

РЕЦЕНЗІЯ

на дисертаційну роботу Максим'юк Юлії Сергіївни
Економічна діагностика результативності маркетингової діяльності підприємств-девелоперів будівництва поданої на здобуття освітньо-наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 Економіка галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки

Актуальність обраної теми дисертаційної роботи.

Класичний маркетинговий інструментарій розпочав впроваджуватися в бізнесі з початку 90-х років XX століття у момент трансформації економіки із командно-адміністративної у ринкову. Законодавцями маркетингових принципів стали міжнародні компанії, які ввійшли на український ринок. Нині акценти маркетингу зміщується на концепцію «унікальної товарної пропозиції», запропонованої ще в середині XX століття Россетером Рівером, яка у сучасному вигляді стверджує, що продукт буде користуватися високим попитом у тому випадку, якщо буде мати унікальні характеристики, які будуть робити його відмінним від конкурентів. Саме зміщення акцентів від інтенсифікації продажів – до вияву унікальності характеристик продукту (послуг) та стану конкурентоспроможності виробника (послуго-надавача) стосується представленої роботи, в якій комплекс і стратегія маркетингу підприємства –девелопера в будівництві безпосередньо пов'язується із економічною структурою господарського портфеля. Отже, маркетинговий менеджмент є надзвичайно важливою складовою частиною системи управління девелопера, а економічна діагностика виступає в якості інструментарію контролю, виявлення відхилень та наступного корегування діяльності.

На думку авторки роботи, маркетинговий менеджмент, мікс-маркетинг та гео-маркетинг та економічна діагностика стратегії девелопера в сукупному використанні мають стати основою для побудови системи стратегічного управління розвитком і функціонування девелоперської компанії, з огляду на мультипроектне середовище операційної діяльності, а його головними функціями будуть: «аналіз ринку, організація, планування, мотивація, реалізація поставлених завдань, здійснення контролю та аналізу виконання маркетингових заходів».

Потреба в створенні оновленого науково-методичного та прикладного забезпечення, що призначено для економічної діагностики та обґрунтування відповідності стратегії маркетингу підприємства-девелопера цілям і вимогам

середовища будівельного девелопменту, – визначає актуальність обраної теми дисертації, а надалі обумовлює мету, завдання, предмет та об'єкт дослідження..

цінка наявності зв'язку між змістом роботи, науково-дослідними та науково-пошуковими пошуковими роботами.

Зміст роботи та публікацій Максим'юк Ю.С. дають підстави вважати належними зв'язок роботи з науково-дослідною тематикою КНУБА за темами:

- при опрацюванні теми №0121U110365 «Розбудова сучасного економіко-аналітичного інструментарію девелоперського управління підприємством будівництвом» - авторкою обґрунтовано та впроваджено інноваційну методико-прикладну систему структуризації операційної системи підприємства-девелопера до адміністрування мульти-проектним портфелем та модель первинної економічної оцінки стратегії маркетингу підприємства-девелопера в будівництві (ПДБ);
- при виконанні теми «Розвиток управлінської взаємодії інституційних учасників девелоперських проектів» (номер державної реєстрації 0121U111793) – авторкою обґрунтовано дієвість застосування комплексу програмних продуктів щодо моделювання інтегрального показника результативності стратегії маркетингу ПДБ на підставі опрацювання вихідних даних по тим проектам, які подано у розпорядження даній компанії-девелоперу.

Зміст роботи відповідає цільовій спрямованості Законів України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності», «Про Антимонопольний комітет України», «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про інвестиційну діяльність», «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення державного регулювання у сфері будівництва житла», «Про захист економічної конкуренції» (із змінами, в чинній редакції).

цінка змісту та структури роботи.

Структура дисертаційної роботи підпорядкована сутності вирішуваних задач та інноваційному змісту результатів дослідження. Зміст та структура роботи відповідають вимогам «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії»

щодо дисертацій ступеня PhD за спеціальністю 051 «Економіка». Дисертаційна робота містить: анотацію українською та англійською мовами; основну частину в складі 3 розділів та загальних висновків; список використаної літератури (204 джерел) та додатків. Повний обсяг роботи складає 212 сторінок друкованого тексту, у тому числі 28 таблиць та 17 рисунків.

