

ВІДГУК ОФІЦІЙНОГО ОПОНЕНТА

доктора економічних наук, професора **Сафонова Юрія Миколайовича**
на дисертацію **Костинець Юлії Володимирівни**
**«Управління розвитком ринку послуг на засадах маркетингу в умовах
цифрової трансформації економіки»**, яку представлено до захисту у
спеціалізованій вченій раді Д 26.889.01 ВНЗ «Національна академія
управління» на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за
спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством

Актуальність теми дисертаційної роботи

Сучасний етап розвитку економіки пов'язаний з так званою четвертою промисловою революцією, яка характеризується цифровізацією всієї економічної діяльності. Цифровізація базується на принципово нових технологіях, які з'являються в останні роки, включаючи штучний інтелект, роботизацію, технології роботи з великими даними, блокчейн тощо. Цифрова економіка і в подальшому впливатиме на всі сфери життя та діяльності суспільства, що явно спостерігається вже зараз. В даний час кожен другий житель нашої планети має доступ до інтернету і може користуватися послугами цифрової сервісної економіки, а соціальні мережі і різні месенджери вже стали невід'ємним атрибутом міжособистісного спілкування.

Цифрові технології призводять до трансформацій поведінки на будь-якому ринку, в тому числі, ринку послуг. Так, сучасний споживач активно втягується у віртуальний простір, отримуючи за допомогою його нову інформацію, послуги, купуючи товари тощо. Цифрова економіка як тип господарювання відрізняється тим, що в ній найважливішим ресурсом в сфері виробництва, розподілу, обміну та споживання є цифрова інформація і методи управління цією інформацією. Цифровізація в повній мірі сьогодні відбувається також в сфері маркетингу і, відповідно, саме цифрові маркетингові інструменти наразі особливо активно використовуються на всіх етапах життєвого циклу товарів та послуг.

Підтвердженням наукової актуальності теми дисертації також є те, що вона виконувалася у рамках плану НДР ВНЗ «Національна академія управління» за темою: «Інноваційно-інвестиційні чинники сталого соціально-економічного розвитку» (державний реєстраційний номер 0116U003934), де внесок автора полягає у обґрунтуванні інструментів управління розвитком ринку послуг на засадах маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки та визначенні концептуальних засад управління розвитком ринку послуг в умовах цифрової трансформації економіки. Основні положення і рекомендації, які викладено у дисертаційній роботі, є складовими й Київського національного університету

технологій та дизайну (державний реєстраційний номер 0119U102051) «Цифрова економіка: сутність та перспективи розвитку», в межах якої автором визначено основні аспекти формування та розвитку цифрової економіки України, особливості розвитку цифрового маркетингу в сучасних умовах та розроблено питання маркетингового управління в умовах цифрової трансформації економіки.

Враховуючи вищевикладене, можна констатувати, що наукове дослідження Ю.В. Костинець виконане на актуальну наукову тему та спрямоване на поглиблення теоретико-методологічних засад і розроблення практичних рекомендацій щодо управління розвитком ринку послуг на засадах маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки з метою ефективного розвитку ринку послуг та активізації зростання третинного сектору національної економіки.

Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень дисертації

У дисертаційній роботі Ю.В. Костинець чітко визначено мету та завдання дослідження, обґрунтовано підходи щодо шляхів їх досягнення. Дисертація має логічно побудовану структуру, містить узагальнення теоретичних підходів, а також конкретні пропозиції та рекомендації з удосконалення управління розвитком ринку послуг на засадах маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки, які за умови комплексного впровадження можуть стати одними з найбільш дієвих засобів ґрунтового вирішення питань з окресленої проблематики.

