Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Image not found or type unknow

Державний обліковий номер: 0824U000860

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 08-02-2024

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Максим'юк Юлія Сергіївна
2. Yuliia Maksymiuk

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-8791-1197

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 051

Назва наукової спеціальності: Економіка

Галузь / галузі знань: соціальні та поведінкові науки

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Економіка

Дата захисту: 22-02-2024

Спеціальність за освітою: Економіка

Місце роботи здобувача: Київський національний університет будівництва і архітектури

Код за ЄДРПОУ: 02070909

Місцезнаходження: проспект Повітрофлотський, буд. 31, Київ, 03037, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): ДФ 11.051

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет будівництва і архітектури

Код за ЄДРПОУ: 02070909

Місцезнаходження: проспект Повітрофлотський, буд. 31, Київ, 03037, 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: Київський національний університет будівництва і архітектури

Код за ЄДРПОУ: 02070909

Місцезнаходження: проспект Повітрофлотський, буд. 31, Київ, 03037, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.81.03

Тема дисертації:

1. Економічна діагностика результативності маркетингової діяльності підприємств-девелоперів будівництва
2. Economic diagnosis of the effectiveness of marketing activities of construction developer enterprises

Реферат/анотація:

1. Дисертацію присвячено вирішенню актуального завдання розробки та вдосконалення методико-аналітичних засад і практичних рекомендацій щодо економічної оцінки та подальшого вибору стратегій маркетингу для підприємства-девелопера в будівництві, яке у роботі розглядається як підприємство з мультипроектною операційною системою, використовуючи органічне поєднання підходів економічної діагностики із інструментарієм геоінформаційного маркетингу, «ключових критеріїв успіху» (KPI), управління за відхиленнями, кластерного аналізу та управління ризиками на основі ідеології маркетинг-менеджменту. Обґрунтовано доцільність застосування технології «marketing-managment» в умовах динамічного середовища девелоперських проектів, як теоретичної основи для побудови системи економічної діагностики діяльності девелопера. Виявлено, що ефективність маркетингової стратегії девелопера залежить від її узгодженості зі стратегічними бізнес-цілями, ринковими умовами реалізації

окремих проектів та унікальними характеристиками кожного будівельного проекту. З огляду на основні функції маркетингового менеджменту, запропоновано економічну діагностику маркетингової діяльності здійснювати у наступних напрямках: діагностика відповідності ринкових можливостей девелопера розвитку ринку нерухомості, діагностика відповідності маркетингових заходів щодо об'єктів стратегії підприємства та розвитку ринку, діагностика відповідності маркетингових планів стратегічним, діагностика ефективності системи контролювання, діагностика відхилень фактичних показників від планових. Основою вибору і діагностування ефективності маркетингової діяльності підприємства-девелопера повинна стати комплексна поетапна оцінка та конкретизації названих напрямів на основі концепції «marketing-mix 8P», що дозволить діагностувати ефективність не тільки маркетингової діяльності в цілому, але і окремих її напрямків, а саме продуктової, цінової, геопросторової стратегій, ефективності просування, персоналу, бізнес-процесів, сприйняття і партнерства кожного об'єкту з портфелю проектів, із урахуванням сприятливості ринкового середовища та стратегії розвитку девелопера. 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 кампаній, 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. Обрано напрями економічної діагностики маркетингової діяльності девелопера в межах концепції «marketing-mix 8P», за якою розроблено п'ятибальну шкалу оцінювання кожного з восьми напрямків (продуктової, цінової, геопросторової стратегій, ефективності просування, персоналу, бізнес-процесів, сприйняття і партнерства), що оцінюються на відповідність розвитку ринку нерухомості, де реалізується або планується реалізовувати проект та стратегії девелопера. Обгрунтовано інструментарій економічної діагностики маркетингової діяльності девелопера, який включає у себе восьмикомпонентну методику, формалізовану шкалу оцінювання напрямків маркетингової діяльності девелопера та систему корегувальних коефіцієнтів, які дозволяють враховувати ризик, пов'язаний із зменшенням обсягів реалізації, спричиненими війною. Економічна діагностика ефективності маркетингової стратегії має слугувати інтегральним інструментом оцінки, який характеризується комбінованим використанням кількісних і якісних критеріїв для визначення того, наскільки маркетингова стратегія узгоджується з цілями та напрямками розвитку девелопера.

