

ВІДГУК

офіційного опонента

доктора економічних наук, професора **КОВАЛЬЧУК Світлани Володимирівни**

на дисертацію **СКАКУНА Олександра Михайловича**

на тему: **«Формування системи інтернет-комунікацій забезпечення**

просування продукції сільськогосподарських підприємств»,

подану на здобуття ступеня доктора філософії

в галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Актуальність теми дисертації. Цифрова трансформація економіки супроводжується переходом маркетингу до моделі, заснованої на даних: рішення щодо просування продукції дедалі частіше ухвалюються на основі вебаналітики, статистичних методів та інструментів штучного інтелекту. За таких умов конкурентоспроможність підприємства визначається не стільки наявністю окремих цифрових каналів, скільки здатністю інтегрувати їх у керовану та вимірювану систему комунікацій.

Для аграрного сектору, у якому переважають малі та середні підприємства з обмеженими цифровими компетенціями, формалізація та кількісне оцінювання рівня розвитку інтернет-комунікацій мають особливе значення. З огляду на це, а також на процеси адаптації законодавства України до норм Європейського Союзу та посилення конкуренції на продовольчих ринках, тема дисертації О. М. Скакуна є актуальною та має важливе наукове і практичне значення.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано відповідно до плану науково-дослідної роботи Національного університету біоресурсів і природокористування України за темою «Розвиток маркетингу на підприємствах аграрного сектору та переробних підприємствах» (номер державної реєстрації 0120U100630), у межах якої автором систематизовано тенденції розвитку інтернет-комунікацій сільськогосподарських підприємств та визначено чинники впливу цифрового середовища на ефективність просування їхньої продукції.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, їх достовірність. Вивчення дисертації дає підстави стверджувати, що здобувач О. М. Скакун досягнув поставленої мети та вирішив сформульовані завдання. Сильною стороною роботи є її методична цілісність: автор послідовно переходить від теоретичного осмислення інтернет-комунікацій до їх кількісного вимірювання та практичної діагностики, що забезпечує обґрунтованість і відтворюваність отриманих результатів.

У першому розділі здобувач систематизував теоретичні підходи до сутності маркетингових та інтернет-комунікацій і обґрунтував їх розгляд як інтегрованої системи

організаційної, методичної та інформаційно-аналітичної підсистем, що стало концептуальною основою подальшого кількісного аналізу (підрозділи 1.1–1.3).

У другому розділі на основі офіційної статистики, авторського анкетного опитування та методу експертних оцінок діагностовано фактичний стан цифрової зрілості сільськогосподарських підприємств. Заслуговує на схвалення опрацювання емпіричних даних із застосуванням сучасного програмного забезпечення та інструментів вебаналітики (підрозділи 2.1–2.3).

Третій розділ містить науково найвагоміший результат – модель оцінювання цифрової зрілості, що передбачає розрахунок інтегрального коефіцієнта за зваженою формулою трьох підсистем та якісну перевірку мінімально обов’язкових критеріїв за п’ятирівневою шкалою. Цінним є те, що модель апробовано на реальних підприємствах, де зафіксовано вимірюване зростання інтегрального коефіцієнта (від 18,29 % до 96,15 % та від 39,14 % до 74,14 %) і відповідне покращення показників вебаналітики (підрозділи 3.1–3.3). Висновки дисертації логічно впливають з аналітичних результатів і підтверджуються апробацією, що свідчить про їх достовірність.

Новизна наукових положень, висновків і рекомендацій. До найбільш важливих наукових положень, що відзначаються новизною, науковою і практичною цінністю, на погляд офіційного опонента, слід віднести такі:

уперше запропоновано й доведено до практичного застосування авторський діагностичний інструмент – методику визначення рівня цифрової зрілості інтернет-комунікацій сільськогосподарського підприємства, у якій єдиний зважений вимірник агрегує стан трьох забезпечувальних складників комунікаційної діяльності (організаційного, методичного та інформаційно-аналітичного), а віднесення підприємства до одного з п’яти щаблів зрілості здійснюється у два кроки: спершу обчислюється числовий коефіцієнт, після чого перевіряється виконання обов’язкових якісних умов відповідного щабля; методику адаптовано до умов агровиробництва – сезонних коливань попиту, одночасної роботи з гуртовими та роздрібними покупцями, пікових навантажень на опрацювання замовлень;

удосконалено наукове уявлення про інтернет-комунікації сільськогосподарського підприємства: замість трактування їх як переліку розрізнених цифрових каналів обґрунтовано їх розуміння як керованої єдності трьох взаємопов’язаних складників, підпорядкованої завданням збуту продукції; на цій основі впорядковано організаційну побудову комунікаційної діяльності – закріплення персональної відповідальності, розмежування завдань штатних і залучених фахівців, унормування передавання звернень покупців у відділ продажу та запровадження контрольних показників результативності;

набули подальшого розвитку методичний інструментарій добору засобів цифрового просування, поданий у вигляді дерева рішень, у якому рекомендований набір інструментів

визначається діагностованим щаблем зрілості, видом продукції, характером цільового ринку й масштабом господарювання, а також наукові засади побудови наскрізного аналітичного контуру підприємства (вебресурс – системи вебаналітики – рекламні кабінети – база клієнтських даних – облік звернень – управлінська звітність) та узгодженого багатоканального застосування пошукового просування, платної інтернет-реклами, соціальних медіа, контентних і поштових комунікацій на основі клієнтських даних.