Цінність результатів підтверджується науковим обґрунтуванням основних положень дисертації положеннями теорії та практики управління, а також концептуальними положеннями та теорією маркетингу. Рецензована дисертаційна робота характеризується комплексним та системним підходом до вирішення актуальних питань, у процесі реалізації яких автор вміло використовує комплекс сучасних методів, прийомів та інструментів наукових досліджень. Серед них такі методи, як індукції та дедукції, методи наукового абстрагування, класифікації, теоретичного узагальнення і порівняння; методи статистичного аналізу рядів динаміки; методи експертних оцінок, опитування, спостереження; метод системно-структурного аналізу; методи експертного оцінювання; когнітивні методи дослідження, а саме методи SWOT-аналіз та SPACE-аналіз, PEST-аналіз. Необхідно відзначити використання методів економіко-математичного моделювання з використанням пакетів прикладних програм під час розроблення моделей залежності ефективності розвитку ринку послуг в національній економіці в умовах діджиталізації від основних значущих чинників.

Базою здійсненого дослідження є ретельний аналіз монографій та наукових публікацій іноземних та вітчизняних вчених; матеріалів всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференцій; звітів та аналітичних публікацій національних та міжнародних організацій; статистичних й інформаційних матеріалів та аналітичних цифрових інструментів.

Все це дозволяє стверджувати, що висновки, пропозиції та рекомендації, сформульовані в дисертації, є достатньо обґрунтованими і достовірними.

Наукова новизна одержаних результатів

У цілому можна погодитися з розгорнутим формулюванням та обґрунтуванням авторських пунктів новизни дисертаційної роботи, сутність яких зводиться до розвитку теоретико-методологічних засад і розробки практичних рекомендацій щодо управління розвитком ринку послуг на засадах маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. До найбільш важливих наукових положень, висновків і рекомендацій, які відзначаються новизною, науковою і практичною цінністю, на погляд офіційного опонента, слід віднести наступні:

– у дисертації вперше запропоновано концепцію управління розвитком ринку послуг на засадах маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки, що ґрунтується на парадигмі взаємозв'язку сутнісних особливостей об'єктів і суб'єктів маркетингового впливу, інструментів та принципів формування системи управління на засадах маркетингу, що в сукупності становлять методологічну основу організації ефективного розвитку ринку послуг з метою стимулювання розвитку третинного сектору національної економіки в умовах її діджиталізації та прискорення економічної динаміки;

– вперше розроблено та обґрунтовано на основі концепції стратегію управління розвитком ринку послуг в умовах цифрової трансформації, яка базується на комплексному підході до процесів розвитку економічних систем, взаємозв'язках процесів четвертої промислової революції, цифрової економіки та нейроекономіки, а також концептуальних засадах управління на засадах маркетингу на макрорівні;

– вперше запропоновано науково-методичний підхід до прогнозування попиту на ринку послуг в умовах невизначеності, сутність якого полягає у використанні інструментарію цифрової аналітики для оцінювання відкладеного попиту та перспективних обсягів реалізації послуг;

– обґрунтовано нове бачення середовища цифрової економіки шляхом його представлення на таких рівнях: рівні домогосподарства, рівні приватного підприємництва, рівні середнього та великого бізнесу, на галузевому рівні та на рівні національної економіки, на державному рівні і на глобальному рівні, що

дозволяє розробляти стратегії управління розвитком окремих ринків та економіки в цілому із врахуванням основних особливостей кожного рівня середовища;

- удосконалено комплекс маркетингу сфери послуг, який, на відміну від існуючих комплексів маркетингу послуг, зокрема «8Р» та «5С», доповнено комплексом елементів, визначеними умовами цифрової та нейроекономіки. Це дозволяє врахувати відмінності надання та споживчого вибору послуг в умовах цифрової трансформації суспільства як специфічного товару, споживча цінність якого якнайкраще задовольняє потреби споживачів як у момент її створення, так і у майбутньому;

- удосконалено методику визначення основних ознак послуги, які, на відміну від існуючих (невідчутність, нерозривність створення і споживання, нездатність до накопичення і зберігання, мінливість якості, чинник часу та ін.), доповнено нейроекономічною ознакою емоційності споживчого вибору, що в умовах гомогенізації ринку послуг дозволяє здійснювати, з одного боку, ефективне просування, а з іншого – ефективне споживання послуг;

- удосконалено аналітичний інструментарій діагностики відкладеного попиту на ринку послуг, що, на відміну від існуючих методичних підходів, дозволяє, враховуючи характер послуг та умови функціонування цифрового суспільства, здійснити оцінювання обсягів попиту на ринку послуг в умовах невизначеності;