цінка достовірності та обґрунтованості результатів досліджень.

Ці вимоги забезпечено, насамперед, виваженою науковою гіпотезою дослідження та через раціональне сполучення універсальних та спеціальних методів та моделей в складі загально-методичного підґрунтя.

Вихідна наукова гіпотеза дослідження спирається на наступне: в основу вибору стратегії успішного маркетингу підприємства-девелопера слід покласти поетапне мультикритеріальне оцінювання компонент портфеля. Визначальним критерієм успішного маркетингу є вибір такого портфеля проектів, який забезпечуватиме максимум приросту всіх активів девелопера за досліджуваній стратегічний операційний цикл (2 роки). Доцільно використати інтегральне оцінювання, особливість якого полягає у спільному використанні кількісних і якісних часткових критеріїв. Метричні критерії використано для визначення числових характеристики узагальненого показника, а неметричні – для уточнення вагових коефіцієнтів його складових. Запропоновано підхід до інтерпретації результатів інтегрального оцінювання на основі їх узгодження зі шкалою бажаності та визначення рівнів прийнятності рішення.

Складовою достовірності та обґрунтованості результатів є те, що в основу загально-методичного підґрунтя роботи покладено: маркетинг-менеджмент, мікс-маркетинг, економічна діагностика, підхід структурних бізнес-одиниць (у застосуванні до проектів як компонент операційної діяльності девелопера), теорія систем, теорія зацікавлених сторін, управління за відхиленнями, «Total Cost Manegement», методичні платформи економічного реінжинірингу та діджиталізація. Таке загально-методичного підґрунтя роботи забезпечує цільове спрямування досягти узгодження між маркетинговою стратегією компанії-девелопера та структурою її господарського портфеля.

исновок щодо новизни окремих результатів дослідження та наукової новизни дисертаційної роботи в цілому.

Провідним висновком роботи є те, що маркетингова діяльність девелопера має забезпечити не тільки дослідження ринку і споживачів, а й чіткий достовірний аналіз потреб і потенціалу стейкхолдерів, а також конкретні заходи щодо їх взаємодії в межах окремих девелоперських проектів, а також у мультипроектному середовищі. Крім того, сприяння взаємовигідних відносин залежить від зацікавлених сторін, які надають пріоритет міжкорпоративним комунікаціям для підтримки цих зв'язків. Отже, підвищення якості взаємодії між зацікавленими сторонами полегшує їхню співпрацю та має потенціал для зміцнення довірчих відносин у довгостроковій перспективі.

Складовими наукової новизни роботи за рубриками «удосконалено» та «набуло подальшого розвитку» є наступні результати дослідження:

Автором, в даній роботі *удосконалено*:

- *порядок проведення маркетингового аналізу портфеля проектів підприємства-девелопера* – для портфеля будівельних проектів в складі виробничої програми девелопера - такий порядок, на відміну від існуючих, спирається на інтегровані засади: портфоліо-аналізу, методичних підходах життєвого циклу продукту будівельного проекту. Така інтеграція дозволила побудувати систему формалізованих індикаторів, яка дозволяє:

- приймати стратегічні рішення на різних етапах формування портфеля проектів;
- дозволяє деталізувати найскладніші процедури маркетингового аналізу та маркетингових комунікацій в процесі підготовки девелопером виробничої програми та її подальшого економіко-адміністративного супроводу;

- *зміст критеріального базису та процедур порівняльної оцінки і вибору стратегічних маркетингових альтернатив* – для девелоперської компанії в будівництві – таке удосконалення відбувалось через його налаштування на специфіку внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища компанії-девелопера в будівництві, створена для цих потреб економіко-аналітична система дозволила забезпечити економічно-раціональне співвідношення між кількома критеріями оптимізації портфеля будівельних проектів для девелопера, такими як – максимізація прибутку; мінімізація витрат девелопменту в цілому на компанію; мінімізацію витрат девелопменту на одиницю створюваного продукту для кожного з проектів, що адмініструються девелопером; максимуму приросту вартості всіх активів девелопера; максимуму приросту гудвіллу компанії-девелопера. Таке удосконалення дозволило вибудувати чітко-візуалізовану

систему формалізованого відображення стратегічних маркетингових переваг девелоперської компанії від конкурентів як провідних стейкхолдерів будівельного девелопменту в певному досліджуваному регіоні.