Практичне значення та впровадження результатів дослідження. Практичне значення результатів полягає у створенні прикладного інструментарію, що дає змогу підприємствам кількісно оцінювати рівень цифрової зрілості власної системи інтернет-комунікацій та ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення на основі даних. Розроблені методичні підходи, алгоритми та рекомендації впроваджено у діяльність ТОВ «Козацька долина 2006» та ТОВ «Агро-Слава 2017», що підтверджено відповідними довідками; окремі положення можуть використовуватися у викладанні дисциплін «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Цифровий маркетинг».

Повнота викладення наукових положень у опублікованих працях. Основні положення дисертації знайшли відображення у 9 наукових працях, з яких 3 статті у наукових виданнях, включених до Переліку наукових фахових видань України, колективна монографія, 5 тез наукових доповідей.

Відсутність порушення академічної доброчесності. Проведеним вивченням дисертації та наукових публікацій, у яких висвітлено основні її результати, порушень академічної доброчесності не встановлено. Представлена дисертація є самостійною й оригінальною працею; теоретичні положення та розробки, що характеризують її наукову новизну і практичне значення, отримано автором особисто, а посилання на джерела оформлено належним чином.

Дискусійні положення та зауваження до дисертації. Не применшуючи загальної позитивної оцінки дисертації О. М. Скакуна, доцільно визначити низку дискусійних положень та зауважень:

1. Модель оцінювання цифрової зрілості фіксує стан системи інтернет-комунікацій на момент діагностики (с. 208–216), тобто має статичний характер. Доцільно обґрунтувати рекомендовану періодичність повторного оцінювання та механізм відстеження динаміки інтегрального коефіцієнта, що перетворило б разову діагностику на повноцінний управлінський цикл моніторингу.

2. Потребує уточнення понятійний апарат дослідження: співвідношення категорій «інтернет-комунікації», «цифрові маркетингові комунікації», «digital-маркетинг» та «омніканальність» (с. 22–23, 80, 85) розкрито в тексті не повною мірою, що подекуди ускладнює розмежування змісту цих понять.

3. Зафіксоване під час апробації зростання інтегрального коефіцієнта цифрової зрілості (з 18,29 % до 96,15 % та з 39,14 % до 74,14 %, с. 219–228) доцільно було б чіткіше відокремити від впливу зовнішніх чинників (сезонності попиту, зміни рекламних бюджетів, загальної ринкової кон'юнктури), наприклад, шляхом порівняння з підприємствами, які не впроваджували запропонованих рішень.

4. Алгоритм вибору інструментів інтернет-комунікацій за логікою «якщо – то» (с. 250–258) не передбачає правил розв'язання ситуацій, коли окремі критерії (рівень цифрової зрілості, цілі комунікації, масштаб бізнесу) вказують на різні набори інструментів; доцільно формалізувати пріоритетність критеріїв у таких випадках.

5. В організаційній підсистемі ґрунтовно опрацьовано розподіл функцій між внутрішніми та зовнішніми виконавцями (с. 172–177, 184), однак бракує оцінки потреби підприємств у цифрових компетенціях персоналу та витрат на їх формування, що є важливою управлінською передумовою впровадження авторських рекомендацій.

6. Робота виграла б від глибшого розкриття впливу воєнних ризиків (перебоїв в енергопостачанні та зв'язку, зміщення попиту й міграція цільових аудиторій) на стійкість системи інтернет-комунікацій сільськогосподарських підприємств – у тексті ці аспекти лише принагідно окреслено (с. 92–93, 109).

Наведені зауваження мають дискусійний характер і суттєво не впливають на загальний високий рівень та позитивну оцінку дисертації.

Відповідність дисертації встановленим вимогам. Дисертація виконана на належному фаховому рівні, її зміст повністю розкриває тему та відповідає профілю спеціальності 075 «Маркетинг». Робота має традиційну структуру: анотація, вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел і додатки; оформлена згідно з вимогами наказу Міністерства освіти і науки України № 40 від 12 січня 2017 року «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації», виконана у науковому стилі з дотриманням логічної послідовності викладу.

Загальний висновок. Дисертація О. М. Скакуна є кваліфікаційною науковою працею, виконаною самостійно на актуальну тему. Вона має завершений характер, відзначається науковою новизною і практичною спрямованістю. Основні результати дослідження з достатньою повнотою відображено в опублікованих автором працях. Враховуючи актуальність, наукову новизну, достовірність і практичну значущість одержаних результатів, дисертація на тему: «Формування системи інтернет-комунікацій забезпечення просування продукції сільськогосподарських підприємств» відповідає вимогам 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, а її автор

Скакун Олександр Михайлович заслуговує на присудження ступеня доктора філософії в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 075 «Маркетинг».

Офіційний опонент професор кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, доктор економічних наук, професор Світлана КОВАЛЬЧУК