- удосконалено науково-методичний підхід до класифікації послуг в цифровій економіці залежно від здатності чи нездатності послуг до діджиталізації, що доповнює існуючі підходи до класифікації послуг та дозволяє розуміти природу різних видів послуг в умовах розвитку цифрової економіки;

- удосконалено науково-методичний підхід до сутності ринку послуг, який визначено з позиції системного підходу, що на відміну існуючих підходів, дозволяє застосувати управління на засадах маркетингу на макрорівні;

- дістали подальшого розвитку наукові положення когнітивного підходу до аналізу розвитку ринку послуг, а саме для окремих галузевих ринків послуг побудовано векторні карти альтернативних стратегій SWOT, що надає можливість для визначення оптимальних стратегій розвитку окремих ринків послуг на сучасному етапі;

- розвинуто понятійно-категоріальний апарат теорії управління шляхом визначення поняття управління розвитком економічних систем, що передбачає реалізацію загальної концепції, де поєднуються цільовий та інтегральний підходи до функціонування як окремого об'єкту, так і економічної системи, до якої він входить, в структурі національної економіки;

– дістав подальшого розвитку науково-методичний підхід до когнітивного аналізу, у межах якого застосовано структурно-логічну схему когнітивного аналізу ринку, що дозволило визначити основні характеристики зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування ринку послуг для розроблення основних напрямів стратегічного розвитку;

– дістало подальшого розвитку поняття «ринку послуг та сфери послуг», які розмежовано за сутнісними ознаками, коли під сферою послуг слід розуміти сукупність підприємств, організацій, установ, а також фізичних осіб, які створюють і пропонують різноманітні види послуг, а в понятті «ринок послуг» ключовими характеристиками є саме відносини між його суб'єктами, що дозволяє застосовувати когнітивний підхід до маркетингу на ринку послуг.

Отже, змістовне наповнення і розкриття пунктів наукової новизни має фундаментальне теоретичне та практичне значення, як для економічної науки в цілому, так і для споріднених з нею за об'єктом наукової уваги напрямів наукової думки.

Практичне значення роботи

Основні матеріали та теоретичні положення роботи доведено до рівня прикладних розробок та конкретних пропозицій, які можуть бути використані у роботі органів законодавчої та виконавчої влади, що опікуються питаннями економічного розвитку України; у науковому й освітньому процесі вищих навчальних закладів та наукових установ для розробки і впровадження освітніх програм та навчальних планів підготовки, підвищення кваліфікації та перепідготовки фахівців з економіки, управління, маркетингу та менеджменту.

Результати наукового дослідження, що мають прикладний характер, знайшли своє застосування в діяльності:

- Департаменту регуляторної політики та підприємництва Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України під час розробки та опрацювання стратегічних програмних документів щодо соціально-економічного розвитку України, зокрема, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності сфери послуг у структурі національної економіки, для забезпечення впровадження сучасних методологічних підходів до складання та моніторингу стратегічних програмних документів та проведення сценарного передбачення соціально-економічного розвитку України (довідка № 3611-07/15888-07 від 12.03.2021 р.);

- Комітету Верховної Ради України з питань гуманітарної та інформаційної політики під час здійснення законопроектної функції та прийняття управлінських рішень, а також при підготовці та організації засідань, комітетських слухань, круглих столів щодо питань державної політики у сфері

інформаційних послуг, туризму, туристичної та рекреаційної діяльності, засобів масової інформації, у тому числі соціальних медіа, мережі Інтернет (довідка від 02.03.2021 р.);

- Державного науково-дослідного інституту інформатизації та моделювання економіки Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України при розробці програм стратегічного розвитку цифрової економіки в Україні (довідка № 34-2/3 від 27.01.2020 р.);

- Луцької районної ради Волинської області в процесі розробки стратегії регіонального розвитку в умовах діджиталізації, а саме реалізації державної політики у сфері розвитку ринку туристичних послуг України і впровадження заходів з просування Луцьку як центру туризму Волині на ринку туристичних послуг України (довідка №206/03-25/2-21 від 12.03.2021);

