

**РІШЕННЯ**  
**спеціалізованої вченої ради ДФ 11.051**  
**про присудження ступеня доктора філософії**

Спеціалізована вчена рада ДФ 11.051 Київського національного університету будівництва і архітектури Міністерства освіти і науки України, м. Київ, прийняла рішення про присудження **Максим'юк Юлії Сергіївні** ступеня доктора філософії галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» на підставі прилюдного захисту дисертації «Економічна діагностика результативності маркетингової діяльності підприємств-девелоперів будівництва» за спеціальністю 051 «Економіка» 22 лютого 2024 року.

Максим'юк Юлія Сергіївна, 1993 року народження, громадянка України, освіта вища: закінчила у 2016 році Київський національний університет будівництва і архітектури та отримав диплом спеціаліста за спеціальністю «Екологія та охорона навколишнього середовища». У 2020 році закінчила Київський національний університет будівництва і архітектури та отримав диплом магістра з відзнакою за спеціальністю «Економіка підприємства».

Навчалася в аспірантурі Київського національного університету будівництва і архітектури за спеціальністю 051 «Економіка» (витяг з наказу про зарахування до аспірантури № 1930/2 від 29 вересня 2019 року).

Працює на кафедрі інформаційних технологій проектування та прикладної математики факультету автоматизації та інформаційних технологій Київського національного університету будівництва і архітектури: з 01 липня 2016 року по до цього часу – на посаді інженера-програміста 1 категорії.

Дисертацію виконано у Київському національному університеті будівництва і архітектури Міністерства освіти і науки України, м. Київ.

Науковий керівник: Чуприна Христина Миколаївна, доктор економічних наук, доцент кафедри менеджменту в будівництві Київського національного університету будівництва і архітектури Міністерства освіти і науки України.

Основні положення, результати і висновки дослідження викладені здобувачкою у 15 наукових публікаціях, з яких 2 статті у періодичному науковому виданні іншої держави, яка входить до Організації економічного співробітництва та розвитку та/або Європейського Союзу, з наукового напрямку, за яким підготовлено дисертацію; 6 статей у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України; 7 тез доповідей та матеріалів міжнародних форумів і конференцій, зокрема:

1. Максим'юк Ю.С. Методичний інструментарій економічної діагностики маркетингової діяльності девелоперської компанії. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2023. № 51(1). С. 74-89. DOI 10.32347/2707-501x.2022.51.74-89.

2. Максим'юк Ю. С., Шевчук К.І. Функціональні аспекти системи управління маркетинговою діяльністю будівельних підприємств. *Будівельне виробництво*. 2022 випуск 73. С. 90 – 97. DOI 10.36750/2524-2555.73.90-97.

3. Максим'юк Ю. С. Маркетинг та маркетингова діяльність: сучасний стан проблем. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2022. Вип. 50, частина 2 С. 203 – 219. DOI 10.32347/2707-501x.2022.50(2).203-219.

4. Максим'юк Ю.С., Гавріков Д.О., Бородавко М.В. Теоретико-методичні стратегії розвитку управління маркетингової діяльності. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2018. № 38, С. 190 –204. DOI 10.32347/2707- 501x.2018.38.190-204.

5. Рижаков Д.А., Шпакова Г.В., Хоменко О.М. , Максим'юк Ю.С. Сучасна технологія економічної діагностики в системі процесно – 11 структурованого менеджменту будівельних організацій. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2020. Випуск 1. С. 77 – 84. DOI 10.5281/zenodo.3699139.

6. Малашкін М.А., Рижаков Д.А., Кушнір І.І., Дружиніна І.В., Ваколюк А.С., Максим'юк Ю.С. Функціональні та інструментальні підходи ідентифікації бенчмаркінгової стратегії будівельних підприємств. *Управління розвитком складних систем*. 2021. Випуск 45. С. 150 – 160. DOI 10.32347/2412-9933.2021.45.150-160.

7. Chupryna Kh., Pokolenko V., Maksymiuk Yu., Rovenskyu A., Mironov O. Innovative constituent components of the methodical foundation of the activity of construction enterprises, taking into account the transformational processes. *Středoevropský věstník pro vědu a výzkum*. 2022. № 9. <https://journals.indexcopernicus.com/search/article?articleId=346327>.

