

Відгук рецензента

на дисертаційну роботу Недопако Наталії Миколаївни на тему «Управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації», на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 «Менеджмент»

Актуальність теми дослідження

Останні десятиліття ознаменовані бурхливим розвитком високих технологій, у тому числі в галузі телекомунікацій та цифрових технологій. На сьогоднішній день цей напрямок залишається найбільш прибутковим і перспективним. Привабливість ринку телекомунікацій породжує жорстку конкуренцію у цьому секторі економіки. При цьому для виживання необхідною умовою конкурентоспроможності та успішного функціонування компаній є не лише нові унікальні технології, а й чітка орієнтація на споживача та всебічне застосування маркетингових стратегій.

Тому виконане дослідження, яке містить науково обґрунтовані теоретичні та практичні рекомендації щодо вдосконалення управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації слід вважати актуальним.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами

Роботу виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт кафедри маркетингу Державного університету телекомунікацій, зокрема: держбюджетна тема НДР «Науково-методичні засади маркетингових досліджень ринку ТК послуг» (№ держ. реєстрації 0117U004173), держбюджетна тема «Науково-методичні засади впровадження інноваційних технологій у маркетингову діяльність» (№ держреєстрації 0120U101141). Матеріали дослідження використовувалися під час виконання 3 госпдоговірних тем, а саме: «Розробка алгоритму підвищення ефективності тизерної мережі шляхом створення моделі підбору релевантних оголошень» (№ держреєстрації 0119U100116); «Створення каталогу категорій товарів і послуг для подальшого таргетування медійної і нативної реклами на інтереси Інтернет користувачів» (№ держреєстрації 0120U101138); «Розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності банерної мережі» (№ держреєстрації 0121U114115), в яких автором обґрунтовані теоретико-методичні положення щодо розробки та впровадження маркетингового інструментарію у діяльність компаній; надано практичні рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингового менеджменту підприємств.

736
12.08.24

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації

Вивчення матеріалів дисертації Недопако Н.М. «Управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації», дозволяє зробити висновок про те, що здобувач поставив перед собою важливу та своєчасну мету - обґрунтування теоретичних засад та практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації.

Наукові положення, основні результати і висновки, які містяться в дисертації мають достатній ступінь обґрунтованості та вірогідності. Вони базуються на застосуванні загальнонаукових методів: системно-структурний аналіз - для уточнення та впорядкування понятійно-категоріального апарату; методи аналізу та синтезу, історичності та логічності, індукції та дедукції - для обґрунтування ролі digital-маркетингу як підґрунтя управління маркетинговою діяльністю підприємства в умовах диджиталізації; методи порівнянь, логічного, історичного аналізу для уточнення сутності, еволюції та різновидів digital-маркетингу; структурно-функціональний підхід для розкриття елементів та складових управління маркетинговою діяльністю та розробки інтегрованого системного підходу до управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств; аналізу та синтезу, компаративного аналізу для формування комплексної системи управління маркетинговою діяльністю підприємства телекомунікаційних підприємств; наукової абстракції; методів узагальнення, формалізації, групування, систематизації для визначення чинників впливу диджиталізації на управління маркетинговою діяльністю підприємств; узагальнення, структурно-функціональний підхід – для встановлення проблем розвитку системи управління маркетинговою діяльністю підприємств; економіко-математичний та статистичний методи для здійснення аналізу конкурентної маркетингової позиції телекомунікаційних підприємств; графічний метод для ілюстрації наукових результатів. Обробка всіх даних здійснювалася за допомогою сучасних інформаційних технологій.

Дисертаційна робота складається з трьох розділів, кожний з яких характеризується певним внеском у розвиток теорії та практики управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації.

Автором у першому розділі роботи «Теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю підприємств» розвинуто сучасні підходи до визначення сутності digital-маркетингу як підґрунтя управління маркетинговою діяльністю підприємства в умовах диджиталізації і його інструментарію, та

викладено власну інтерпретацію digital-маркетингу як закономірного результату еволюції маркетингової парадигми й інформаційних технологій. Здобувачем розглянуто особливості та удосконалення концепції управління маркетинговою діяльністю підприємства в умовах диджиталізації. Розроблено науково-методичний підхід до оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства.

У другому розділі «Дослідження ефективності управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації» визначено методичні підходи до оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств. мають Цікавим і з наукової, і з практичної точок зору є результати проведення моніторингу чинників розвитку телекомунікаційних підприємств та їхня інтерпретація; здійснення аналізу конкурентної маркетингової позиції телекомунікаційних підприємств; методичний підхід та результати проведення діагностики digital-архітектури управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств.