2. The dissertation is devoted to the solution of the current task of developing and improving methodological and analytical principles and practical recommendations for economic evaluation and further selection of marketing strategies for the enterprise-developer in construction, which is considered in the work as an enterprise with a multi-project operating system, using an organic combination of approaches of economic diagnostics with tools of geoinformation marketing, "key success criteria" (KPI), deviation management, cluster analysis and risk management based on the ideology of marketing management. The expediency of using the "marketing-management" technology in the dynamic environment of development projects as a theoretical basis for building a system of economic diagnostics of the developer's activity is substantiated. It was found that the effectiveness of the developer's marketing strategy depends on its consistency with strategic business goals, market conditions for the implementation of individual projects and the unique characteristics of each construction project. In view of the main functions of marketing management, it is suggested that the economic diagnosis of marketing activity be carried out in the following directions: diagnosis of the conformity of the developer's market opportunities with the development of the real estate market, diagnosis of the conformity of marketing measures with regard to the objects of the company's strategy and market development, diagnosis of the conformity of marketing plans with strategic ones, diagnosis of the effectiveness of the system control, diagnosis of deviations of actual indicators from planned ones. The basis for choosing and diagnosing the effectiveness of the marketing activity of the developer enterprise should be a comprehensive step-by-step assessment and specification of the named areas

based on the "marketing-mix 8P" concept, which will allow to diagnose the effectiveness not only of the marketing activity as a whole, but also of its individual areas, namely the product, price, geospatial strategies, promotion efficiency, personnel, business processes, perception and partnership of each object from the project portfolio, taking into account the favorable market environment and the developer's development strategy. A scientific-methodical approach to the formation of tools and stages of organization of the process of economic diagnosis of the marketing activity of the developer enterprise is proposed, which include: determination of the goals and objectives of the research and the content of the categories and economic essence of the definitions of development in construction, determination of the characteristics of the marketing activity of development campaigns, development of stages and methodical approaches to the economic diagnosis of the marketing activity of developers taking into account project-based, localized and stakeholder-oriented approaches and the regional nature of construction, key indicators of the effectiveness of the marketing activity of development companies, segmentation of markets, development of new, selection and adjustment of existing marketing strategies, for each segment market. The areas of economic diagnosis of the developer's marketing activity were chosen within the framework of the "marketing-mix 8P" concept, according to which a five-point rating scale was developed for each of the eight areas (product, price, geospatial strategies, promotion effectiveness, personnel, business processes, perception and partnership) , which are assessed for compliance with the development of the real estate market, where the project and strategies of the developer are being implemented or are planned to be implemented. The toolkit of economic diagnostics of the developer's marketing activity is substantiated, which includes an eight-component methodology, a formalized scale for evaluating the directions of the developer's marketing activity, and a system of adjustment coefficients that allow taking into account the risk associated with a decrease in the volume of sales caused by the war. Economic diagnosis of the effectiveness of the marketing strategy should serve as an integral assessment tool, which is characterized by the combined use of quantitative and qualitative criteria to determine the extent to which the marketing strategy is consistent with the goals and directions of the developer's development.

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: Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

Публікації:

- 1. 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. Вип. 38. С. 190–204.
- 2. 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.
- 3. Рижаков Д.А., Шпакова Г.В., Хоменко О.М., Максим'юк Ю.С. Сучасна технологія економічної діагностики в системі процесно – структурованого менеджменту будівельних організацій. Формування ринкових відносин в Україні. 2020. Вип. 1. С. 77–84.
- 4. 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. Вип. 45. С. 150–160.
- 5. Максим’юк Ю.С., Шевчук К.І. Функціональні аспекти системи управління маркетинговою діяльністю будівельних підприємств. Будівельне виробництво. 2022. Вип. 73. С. 90–97.

