наук, професор,
(власне ім'я, прізвище, науковий ступінь, вчене звання,
професор кафедри економіки,
Національний транспортний університет;
посада, місце роботи)

Олена КОМЧАТНИХ, канд. екон. наук, доцент,
(власне ім'я, прізвище, науковий ступінь, вчене звання,
доцент кафедри економіки,
Національний транспортний університет;
посада, місце роботи)

Офіційних опонентів – Олена ДАНЧЕНКО, д-р техн. наук, професор,
(власне ім'я, прізвище, науковий ступінь, вчене звання,
професор кафедри комп'ютерних наук та системного аналізу,
Черкаський державний технологічний університет;
посада, місце роботи)

Наталія ЧЕРНІКОВА, канд. екон. наук, доцент,
(власне ім'я, прізвище, науковий ступінь, вчене звання,
доцент кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної,
Полтавський державний аграрний університет;
посада, місце роботи)

на засіданні «20» вересня 2024 року прийняла рішення про присудження ступеня доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування»,
(галузь знань)

Антону БОКОМУ

(власне ім'я, прізвище здобувача у давальному відмінку)

на підставі публічного захисту дисертації «Застосування інноваційних бізнес-технологій в управлінні підприємством»,

(назва дисертації)

за спеціальністю 073 «Менеджмент».

(код і найменування спеціальності (спеціальностей) відповідно до Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти)

Дисертацію виконано у Національному транспортному університеті

(найменування закладу вищої освіти (наукової установи),

Міністерства освіти і науки України, м. Київ

підпорядкування, місто)

Науковий керівник Олена БАКУЛІЧ, канд. техн. наук, професор,

(власне ім'я, прізвище, науковий ступінь, вчене звання,

Національний транспортний університет,

декан факультету менеджменту, логістики та туризму.

місце роботи, посада)

Дисертацію подано у вигляді спеціально підготовленого рукопису в якому отримані нові науково обґрунтовані результати, спрямовані на вирішення важливого науково-практичного завдання розробки нових та вдосконалення існуючих моделей та методів впровадження інноваційної бізнес-технології омніканального маркетингу, як складової цифрової трансформації, з метою підвищення ефективності управління підприємством.

Дисертація виконується державною мовою.

Дисертаційна робота в обсязі 130 сторінок основного тексту є завершеним науковим дослідженням у відповідності до «Вимоги до оформлення дисертації» (Наказ Міністерства освіти і науки України № 40 від 12.01.2017 р.) та відповідає специфіки галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Здобувач має 16 наукових публікацій зарахованих за темою дисертації, з них: 3 статті у наукових виданнях, включених на дату опублікування до переліку наукових фахових видань України; 2 статті у періодичних наукових виданнях інших держав (не є виданнями держави, визнаної Верховною Радою України державою-агресором); 1 розділ в міжнародній монографії:

1. Бакуліч О.О., Бокий А.В. Омніканальний маркетинг, як ефективний спосіб взаємодії з споживачем. Вісник Національного транспортного університету. Серія "Економічні науки". Науково-технічний збірник. К. : НТУ, 2022. Вип. 2 (52). С. 33-39. DOI: 10.33744/2308-6645-2022-2-52-033-03.

Метою роботи є визначення принципів технології омніканального маркетингу та обґрунтування його застосування як ефективного способу взаємодії зі споживачем та підвищення ефективності роботи підприємства.

Особистий внесок автора полягає у визначенні принципів технології омніканального маркетингу та обґрунтуванні його застосування як ефективного способу взаємодії зі споживачем та підвищення ефективності роботи підприємства

2. Бокий А.В. Особливості цифрової трансформації бізнесу. Збірник наукових праць "Управління розвитком складних систем", №58, 2024. К.: КНУБА, 2024. – с. 129 – 138. DOI: [dx.doi.org\10.32347/2412-9933.2024.58.129-138](https://doi.org/10.32347/2412-9933.2024.58.129-138);
Метою статті полягає в розкритті особливостей цифрової трансформації бізнесу в умовах сучасності.
Автором досліджено особливості цифрової трансформації в управлінні підприємства та визначено її, як одного із найбільш важливих принципів підприємницької діяльності.