У третьому розділі «Вдосконалення управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації» визначено концептуальні складові формування комплексної системи управління маркетинговою діяльністю підприємства телекомунікацій в умовах диджиталізації та розроблено інтегрований системний підхід до управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації.

Таким чином, в дисертації виконано постановку і вирішення актуальної науково-прикладного завдання, яке полягає в обґрунтуванні теоретичних засад та практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації. Викладення матеріалу у дисертації ведеться послідовно та науково-обґрунтовано. У необхідних випадках наведені твердження. Дослідження має концептуальний, теоретико-методологічний та прикладний аспекти.

Повнота викладу та основних положень дисертації у наукових виданнях та апробація результатів дослідження

Наукові положення, висновки і рекомендації, які зроблені в дисертації являються повними та вичерпними. За результатами дослідження опубліковано 16 наукових статей, у т.ч.: одна стаття – у виданні, проіндексованому у Scopus, 8 статей в фахових виданнях України категорії «Б», 12 тез доповідей на міжнародних науково-практичних конференціях.

Теоретична і практична цінність дисертаційних досліджень

Теоретичне значення результатів дослідження полягає у комплексному підході до формування науково-методичних положень щодо розвитку концептуальних та теоретичних засад управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації.

Практична цінність результатів дослідження полягає в обґрунтуванні низки практичних пропозицій, які можуть бути використані з метою підвищення ефективності діяльності телекомунікаційних підприємств України. Науково-методичні та практичні результати дослідження отримали зацікавленість з боку ТОВ «Compressors International», ТОВ «Констракшн Машинері», ТОВ «Форкс», ТОВ МЕДІА КОМПАНІЯ «СТАРЛАЙН». Окремі теоретико-методологічні положення матеріалів дослідження використовуються у навчальному процесі Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій.

Відсутність (наявність) порушення академічної доброчесності

Дисертаційна робота Недопако Наталії Миколаївни є самостійно виконаною кваліфікаційною науковою працею. Наукові положення, розробки, висновки та рекомендації, що викладені в дисертації, отримані особисто здобувачем. Дисертація містить необхідні посилання на використані джерела інформації, статистичні дані тощо відповідно до норм законодавства про авторське право. За результатами перевірки дисертаційної роботи на наявність ознак академічного плагіату встановлено коректність посилань на джерела для текстових та ілюстративних запозичень, що дозволяє зробити висновок про відсутність порушень академічної доброчесності.

Дискусійні положення та зауваження до дисертації

1. Потребують уточнення та додаткової наукової редакції деякі формулювання положень наукової новизни.
2. Розроблена автором методика ефективності управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств включає шкалу оцінки (табл.2.2, С. 123). Вибір шкали повинний бути більш розгорнуто аргументованим.
3. Текст дисертаційної роботи у першому розділі (с.33-56) можна скоротити за рахунок більш стислого викладення опису digital маркетингу.

4. Не проаналізована робота телекомунікаційних підприємств під час воєнного стану та не надана характеристика впливу військових дій на діяльність телекомунікаційних підприємств.

Відзначені недоліки не знижують позитивної оцінки роботи.

Загальні висновки про відповідність дисертації встановленим вимогам

Дисертантом поставлені й успішно вирішені актуальні питання вдосконалення управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації.

Виконана робота базується на обробці й аналізу великого фактичного матеріалу, використанні значної кількості літературних джерел з 122 найменувань. Публікації автора свідчать про те, що дисертація Недопако Наталії Миколаївни є узагальнюючим результатом науково-дослідної роботи з даної проблеми.

Оцінюючи в цілому весь комплекс проведених автором досліджень вважаю, що дисертаційна робота Недопако Наталії Миколаївни на тему «Управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації» за змістом, рівнем теоретичної обґрунтованості і практичної спрямованості висновків і розробок відповідає вимогам, які висуваються до досліджень на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 «Менеджмент», затвердженим Наказом Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 № 40 (із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства освіти і науки України № 759 від 31.05.2019) та «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 року № 44).

Рецензент:

завідувач кафедри економіки
Державного університету
інформаційно-комунікаційних технологій
МОН України
доктор економічних наук, професор



Ольга ГУСЕВА

Підпис професора Гусевої О.Ю. засвідчую:
Учений секретар Державного університету
інформаційно-комунікаційних технологій



Галина ЄНЧЕВА