8. Maksymiuk Yu. Organization of marketing management at construction contractors *Středoevropský věstník pro vědu a výzkum*. 2020. №5. S. 21-25. [https://czvestnic.eu/ojs/index.php/cz\\_ojs/article/view/20](https://czvestnic.eu/ojs/index.php/cz_ojs/article/view/20)

Повнота викладення основних наукових результатів, висновків, рекомендацій та положень дисертаційного дослідження відповідає вимогам, що пред'являються до дисертаційних робіт на здобуття ступеня доктора філософії.

У дискусії взяли участь голова і члени спеціалізованої вченої ради та присутні на захисті фахівці:

**Беленкова Ольга Юрїївна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки будівництва Київського національного університету будівництва і архітектури, надала позитивну оцінку та наступні зауваження:

1. Доцільно було б конкретизувати порядок формування рішень щодо стратегії маркетингу на прикладі певної девелоперської компанії.

2. У подальших дослідженнях варто звернути увагу на вивчення впливу цифровізації на електронну комерцію в галузі будівництва, включаючи онлайн-продажі житла та взаємодію з клієнтами через веб-платформи.

**Івахненко Ірина Сергїївна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту в будівництві, Київського національного університету будівництва і архітектури, надала позитивну рецензію та наступні зауваження:

1) 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 продукції проекту (наприклад, на 1 кв. м заг. площі житла), або відсоткова емність таких витрат в ціні готової продукції для споживача;

- приріст додатної вартості за рік операційної діяльності девелопера, % зростання.

2) 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»)?

3) 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.

**Лисеня Надія Василівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки будівництва, Київського національного університету архітектури і будівництва, наділа позитивну рецензію та наступні зауваження:

1. В тексті першого розділу не надано належного розкриття змісту дефініції підприємство – девелопер з позицій комбінованої онтології як “мульти-агентне підприємство” та “спеціальний стейкхолдер будівництва”?

2. В п. 2.2 другого розділу доцільно виокремити методичні переваги запровадженого авторкою підходу в частині суміщення економіко-діагностичних компонент з методологічними підходами різних концепцій маркетингу.

3. В тексті третього розділу в складі опису формалізованих компонент інструментарію авторкою не виділено, якими економічними важелями та управлінськими зусиллями досягається кваліметрично злагоджена впевненість топ-менеджменту девелоперської компанії щодо інтеграції маркетингових зусиль підприємства на досягнення стратегії економічного та іміджевого зростання.

4. В завершальній частині третього розділу не було виділено функціонального спрямування окремих підсистем та модулів комплексу прикладних програм розділів на вирішення певних економічних пріоритетів в діяльності девелоперської компанії.

5. В тексті загальних висновків слід було зробити наголоси, яким чином запровадженій в роботі авторських підхід дає можливість діагностувати переваги даної девелоперської компанії як мультиагентного підприємства (перелік таких переваг наведено в п. 3.3. третього розділу). Це зауваження має переважно редакційний характер, оскільки в змісті третього розділу відображено оновлені критерії оптимізації портфеля будівельних проєктів для девелопера. Такі як - мінімізація витрат девелопменту в цілому на компанію; мінімізацію витрат девелопменту на одиницю створюваного продукту для кожного з проєктів, що адмініструється девелопером; відсотковий приріст вартості всіх активів девелопера; приросту гвілізу компанії-девелопера.

6. Вважаю належним в якості провідного напрямку подальшого вдосконалення обрати побутову компонент інструментарію обрахування рівня “економічної рівноваги портфеля девелопера, виходячи із сумісних позицій мікс-маркетингу, стратегічних господарських одиниць та портфельних теорій інвестування”.

