Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Image not found or type unknow

Державний обліковий номер: 0824U002864

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 16-08-2024

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Бокий Антон Володимирович

2. Anton Bokyi

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-8617-6298

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 073

Назва наукової спеціальності: Менеджмент

Галузь / галузі знань: управління та адміністрування

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Менеджмент

Дата захисту: 20-09-2024

Спеціальність за освітою: Менеджмент

Місце роботи здобувача: Товариство з обмеженою відповідальністю «ІНТЕРТОП УКРАЇНА»

Код за ЄДРПОУ: 041097426

Місцезнаходження: Проспект Перемоги, 23, Київ, 03056, Україна

Форма власності: Приватна/недержавна

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): ДФ 073.15.24 (ID 6809)

Повне найменування юридичної особи: Національний транспортний університет

Код за ЄДРПОУ: 02070915

Місцезнаходження: вул. М. Омеляновича-Павленка, буд. 1, Київ, 01010, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Національний транспортний університет

Код за ЄДРПОУ: 02070915

Місцезнаходження: вул. М. Омеляновича-Павленка, буд. 1, Київ, 01010, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 71.01.14, 82.01.11, 20.54.03, 71.01.30

Тема дисертації:

1. Застосування інноваційних бізнес-технологій в управлінні підприємством

2. Application of innovative business technologies in enterprise management

Реферат/анотація:

1. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 Менеджмент (07 – Управління та адміністрування). –Національний транспортний університет, Міністерство освіти і науки України, Київ, 2024. У дисертаційній роботі вирішено актуальне науково-прикладне 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. У роботі проведено аналіз визначення «інноваційні бізнес-технології управління», визначено основні наукові ознаки та розглянутий історичний контекст появи та трансформації бізнес-технологій. Зазначено, що до сучасних тенденцій бізнес-технологій відносяться: Еджайл (англ. Agile) менеджмент, штучний інтелект (англ. Artificial Intelligence), машинне навчання (англ. Machine Learning), цифрова трансформація, Web3 та блокчейн; дизайн мислення (англ. Design Thinking), управління клієнтським досвідом (англ. Customer experience management). В процесі дослідження акцентовано увагу на

процесах цифрової трансформації бізнесу, яка є сьогодні ключовим елементом конкурентоспроможності, інноваційності та ефективності підприємств, тобто виступає основою у способах ведення бізнесу та взаємодії з клієнтами, і заснована на впровадженні цифрових технологій та охоплює комплексну перебудову стратегій взаємодії з клієнтами та управління бізнес-процесами. У контексті цифрової трансформації підприємства виділено інноваційну омніканальну бізнес- технологію, що посідає стратегічно важливе місце в управлінні підприємством, та забезпечує безперервність взаємодії з клієнтами, підвищує їхню задоволеність та лояльність, та сприяє ефективному використанню цифрових ресурсів. В роботі розвинуто термінологічний базис та запропоновано власне бачення інноваційної бізнес-технології «омніканального маркетингу», в частині її сутності як наукового терміну. Розроблено узагальнену концептуальну модель цифрової трансформації, яка визначає шлях для підприємств до досягнення гармонійної інтеграції технологій, що неможлива без омніканальних підходів. Омніканальний маркетинг, у цьому контексті, виступає як критична ініціатива, що забезпечує безперервність взаємодії з клієнтами на кожному етапі їхнього шляху. Розроблено інтегральну модель інноваційної омніканальної бізнес-технології в управлінні підприємством, як складової цифрової трансформації підприємства. Модель акцентує на необхідності інтеграції всіх каналів взаємодії — як цифрових, так і фізичних — щоб створити єдиний клієнтський шлях, який згладжує переходи та взаємозв'язки між різними точками дотику. Ця концептуальна модель підкріплює розуміння омніканальності як стратегічної переваги, що дозволяє компаніям відповідати на зростаючі вимоги клієнтів до персоналізації, зручності та швидкості обслуговування. Завдяки цьому підходу, підприємства можуть ефективніше реагувати на клієнтські запити та підвищувати загальну задоволеність та відданість клієнтів. На основі сформованої інтегральної моделі інноваційної омніканальної бізнес-технології, розроблено методичні підходи до управління, що охоплює кроки від планування до реалізації та аналізу результатів та дозволяє управляти одночасно всіма каналами взаємодії, щоб зберегти безшовність клієнтського досвіду, і відрізняється від існуючих методів саме омніканальним підходом. Розвинута система показників оцінювання ефективності застосування інноваційної омніканальної бізнес-технології в управлінні підприємством. Запропоновано ключові показники ефективності, такі як MROI, CR, NPS, CAC, та CLV, які є важливими для оцінки успішності омніканальних ініціатив. Важливо зазначити, що хоча ці показники є загальноприйнятими, їх застосування та інтерпретація повинні бути адаптовані до конкретних умов та цілей кожного підприємства. Це забезпечить не лише вимірювання ефективності, але й допоможе внести корективи у стратегії для оптимізації взаємодії з клієнтами та підвищення загального доходу компанії. На прикладі функціонування підприємства наведено можливості практичного використання інноваційних бізнес-технологій омінканального маркетингу, як складової цифрового управління. Практичне значення одержаних результатів підтверджується впровадженням їх в процеси управління підприємствами в різних компаніях України та в освітній процес Національного транспортного університету. Ключові слова: менеджмент, управління підприємством, інновації, інноваційна діяльність, інноваційні технології, бізнес-технології, цифрова трансформація, цифрофізація, діджиталізація, інформаційні системи, конкурентоспроможність, управління маркетингом, омніканальний маркетинг.

2. Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy. Specialty 073 Management (07 Management and Administration). – National Transport University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2024. The dissertation solved the urgent scientific and applied task of developing new and improving existing models and methods of implementing innovative business technology of omnichannel marketing as a component of digital transformation to improve the efficiency of enterprise management. The dissertation analyzes the definition of «innovative business management technologies», identifies the main scientific features and considers the historical context of the emergence and transformation of business technologies. It is noted that the current trends in business technologies include agile management, artificial intelligence, machine learning, digital transformation, Web3 and blockchain, design thinking, customer experience management. During the dissertation research, attention was focused on the processes of digital transformation of business, which is today a key element of competitiveness, innovation, and efficiency of enterprises, i.e., it is the basis for the ways of doing business and interacting with customers and is based on the introduction of digital technologies and covers a

comprehensive restructuring of customer interaction strategies and business process management. In the context of the digital transformation of an enterprise, the author emphasizes the omnichannel business technology, which occupies a strategically important place in enterprise management, and ensures the continuity of interaction with customers, increases their satisfaction and loyalty, and promotes the efficient use of digital resources. An integral model of innovative omnichannel business technology in enterprise management as a component of the digital transformation of an enterprise has been developed. The model emphasizes the need to integrate all interaction channels - both digital and physical - to create a single customer journey that smooths transitions and interconnections between different touchpoints. This conceptual model reinforces the understanding of omnichannel as a strategic advantage that allows companies to respond to the growing demands of customers for personalization, convenience, and speed of service. With this approach, businesses can respond more effectively to customer demands and increase overall customer satisfaction and loyalty. Based on the formed integral model of innovative omnichannel business technology, methodological approaches to management have been developed, covering the steps from planning to implementation and analysis of results and allowing to manage simultaneously all channels of interaction to maintain a seamless customer experience, and differs from existing methods in its omnichannel approach. A developed system of indicators for assessing the effectiveness of the use of innovative omnichannel business technology in enterprise management. Key performance indicators, such as MROI, CR, NPS, CAC, and CLV, have been proposed, which are important for assessing the success of omnichannel initiatives. It is important to note that although these metrics are commonly used in marketing analytics, their application and interpretation should be adapted to the specific conditions and goals of each enterprise. This will ensure not only performance measurement, but also help to adjust strategies to optimize customer experience and increase overall company revenue. On the example of the enterprise functioning, the possibilities of practical use of innovative business technologies of omnichannel marketing as a component of digital management are presented. The practical results are confirmed by their implementation in the processes of enterprise management in various companies of Ukraine and in the educational process of National Transport University. Keywords: management, business management, innovation, innovation activity, innovative technologies, business technologies, digital transformation, digitalization, digitalization, information systems, competitiveness, marketing management, omnichannel marketing.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Не застосовується

Підсумки дослідження: Нове вирішення актуального наукового завдання

Публікації:

- 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: 10.33744/2308-6645-2022-2-52-033-039. http://publications.ntu.edu.ua/visnyk/52/UKR.htm.
- 2. Бокий А. В. Особливості цифрової трансформації бізнесу. Управління розвитком складних систем. Київ, 2024. № 58. С. 129 – 138, dx.doi.org\10.32347/2412-9933.2024.58.129-138.
- 3. Бокий А.В. Бізнес-технологія омніканального маркетингу в управлінні підприємством. Науковий журнал "Економіка і організація управління" № 4(52) (2023), ДНУ імені Василя Стуса, 2024. – С.130-141.

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0123U100369 0122U001128

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Бакуліч Олена Олександрівна

2. Olena Bakulich

Кваліфікація: к. т. н., професор, 05.22.01

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-5700-0576

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний транспортний університет

Код за ЄДРПОУ: 02070915

Місцезнаходження: вул. М. Омеляновича-Павленка, буд. 1, Київ, 01010, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Данченко Олена Борисівна

2. Olena B. Danchenko

Кваліфікація: д. т. н., професор, 05.13.22

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-5657-9144

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Черкаський державний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05390336

Місцезнаходження: бульвар Шевченка, буд. 460, Черкаси, Черкаський р-н., 18006, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Чернікова Наталія Миколаївна

2. Nataliya Chernikova

Кваліфікація: к. е. н., доц., 08.07.02

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-0079-6411

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Полтавський державний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 00493014

Місцезнаходження: вул. Сковороди, буд. 1/3, Полтава, Полтавський р-н., 36003, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: https://ror.org/01s344n79

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гречан Алла Павлівна

2. Alla P. Hrechan

Кваліфікація: д.е.н., професор, 08.07.01

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-3984-9952

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний транспортний університет

Код за ЄДРПОУ: 02070915

Місцезнаходження: вул. М. Омеляновича-Павленка, буд. 1, Київ, 01010, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Комчатних Олена Вікторівна

2. Olena V. Komchatnykh

Кваліфікація: к. е. н., доц., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-4755-904X

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний транспортний університет

Код за ЄДРПОУ: 02070915

Місцезнаходження: вул. М. Омеляновича-Павленка, буд. 1, Київ, 01010, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Ложачевська Олена Михайлівна
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Ложачевська Олена Михайлівна
Відповідальний за підготовку облікових документів	Малахова Юлія Анатоліївна
Реєстратор	УкрІНТЕІ
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Тетяна Анатоліївна