3. Бокий А.В. Бізнес-технологія омніканального маркетингу в управлінні підприємством. Науковий журнал «Економіка і організація управління» № 1(53) (2024), ДНУ імені Василя Стуса, 2024. – С.130-141. DOI: [10.31558/2307-2318.2024.1.14](https://doi.org/10.31558/2307-2318.2024.1.14);
Метою статті є практичне застосування технології омніканального маркетингу в управлінні підприємством.
Автором сформовано концептуальну модель омніканальності досліджуваного підприємства, розроблено концептуальну модель One Retail, як інструмент залучення клієнтів та покращенню взаємодії, що в цілому вдосконалює бізнес-технологію омніканального маркетингу.
4. Бакуліч О.О., Бокий А.В. Застосування сучасних бізнес-технологій в умовах цифрової трансформації управління підприємством. "Scientific World Journal" Bulgaria, Svishtov, Issue No23, P. 131–138, DOI: [10.30888/2663-5712.2024-23-00-056](https://doi.org/10.30888/2663-5712.2024-23-00-056);
Метою статті є дослідження омніканального маркетингу, як сучасної бізнес-технології в управлінні підприємством, що є складовою цифрової трансформації.
Особистий внесок автора полягає у дослідженні технології омніканального маркетингу, як сучасної бізнес-технології в управлінні підприємством, визначенні місця омніканального маркетингу в умовах цифрової трансформації підприємства
5. Bakulich O. O., Boky A.V. Management of economic processes in wartime: problems, trends and perspectives. International Partnership and Cooperation of Ukraine in Wartime: Collective monograph. University of Coimbra, Portugal - Chernihiv: REICST, 2022, P.134-146. DOI: <https://doi.org/10.54929/monograph-02-2022-01-10>.
Метою роботи є формування перспектив розвитку економічних процесів, з урахуванням впливу війни на загальну та українську економічні системи.
Особистий внесок автора полягає у дослідженні економічних проблем, які обумовлені кризовим станом, та ідентифікації їхніх наслідків на макро та мікроекономічних рівнях, а також сформовані перспективи розвитку економічних процесів, впливу війни на загальну та українську економічні системи
6. Bakulich O. O., Boky A.V. Omnichannel marketing as a new opportunity to build an effective consumer interaction strategy. Economic Profile Scientific-practical journal. Georgia, Kutaisi university, 2022. Vol. 17, 1(23), P. 84–90. DOI: <https://doi.org/10.52244/ep.2022.23.05>. ISSN 1512-3901 (Print) E ISSN 2587-5310.
Метою статті є дослідження і визначення принципів технології омніканального маркетингу та обґрунтування її як ефективного способу взаємодії зі споживачем і підвищення ефективності підприємства.

Особистий внесок автора полягає у дослідженні та визначенні принципів технології омніканального маркетингу, результати якого можуть бути використані для формування маркетингової стратегії підприємства

У дискусії взяли участь (голова, рецензенти, офіційні опоненти, інші присутні) та висловили зауваження:

Голова разової спеціалізованої вченої ради – Олена ЛОЖАЧЕВСЬКА.

Зауваження:

Без зауважень.

Рецензент – Алла ГРЕЧАН.

Зауваження:

1. В таблиці 1.1 автором систематизовано особливості сучасних бізнес-технологій з виділенням підходів до трактувань, факторів формування, ключових джерел впливу. Можливо доцільно доповнити це узагальнення підходом «інноваційність управління» та зазначити це як новизну роботи.

2. На рис. 1.4. (с. 48) наведено стан використання бізнес-технологій світовими стейкхолдерами, але не вказано за якими факторами визначено позиції.

3. В новизні роботи автор зазначає, що розвинено понятійно-термінологічний апарат теорії управління підприємством, але не уточнює які саме визначення запропоновано, яка ступінь їх новизни та чим вони відрізняються від вже існуючих трактувань.

Рецензент – Олена КОМЧАТНИХ.

Зауваження:

1. Автор зазначає, що однією з ознак бізнес-технологій є інноваційність (С. 28-29), проте в роботі використовує окремо поняття «бізнес-технології» та «інноваційні бізнес-технології». З тексту роботи не зрозуміло, чи вважає автор дані категорії синонімами, оскільки наведено авторське визначення категорії «бізнес-технології», проте відсутнє визначення ключових характеристик саме інноваційних бізнес-технологій.

2. Виходячи з тематики роботи, при формулюванні авторського визначення поняття «омніканальний маркетинг» (с. 80), автору слід було в першу чергу наголосити, що це різновид інноваційних бізнес-технологій.

3. Автор в роботі використовує поняття «омніканальний маркетинг», «омніканальна стратегія маркетингу», «омніканальний підхід», що ускладнює сприйняття роботи. Термінологія потребує одноманітності.

Офіційний опонент – Олена ДАНЧЕНКО.

Зауваження:

1. У першому розділі автор наводить стан використання бізнес-технологій в світовій практиці менеджменту, але при цьому не вказує, за якими факторами визначає їх.

2. В першому розділі автор детально проаналізував різні визначення терміну «бізнес-

технологія», але не розкрив відмінностей між бізнес-технологіями та інноваційними бізнес-технологіями.

3. Перший розділ містить 39 сторінок, що, на мою думку, є забагато для аналітичного розділу в дисертації, яка складає 130 сторінки основного тексту.

4. В другому розділі представлена інтегральна модель інноваційної омніканальної бізнес-технології на рис. 2.9, але ні на рисунку, ні за текстом незрозуміло, в чому саме полягає її інноваційність.

5. Автор виносить в наукову новизну удосконалений понятійно-термінологічний апарат теорії управління підприємством, а саме інноваційної бізнес-технології «омніканального маркетингу», в частині її сутності як наукового терміну та комплексної стратегічної бізнес-технології. Але за текстом дисертації не наведено чіткого нового визначення бізнес-технології омніканального маркетингу та не наведено його відмінностей від існуючих визначень.

Опонент – Наталія ЧЕРНІКОВА.