**Смерічевський Сергій Францович**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Національного авіаційного університету, надав позитивний відгук та наступні зауваження:

1) Загальну оцінку наукової новизни в «анотації» як структурній частині дисертаційної роботи доцільно було б доповнити стислою характеристикою підсумку наукового внеску результатів роботи в розвиток науково-методичного базису економіки, зокрема, 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, економічних, функціональних та організаційно-управлінських характеристик проектів як компонент господарського портфеля девелопера (СГО) на приріст вартості активів девелопера та його імідж як провідного стейкхолдера на певному сегменті ринку будівельного девелопменту;

2) Подану в розд. 1. структурну схему «Основні напрямки економічної діагностики маркетингової діяльності девелопера в розрізі функцій маркетингового менеджменту» слід було б доповнити «нижнім рівнем – оновлені економічні індикатори оцінки стратегії маркетингу підприємства-девелопера». Це дозволило б краще зрозуміти міркування автора щодо інтеграції інституційних, маркетингових, економіко-діагностичних та управлінських підходів до вирішення завдань, поставлених в дисертаційній роботі;

3) В підрозділі 1.3. йдеться про «передумови застосування технології «marketing-managment» в умовах динамічного середовища девелоперських проектів». Відзначаючи переважний взаємний вплив маркетингової стратегії та умов участі девелопера в циклі реалізації будівельних проектів, слід відзначити, що недостатню увагу акцентовано на таку складову маркетингу, як взаємний вплив між вартісними та продуктивно-функціональними характеристиками проектів та іміджевими характеристиками девелопера як управлінця, стейкхолдера та розпорядника ресурсів й мікросередовища проектів;

4) Відзначаючи доречність та раціональність визначеного авторкою переліку перспективних індикаторів цифрового виміру маркетингової діяльності підприємства-девелопера в табл. 2.3. другого розділу, слід було б додатково деталізувати окремі індикатори маркетингу девелопера за переліком основних КРІ, потребують в табл. 2.2. деталізації такі КРІ як «довгострокова цінність клієнта» (п.3 в табл.2.2) та «коефіцієнт утримання клієнтів» (п.8 в табл. 2.2.). У вимірі цих характеристик мають бути враховані такі характеристики «зростання» або «спаду» продуктивності операційної діяльності девелопера, як максимальна частка проектів, відданих у розпорядження девелоперу від одного замовника» (на період 2-річної стратегічної програми), а також кількість клієнтів (зокрема, фізичних осіб),

для яких участь даного девелопера в проекті виявилась пріоритетною щодо прийняття рішення про участь в проекті (купівлю житла);

5) погоджуючись із запровадженою автором шкалою формалізованого виміру стосовно оцінювання параметрів діагностики маркетингової діяльності девелопера 1-8, слід зауважити, що доцільно було б додати ще один, дев'ятий рядок, рядок в табл. 3.2. для характеристики такого параметру як «надійність адміністрування середовищем будівельного проекту та його виконавцями збоку девелопера»;

6) П. 3.4. третього розділу стосовно впровадження інструментарію економічної діагностики маркетингової діяльності підприємства-девелопера у навчальний процес КНУБА слід вказати, що доцільно було б доповнити текст цього параграфу візуалізованими фрагментами включення матеріалів даної дисертаційної роботи в контексті окремих лекцій за певними дисциплінами підготовки бакалаврів та магістрів КНУБА.

**Калінін Олександр Володимирович**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, надав позитивний відгук та наступні зауваження:

1. Зауваження редакційного характеру стосується редакційного доповнення до характеристики мети роботи. Цю характеристику після слів «маркетингової діяльності підприємств-девелоперів будівництва» слід було б доповнити продовженням речення «як підприємств з мульти-проектною операційною системою». Саме ця специфіка операційної системи підприємств досліджуваного типу і змусила авторку актуалізувати дане дослідження.

2. Не має належної кореспонденції між класифікацією стейкхолдерів (рис. 1.2 п.1.2 «Гармонізація економіко-управлінської взаємодії стейкхолдерів будівництва в контексті сучасного девелопменту» першого розділу) та існуючою функціонально-продуктовою класифікацією девелоперів нерухомості і будівництва (спекулятивний девелопер, ленд-девелопер, девелопер типу “built-to-suit” тощо).

3. Структурна схема «Основні напрямки економічної діагностики маркетингової діяльності девелопера в розрізі функцій маркетингового менеджменту» мала бути б доповнена в тексті першого розділу відповідною структурною схемою, яка візуалізувала б всі існуючі підходи щодо діагностики (індикації успішності) маркетингової діяльності. Це забезпечило б більшу обґрунтованість між складовими наукової гіпотези та прийнятим в другому розділі шляхом вдосконалення існуючих підходів до діагностування стратегії маркетингу підприємства-девелопера.