- МГО «Міжнародна академія інформатики» при розробці програми організації зі сприяння здійсненню інноваційної діяльності у сфері інформатики та процесах діджиталізації суспільства на 2021-2022 роки (довідка № 2620-08/11 від 11.08.2020 р.);

- ТОВ «Туристична компанія «Менестіс» запроваджені рекомендації щодо індивідуалізованого та сегментованого маркетингу на ринку туристичних послуг (довідка № 2605/2020 від 26.05.2020 р.);

- туристичного оператора ТОВ «ДАВ Клуб» при розробці планів використання цифрового маркетингу в діяльності на ринку туристичних послуг (довідка № ДАВ-007.12/05 від 16.07.2020 р.);

- АТ «Банк «Форвард» при розробці маркетингової стратегії на ринку банківських послуг в цифровому середовищі (довідка №1-05-1958 від 18.06.2020 р.);

- КП "Міжобласний центр медичної генетики і пренатальної діагностики імені П.М. Веропотвеляна" Дніпропетровської обласної ради" Міністерства охорони здоров'я України взято до уваги науково-методичний підхід для прогнозування попиту на медичні послуги та оцінювання рівня розвитку галузевого ринку за критеріальною моделлю (довідка № 01.1/197 від 03.03.2021);

- ВНЗ «Національна академія управління» при проведенні лекцій та практичних занять з навчальних дисциплін «Маркетинговий менеджмент», «Комерційна діяльність посередницьких організацій», «Маркетинг персоналу» (акт впровадження від 15 червня 2020 р.).

Повнота викладу основних положень дисертації в опублікованих працях

Основні положення та результати наукового дослідження Ю.В. Костинець опубліковані у 42 наукових працях, серед яких: 2 статті у наукових виданнях,

що індексуються у Scopus та Web of Science, з них 1 стаття у виданні, віднесеному до першого квартилю (Q1) відповідно до класифікації SCImago Journal; 2 статті в іноземних виданнях; 22 статті у фахових наукових виданнях України; 2 розділи в колективних монографіях; 1 підручник (у співавторстві) та 1 навчальний посібник (у співавторстві), а також 14 публікацій у збірниках тез доповідей міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій, семінарів і круглих столів. Наукові положення, висновки і рекомендації, сформульовані в дисертації, відображені в авторефераті, який за змістом ідентичний дисертаційній роботі. Кількість, обсяг і якість друкованих праць надають авторові право публічного захисту дисертації.

Оцінка змісту дисертації та її завершеність

Якісний аналіз дисертаційної роботи свідчить, що Ю.В. Костинець провела ґрунтовне визначення і узагальнення теоретико-методологічних засад, а також практичних рекомендацій щодо управління розвитком ринку послуг на засадах маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки.

В теоретичній частині роботи автором визначено ґносеологічну та онтологічну сутність розвитку економічних систем, досліджено еволюцію теорії і практики управління та еволюційний розвиток маркетингової концепції як наукової теорії і практики підприємницької діяльності; охарактеризовано науково-методичні підходи до управління економікою на засадах маркетингу. Охарактеризовано сутність послуг як предмету суспільно-економічних відносин, що дозволило визначити місце сфери послуг в економічній системі та встановити інституціональні характеристики ринку послуг як маркетингової системи..

Заслуговує на увагу науковців та практиків також аналітична частина дисертаційної роботи, у якій автором визначено та змодельовано взаємозв'язки між четвертою промисловою революцією, цифровою економікою та нейроекономікою в процесі цифрової трансформації суспільства. Проаналізовано особливості розвитку сфери послуг в умовах цифрової трансформації економіки та особливості розвитку сфери послуг в умовах цифрової трансформації економіки, що дозволило обґрунтувати використання моделі кластерного управління для ефективного розвитку ринку послуг в умовах цифрової трансформації економіки на основі визначення передумов, чинників та тенденцій розвитку ринку послуг в національній економіці. Проаналізовано середовище ринку послуг в умовах цифрової трансформації економіки, що дозволило здійснити моделювання економічних процесів на ринку послуг як необхідної умови ефективного управління його розвитком;