Крім того, в даній роботі *набуло подальшого розвитку*:

- методичний підхід щодо ідентифікації ризиків маркетингового середовища окремих будівельних проектів – як компонент портфеля проектів та складових втілення маркетингової стратегії підприємства-девелопера – для цих потреб в роботі запроваджено вдосконалений методико-аналітичний апарат, за підсумковим індикатором якого девелопер та замовник мають чітко формалізовані підстави віднести даний проект до певної ідентифікаційної ризик-групи, на основі чого прийняти управлінське рішення про відхилення проекту, як об'єкту інвестування, або продовження його опрацювання до остаточного завершення циклу;

- методичні підходи до формалізованого супроводу процесів маркетингового аналізу та попередньої економічної діагностики компонент портфеля девелоперської компанії - на ґрунті інтеграції ФЕД, ВІМ-технологій, АВС-аналізу, вартісно-орієнтованого менеджменту, інноваційного менеджменту, підходу стратегічних господарських одиниць (СГО) та управління за відхиленнями створено спеціальний інтегрований підхід вияву впливу характеристик окремих проектів в складі портфеля та інтегрованого впливу портфеля проектів на надійність маркетингового середовища девелоперської компанії маркетингового середовища, за умови розгляду компонент портфеля девелопера як специфічних СГГ та частково-автономних компонент стратегічної надійності маркетингового середовища девелопера;

- методичний підхід до ціноутворення в будівництві - на відміну від існуючого підходу до ціноутворення в будівництві, даний підхід доповнено підходом щодо коригування кошторисної вартості проектів будівництва. Таке коригування спирається на обрану девелопером «маркетингову стратегію просування інноваційних та конкурентоспроможних послуг девелопменту»: у форматі «ціна +» надано формалізований індикатор вияву відносного «додаткового обсягу премії» за надання девелопером суттєвих переваг в характеристиках проходження циклу проекту та його підсумкових результатах щодо інвестування, будівництва, витрат девелопменту та стимулювання продажів житла;

- методичні підходи до ідентифікації активів підприємства як об'єкту управлінського впливу, що на відміну від існуючих, передбачають розмежування залежно від їх впливу на оціночну вартість бізнес-одиниці та

витрати, які додають балансову вартість активам підприємства-девелопера безпосередньо або в неявній частині, збільшуючи внутрішньо генерований гудвіл та справедливу вартість придбаних ідентифікованих активів.

исновок щодо наукової новизни дисертаційної роботи в цілому. Наукова новизна роботи полягає у вдосконаленні науково-методичних засад та прикладного інструментарію щодо формування та обґрунтування стратегії маркетингу для девелоперських компанії в будівництві: одержані в дисертації результати в їх сукупному використанні сприяють поліпшенню науково-методичної бази економіки в частині економічного обґрунтування стратегії маркетингу компанії-девелопера як мульти-проектної операційної системи, яка готує та адмініструє будівельні проекти як тимчасові стратегічні господарські одиниці (СГО) проектного типу. Забезпечено формалізовану оцінку локального та інтегрованого впливу маркетингових та економічних характеристик портфеля девелопера на приріст вартості активів девелопера та його імідж як провідного стейкхолдера на певному сегменті ринку будівельного девелопменту.