4. На сучасному етапі розвитку концепції маркетингу переваги набуває нова його парадигма, головним принципом якої є орієнтація на цінності. Однак, в прийнятій авторкою методичному підході (другий розділ) та аналітико-прикладних результатах дослідження (третій розділ), на жаль, серед провідних складових успішного маркетингу для девелопера (мікс-маркетинг, гео-маркетинг, маркетинг-менеджмент), не передбачено врахування такого сучасного концепту маркетингу як «маркетинг цінності». Було б доцільно адаптувати традиційний перелік цінностей у певний адаптивний перелік, відповідний умовам операційної діяльності девелопера, і вже далі – цей перелік, за можливістю, врахувати в системі локальних економічних індикаторів.

5. Презентований в завершальній частині третього розділу опис результатів впровадження досліджень авторки не дає належної відповіді на питання – які значення локальних та інтегрального критеріїв забезпечуватимуть попадання компанії-девелопера (на підставі оцінювання результатів впровадження стратегії маркетинг) як в зону «найбільшого стратегічного комфорту та економічної стабільності», так і в «критично небезпечну зону»?

6. В тексті загальних висновків відсутній абрис подальших досліджень авторки щодо розвитку обраної нею тематики дослідження. В якості одного із напрямів розвитку напрямів подальших досліджень слід порекомендувати авторці спрямувати власні наукові зусилля на формування сучасного підходу взаємодії девелопера та компанії з управління активами в рамках «теорії зацікавлених сторін» (стейкхолдерів).

**Загальна оцінка роботи та висновок.** Дисертація Максим'юк Юлії Сергіївни «Економічна діагностика результативності маркетингової діяльності підприємств-девелоперів будівництва», представлена на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 051 «Економіка», є завершеною самостійною науковою працею, в якій отримані нові науково-обґрунтовані результати, що мають суттєве теоретичне та практичне значення.

Результати дисертаційного дослідження можуть бути використані при проведенні економічної діагностики маркетингової діяльності підприємства-девелопера, зокрема, при здійсненні діагностики відповідності маркетингової стратегії змінам ринкового середовища, формуванні геопросторової бази об'єктів нерухомості та оцінюванні стратегій девелоперів за методологію мікс-маркетингу. Запропонований авторкою інструментарій дозволяє оцінити можливості адаптації девелопера до зміни ринкових умов та цілеспрямовано використовувати маркетингові інструменти у відповідності до стратегії

економічного розвитку девелопера; у освітньому процесі та у подальших наукових дослідженнях.

Дисертаційна робота Максим'юк Юлії Сергіївни є результатом самостійних досліджень здобувачки і не містить елементів академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації чи компіляції. Використані ідеї, результати і тексти інших авторів мають належні посилання на відповідне джерело.

За науковим рівнем і практичною цінністю, змістом і оформленням, кількістю та якістю наукових публікацій за темою дослідження, дисертаційна робота «Економічна діагностика результативності маркетингової діяльності підприємств-девелоперів будівництва.» повністю 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 №316 від 21 січня 2023 року, а її авторка, Максим'юк Юлія Сергіївна, заслуговує на присудження ступеня доктора філософії з галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 051 «Економіка».

**Результати відкритого голосування:**

- |              |                      |
|--------------|----------------------|
| «За»         | – п'ять членів ради; |
| «Проти»      | – немає;             |
| «Утримались» | – немає.             |

На підставі результатів відкритого голосування спеціалізована вчена рада ДФ 11.051 Київського національного університету будівництва і архітектури Міністерства освіти і науки України, м. Київ, присуджує Максим'юк Юлії Сергіївні ступінь доктора філософії в галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 051 «Економіка».

Голова разової спеціалізованої  
вченої ради ДФ 11.051  
доктор економічних наук, професор



Ольга БЕЛЕНЧЕНКО

*Підпис проректора Беленченко О.Ю. завідувача:*  
*Андрей Андреевич КИУБА*  
*ЖК* *К.М. Милушко*