- 6. 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.
- 7. Chupryna Kh., Pokolenko V., Maksymiuk Yu., Rovenskyy 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.
- 8. Максим'юк Ю.С. Організація управління маркетингом на підрядних будівельних підприємствах. Středoevropský věstník pro vědu a výzkum. 2020. №5. С. 21-25.
- 9. Петруха С.В., Максим'юк Ю.С. Економіко-аналітична та прикладна модернізація систем моніторингу рівноваги характеристик циклу девелоперського проекту. Матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції «Просторовий розвиток територій та інновації». 2019 С. 127–129.
- 10. Шевчук О.М., Куріпко О.В., Максим'юк Ю.С. Адаптація новітніх концепцій маркетингу в системі адміністрування підприємством. Збірник матеріалів IV Всеукраїнського круглого столу з міжнародною участю «Актуальні проблеми освітнього процесу в контексті європейського вибору України». 2022. С. 304–306.
- 11. Максим`юк Ю.С. Розвиток концепції соціально-етичного маркетингу у застосуванні до умов операційної діяльності будівельних підприємств. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Луцьк, 11 груд. 2020 р., Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2020. 387 С.58-59
- 12. Максим'юк Ю. С. Методика вибору пріоритетних виробничих процесів реінжинірингу будівельних підприємств./ Рижакова Г. М., Ровенський А. Є., Максим'юк Ю. С. Програма Міжнародної науковопрактичної конференції «Стратегія розвитку агропромислового сектору: глобальні виклики і національні тенденції». Ніжин: ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут». 2021. С.16-17.
- 13. Максим`юк Ю. С. Врахування стратегічних тенденцій розвитку будівельної галузі при формуванні інструментів маркетингово-орієнтованого менеджменту. Програма V Міжнародної конференції «Актуальні проблеми освітнього процесу в контексті європейського вибору України» (17 листопада 2022 року, м. Київ: КНУБА). Київ. КНУБА. С. 16
- 14. Максим`юк Ю. С. Діяльність підприємств будівництва на засадах маркетинговоорієнтованого менеджменту. Програма Круглого столу «Налаштування освітніх траєкторій в підготовці менеджерів будівництва в контексті відбудови України» (30 травня 2023 року). Київ. 2023. С.11
- 15. Максим`юк Ю. С. Концепція Digital-маркетинг на основі 8Р Економіко-управлінські та інформаційно-аналітичні новації в будівництві: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: Видавництво Ліра-К, 2019. Ч.2. С.32-33.

Наукова (науково-технічна) продукція: методи, теорії, гіпотези

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0121U110365; 0115U000860; 0121U111793

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Чуприна Христина Миколаївна

2. Chupryna Khrystyna M.

Кваліфікація: д.е.н., доц., 05.13.12, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет будівництва і архітектури

Код за ЄДРПОУ: 02070909

Місцезнаходження: проспект Повітрофлотський, буд. 31, Київ, 03037, 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. Смерічевський Сергій Францович
2. Sergii Smerichevskyi

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-2102-1524

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний авіаційний університет

Код за ЄДРПОУ: 01132330

Місцезнаходження: проспект Любомира Гузара, буд. 1, Київ, 03058, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Калінін Олександр Володимирович
2. Oleksandr Kalinin

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-5238-0525

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Код за ЄДРПОУ: 02070884

Місцезнаходження: просп. Берестейський (Перемоги), 54/1, Київ, 03680, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Івахненко Ірина Сергіївна

2. Iryna Ivakhnenko

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-7166-1023

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет будівництва і архітектури

Код за ЄДРПОУ: 02070909

Місцезнаходження: проспект Повітрофлотський, буд. 31, Київ, 03037, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лисиця Надія Василівна

2. Nadiia Lysytsia

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-3353-8347

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет будівництва і архітектури

Код за ЄДРПОУ: 02070909

Місцезнаходження: проспект Повітрофлотський, буд. 31, Київ, 03037, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Бєлєнкова Ольга Юріївна
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Бєлєнкова Ольга Юріївна
Відповідальний за підготовку облікових документів	Кочерга Олена Миколаївна
Реєстратор	УкрІНТЕІ
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Тетяна Анатоліївна