Рекомендаційна частина дисертаційної роботи містить практичні заходи

щодо удосконалення системи управління розвитком ринку послуг на засадах маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. Зокрема, запропоновано комплексний інструментарій, регуляторні та інституційні важелі управління розвитком ринку послуг на засадах маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. Обґрунтовано стратегічні аспекти забезпечення безпеки ринку послуг в умовах цифрової трансформації. Розроблено кластерні стратегії та механізм їх реалізації для ринку послуг в умовах цифрової трансформації економіки. Визначено концептуальні засади управління розвитком ринку послуг в умовах цифрової трансформації економіки, на основі чого розроблено концепцію розвитку управління ринком послуг на засадах маркетингу.

Зауваження та дискусійні положення щодо змісту дисертації

Визнаючи важливе значення одержаних наукових результатів проведеного дослідження, на наш погляд, необхідно зупинитись на окремих недоліках та дискусійних моментах, які потребують додаткової аргументації, зокрема:

1). Потребує пояснення вибір саме трипараметричної моделі Хольта-Вінтерса для прогнозування ефекту відкладеного попиту в межах проведеного автором удосконалення аналітичного інструментарію діагностики відкладеного попиту на ринку послуг, що, згідно з авторським підходом, дозволяє, враховуючи характер послуг та умови функціонування цифрового суспільства, здійснити оцінювання обсягів попиту на ринку послуг в умовах невизначеності.

2). Потребує уточнення зміст наукового результату щодо «запропоновано науково-методичний підхід до прогнозування попиту на ринку послуг в умовах невизначеності...» в частині зазначеної невизначеності умов. Досить критично вважати, що прогнозування попиту на ринку послуг не пояснено досі факторним навантаженням. Доцільно було б зазначити в умовах часткової невизначеності, бо повна невизначеність може бути тільки в вакуумі, а економічна системи ринку послуг є відкритою. Також доцільно було б додати, що дає реалізація даного підходу.

3). Наукові результати стосовно «науково-методичний підхід до класифікації послуг в цифровій економіці» та «науково-методичний підхід до сутності ринку послуг» доцільно було б розширити та пояснити на основі чого їх обґрунтовано та яку цінність вони становлять за умови їх практичної реалізації.

4). У науковому результаті стосовно «наукові положення когнітивного підходу до аналізу розвитку ринку послуг» доречно було б зазначити обґрунтовану сукупність концептів когнітивних карт.

Проте, зазначені зауваження мають здебільшого дискусійний характер з огляду на чітко означені позиції автора з порушеної проблематики. Вони не знижують високого наукового рівня дисертаційної роботи та не впливають на загальну позитивну оцінку виконаного дослідження.

Загальний висновок

Дисертаційна робота Костинець Юлії Володимирівни «Управління розвитком ринку послуг на засадах маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки» є завершеним самостійним науковим дослідженням, виконаним на актуальну тему, що містить нові науково-обґрунтовані теоретичні результати та практичні рекомендації, мета яких полягає в забезпеченні ефективного розвитку ринку послуг та активізації зростання третинного сектору національної економіки. Якісні характеристики роботи вказують на її повну відповідність паспорту спеціальності 08.00.03 – економіка та управління національним господарством.

За фаховим спрямуванням, теоретичною та практичною значимістю, елементами наукової новизни, а також за змістом та оформленням дисертаційна робота «Управління розвитком ринку послуг на засадах маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки» відповідає вимогам МОН України та «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого Кабінетом Міністрів України № 567 від 24 липня 2013 р. зі змінами, внесеними згідно з постановою КМУ № 656 від 19 серпня 2015 р., а її автор, Костинець Ю.В., заслуговує на присудження наукового ступеня доктора економічних наук зі спеціальності 08.00.03 – економіка та управління національним господарством.

Офіційний опонент:

доктор економічних наук, професор,
заступник директора
ДНУ «Інститут модернізації
змісту освіти»



Сафонов Ю.М.