Запропоновано науково-методичний підхід до формування інструментарію та етапів організації процесу економічної діагностики маркетингової діяльності підприємства-девелопера, які включають у себе: визначення цілі і завдань дослідження та змісту категорій та економічної сутності дефініцій девелопменту у будівництві, визначення особливостей маркетингової діяльності девелоперських компаній, розробка етапів та методичних підходів до економічної діагностики маркетингової діяльності девелоперів з урахуванням проектного, локалізованого і орієнтованого на відносини зі стейкхолдерами підходів і регіональний характер будівництва, ключових показників ефективності маркетингової діяльності девелоперських компаній, сегментація ринків, розробка нових, вибір та коригування існуючих маркетингових стратегій, для кожного сегменту ринку.

Суттєво оновлено теоретико-методичний підхід до оцінювання девелопменту у будівництві, у якому, на відміну від існуючих, маркетингова діяльність виступає на перший план, стаючи базисом для успішного функціонування підприємства-девелопера, а концептуальною основою створення та розвитку об'єктів будівництва є маркетинговий менеджмент, метою якого є аналітико-прикладне узгодження стадій та етапів девелоперського управління проектами до вимог мультипроектного середовища, де кожен із проектів має свої особливості та може реалізуватися

у різних ринкових умовах, виходячи із чого метою економічної діагностики маркетингової діяльності є отримання достовірної інформації про відповідність обраної маркетингової стратегії окремих проектів ринковим умовам та цілісній програмі загальної стратегії девелопера.

7. Оцінка практичної цінності результатів дисертаційної роботи.

Практична цінність досліджень в сукупності полягає в тому, що з використанням поданих в дисертації науково-прикладних результатів керівники та менеджери девелоперських компаній одержують науково-аналітичний інструментарій та комплекс програм для формування та економічного обґрунтування стратегії маркетингу девелопера в будівництві як мультипроектного підприємства та провідного стейкхолдера в будівництві.

Програмні модулі створеного комплексу прикладних програм дозволяють:

- виявити надійність та економічну раціональність обраної девелопером маркетингової стратегії, яка надалі реалізується через портфель проектів, адміністрування яким надає девелоперу якісного економічного зростання вартості всіх активів девелопера, зокрема його гудвілл-активу;
- успішно координують динаміку зростання вартості кожного з будівельних проектів будівельного проекту - від незавершеного будівництва до об'єкту прибуткової експлуатації – та всього портфеля – з ходом зростання надійності компанії як стейкхолдера в будівництві та розпорядника ресурсами всередині портфеля – як мультипроектного маркетингового середовища та складно-структурованої операційної системи;
- успішно диверсифікувати склад та структуру проектів як складових портфеля девелопера.

Комплекс прикладних програм щодо раціоналізації стратегії маркетингу девелоперської компанії та рішення щодо вдосконалення оргструктур з будівельного девелопменту (на інституційному, середньому та оперативному рівнях) були застосовані в практиці діяльності ТОВ «Фомальгаут-Полімін» (довідка № 290/1 від 10.10.2023); ТОВ «Експертиза-С» (довідка № 87/2 від 02.10.2023 р.); ТОВ «Київздравреконструкція» (довідка № 331 від 12.09.2023 р.). Окремі результати дисертації впроваджено в навчальний процес КНУБА

цінка повноти відображення змісту та інновацій дослідження в публікаціях здобувача. Апробація роботи на науково-практичних конференціях.

Маю підстави оцінити як належний рівень висвітлення роботи в

друкованих працях та стан апробації роботи на науково-практичних конференціях і семінарах. За темою роботи автором опубліковано 15 друкованих наукових працях, з яких: 6 – у фахових збірниках наукових праць України категорії «Б»; 2 статті – у періодичних наукових виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та Європейського Союзу; 5 – тези у збірниках матеріалів міжнародних наукових конференцій.

Апробацію результатів та основних інновацій дослідження було здійснено на 7 науково-практичних конференціях, зокрема й міжнародних: «Економіко-управлінські та інформаційно-аналітичні новації в будівництві» (2019 р., м. Київ); VI Міжнародній науково – практичній конференції "Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами" (2020 р., м. Луцьк).

цінка особистого внеску та автентичності проведення дослідження.