Зауваження:

1. В першому розділі проведено аналіз досліджень з обраної предметної області, але не визначено, які саме питання в цих роботах потребують додаткового вивчення та удосконалення.

2. У новизні роботи автор підкреслює, що розвинуто понятійно-термінологічний апарат теорії управління підприємством, однак не вказано обсяг запропонованих визначень, ступінь їхньої новизни та чим саме вони відрізняються від вже існуючих трактувань.

3. У другому розділі дисертаційної роботи наведено показники оцінювання ефективності застосування омніканальної бізнес-технології в управлінні підприємством, проте не було проведено розрахунок даних показників для досліджуваного підприємства та для зазначених у роботі підприємств-конкурентів, що могло б підсилити пропозиції дисертанта.

4. При прогнозуванні економічної ефективності інструментарію One Retail, який є частиною стратегії омніканального маркетингу компанії INTERTOP Ukraine, не було вказано на який саме період робиться даний прогноз.

Висновок разової спеціалізованої вченої ради ДФ 192.12.24 щодо розгляду дисертаційної роботи:

1. Дисертаційна робота відповідає освітньо-науковій програмі «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент», що реалізується в Національному транспортному університеті.

2. Мета роботи полягає у підвищенні ефективності управління підприємством шляхом розробки та вдосконалення моделей та методів впровадження інноваційних омніканальних бізнес-технологій, як складової цифрової трансформації бізнесу.

3. Наукова новизна отриманих результатів полягає в:

- вперше сформовано узагальнену концептуальну модель цифрової трансформації в управлінні підприємством;

- вперше розроблено інтегральну модель інноваційної омніканальної бізнес-технології, як складової цифрової трансформації;

- удосконалено методичний підхід до управління омніканальним маркетингом

підприємства:

- дістала подальшого розвитку система показників оцінювання ефективності застосування

омніканальної бізнес-технології в управлінні підприємством;

- розвинуто понятійно - термінологічний апарат теорії управління підприємством, а саме інноваційної бізнес-технології «омніканального маркетингу», в частині її сутності як наукового терміну та комплексної стратегічної бізнес-технології.

4. Практичне значення отриманих результатів полягає в розробці моделі практичного інноваційного інструменту One Retail для удосконалення впровадження бізнес-технології омніканального маркетингу в частині визначення стратегічно важливих показників ефективності в умовах функціонування підприємства, а саме покращення клієнтського досвіду в напрямках залучення та взаємодії зі споживачами, що призводить до зростання фінансових показників підприємства.

5. Матеріали досліджень були впроваджені в процес управління підприємствами, а саме Товариство з обмеженою відповідальністю «INTERTOP Ukraine» м. Київ (акт впровадження від 15.12.2023 р.), Товариство з обмеженою відповідальністю "ФешнТех", (акт впровадження від 24.01.2024 р.) та в навчальний процес Національного транспортного університету.

6. Рада визначає високий науковий рівень дисертації, кваліфікує її як роботу, в якій отримані нові науково обґрунтовані результати, спрямовані на розробку нових та вдосконалення існуючих моделей та методів впровадження інноваційної бізнес-технології омніканального маркетингу, як складової цифрової трансформації, з метою підвищення ефективності управління підприємством. Для досягнення мети було виконано в роботі цілий ряд задач:

- проведено аналіз наукових досліджень та практичних інструментів інноваційних бізнес-технологій в управлінні підприємством;

- розроблено концептуальну модель цифрової трансформації бізнесу;

- розроблено інтегральну модель інноваційної омніканальної бізнес-технології в управлінні підприємством, як складової цифрової трансформації;

- вдосконалено методичні підходи до управління омніканальним маркетингом підприємства;

- розвинуто систему показників оцінювання ефективності застосування омніканальної бізнес-технології в управлінні підприємством;

- розроблено модель практичного інноваційного інструменту удосконалення впровадження;

омніканальної бізнес-технології в управлінні підприємством;

- проведено апробацію розроблених інструментів омніканальної бізнес-технології, як складові цифрової трансформації, в управлінні вітчизняними підприємствами.

7. Дисертаційна робота є завершеним науковим дослідженням, і разом з публікаціями здобувача відповідають положенням «Вимоги до оформлення дисертації» (Наказ Міністерства освіти і науки України № 40 від 12.01.2017 р.), та п. 6 – 9 «Порядок 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 № 44 від 12.01.2022 р., зі змінами).

Результати відкритого голосування:

«За» 5 членів ради,

«Проти» 0 членів ради.

На підставі результатів відкритого голосування разова спеціалізована вчена рада присуджує ___

Антону БОКОМУ

(власне ім'я, прізвище, здобувача у давальному відмінку)

ступінь / ступеня доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
(галузь знань)

за спеціальністю 073 «Менеджмент»

(код і найменування спеціальності (спеціальностей) відповідно до Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти)

Відеозапис трансляції захисту дисертації додається.

Окрема думка члена разової ради додається (за наявності).

Голова разової
спеціалізованої вченої ради,
д-р екон. наук, професор





(підпис)

Олена ЛОЖАЧЕВСЬКА