Дисертаційна робота Максим'юк Ю.С. є самостійно виконаним науковим дослідженням, у якому відображено належні автору ідеї та розробки, на підставі яких було вирішено поставлені в роботі наукові та прикладні завдання. В сукупності одержані здобувачем результати слід кваліфікувати як цінний внесок у розвиток наукового базису спеціальності 051 «Економіка», який полягає у вдосконаленні економічної діагностики результативності маркетингової діяльності підприємств-девелоперів будівництва. Перевірка тексту дисертаційної роботи Максим'юк Ю.С. на плагіат виявила, що дисертація не містить елементів плагіату та запозичень. При цитуванні інших авторів автор здійснює посилання на відповідні джерела.

Дисертація характеризується цілісністю та системністю змісту, відповідає вимогам щодо її оформлення.

10. Зауваження змістовного та редакційного характеру, дискусійні положення по дисертації.

А) таблицю 2.4. другого розділу щодо додаткових показників оцінювання діяльності девелоперських компаній в частині якісних показників слід було б деталізувати такими характеристиками, як:

- індекс динаміка приросту активів компанії-девелопера за останні 4-5 років;
- сукупні витрати девелопера на одиницю готової продукції проекту (наприклад, на 1 кв. м заг. площі житла), або відсоткова ємність таких витрат в ціні готової продукції для споживача;
- приріст додатної вартості за рік операційної діяльності девелопера, % зростання.

Б) погоджуючись з думкою автора про пріоритетність структури портфеля проектів як домінанти стратегічної та поточної маркетингової діяльності, слід вказати що в складі параметрів формалізованого опису обраної альтернативи маркетингу девелопера відсутній відповідний фактор дав однозначну відповідь - чи є структура господарського портфеля девелопера задовільною з позицій маркетингу та набуття належного рівня конкурентоспроможності? В якій мірі оцінюється рівень відповідності наприклад, наступними лексемами: «повністю», «переважно», «частково з можливостями для зростання», «частково з суто втраченими можливостями», «критично низький рівень відповідності»)?

В) відзначаючи деталізований опис можливостей девелопера щодо практичного використання комплексу прикладних програм, слід сказати, що в завершальній частині дисертації п.3.3. та п.3.4. відсутня візуалізація структури комплексу прикладних програм, немає подання спрямування окремих завдань підсистем та модулів комплексу програм на вирішення стратегічних та поточних завдань маркетингу підприємства-девелопера.

Слід зазначити, що висловлені зауваження не знижують загальної високої оцінки даної дисертаційної роботи та думки рецензента про її відповідність встановленим вимогам.

11. Загальний висновок.

Дисертаційна робота «Економічна діагностика результативності маркетингової діяльності підприємств-девелоперів будівництва» є актуальною і завершеною науковою працею, виконаною автором особисто, має наукову новизну, теоретичне і прикладне значення. Отримані результати в повній мірі науково обґрунтовані та в сукупності вирішують важливе і актуальне наукове завдання – поглиблення існуючих та обґрунтування нових науково-методичних засад удосконалення економічної діагностики результативності маркетингової діяльності підприємств-девелоперів будівництва за рахунок розробки інструментарію мультипроектної

діагностики, який дозволяє враховувати відповідність маркетингових стратегій окремих об'єктів будівництва.

Представлена на рецензію дисертаційна робота «Економічна діагностика результативності маркетингової діяльності підприємств-девелоперів будівництва» за змістом і оформленням, важливістю та глибиною вирішення наукових проблем відповідає вимогам до дисертацій, які висуваються «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44, а її автор роботи Максим'юк Юлія Сергіївна заслуговує на присудження їй наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка».

Рецензент

доктор економічних наук, професор
кафедри менеджменту в будівництві
Київського національного університету
будівництва і архітектури

Ірина ІВАХНЕНКО

Підпис Івахненко Ірини Сергіївни засвідчую

Вчений секретар Вченої ради
Київського національного університету
будівництва і архітектури



Микола КЛИМЕНКО