Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0821U102391

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 07-10-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Омельяненко Олена Миколаївна

2. Omelianenko Olena Mykolaivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 051

Назва наукової спеціальності: Соціальні та поведінкові науки. Економіка

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 24-09-2021

Спеціальність за освітою: Економіка

Місце роботи здобувача: Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Код за ЄДРПОУ: 02125510

Місцезнаходження: вул. Роменська, буд. 87, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40002, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): ДФ 55.053.048

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Код за ЄДРПОУ: 02125510

Місцезнаходження: вул. Роменська, буд. 87, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40002, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Код за ЄДРПОУ: 02125510

Місцезнаходження: вул. Роменська, буд. 87, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40002, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.81.12

Тема дисертації:

1. Стратегічні вектори трансформації бізнесмоделей підвищення економічної ефективності діяльності сфери послуг

2. Strategic vectors of transformation of business models to increase of economic efficiency of service sector

Реферат/анотація:

1. Дисертаційне дослідження присвячене визначенню стратегічних векторів трансформації бізнес-моделей підвищення економічної ефективності діяльності сфери послуг та розробленню практичних рекомендацій для впровадження на підприємствах. Для досягнення мети дослідження здійснено комплексний аналіз особливостей й тенденцій трансформації бізнес-моделей в сфері послуг. За результатами дослідження визначено стратегічні вектори трансформації бізнес-моделей підвищення економічної ефективності діяльності сфери послуг: цифровізація та Інтернет послуг, креативність та інноваційність, коопетиція, інтеграція з виробництвом (продукт як послуга), сталість. При розгляді розвитку сфери послуг відзначено їх диференціацію за рівнем креативності та наукоємності. Визначено, що прикладом інтелектуалізації традиційної сфери послуг є ланцюги поставок високотехнологічної продукції, які можуть бути складними й

поширюватися на кілька країн і навіть регіонів. Обґрунтовано стратегічні напрямки розвитку підприємств сфери послуг у відповідності із видами інновацій, виділеними за сферами впровадження. Розглянуто спектр послуг, пов'язаних з інноваційними розвитком. У дослідженні удосконалено науково-методичний підхід до визначення особливостей бізнесу креативних підприємств та класифікацію креативних послуг. Визначено, що бізнес у сфері креативних послуг має ряд характерних рис, які диференціюються залежно від сектора та моделей взаємодії в ньому. Відзначено необхідність підвищення готовності бізнесу до розвитку в сфері надання креативних послуг. Обґрунтовано, що особливості креативних послуг необхідно розглядати в рамках відповідної бізнес-моделі, зокрема B2B або B2C, а також в контексті можливого міксу бізнес-моделей. Проведений аналіз дав можливість зробити висновок про наявність супутніх бізнес-вертикалей в рамках бізнес-стратегії у сфері креативних послуг, що зумовлено збільшенням фрагментації серед продавців та покупців та зниженням ефективності існуючих бізнес-систем. Визначено, що перевагами цифрової трансформації є зростаючі можливості. Показано, що зміни організаційних можливостей в сфері послуг виникають в результаті ефектів технологічних платформ. Визначено кореляцію з індексом розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (Global Innovation Index), що дозволило зробити висновок про високу роль цифрової складової побудови бізнес-моделей. Проведене дослідження підприємств Сумської та Харківської областей дозволило відзначити середній рівень цифрових компетенцій і мотивації керівників підприємств до цифрової трансформації. При цьому мотивація у підприємств сфер послуг є нижчою за середньогалузеві значення. В дослідженні запропоновано складові стратегії цифрової трансформації та рівні цифрової трансформації сфери послуг. В якості об'єкта апробації розроблених складових стратегії клієнторієнтованості було обрано діяльність цифрових агентств. Визначено, що цифрове агентство є суб'єктом-хабом визначеного кластеру провідних послуг України (послуги з тимчасового розміщення й організації харчування, комп'ютерного програмування, консультування та пов'язаної з ними діяльності, рекламної діяльності і дослідження кон'юнктури ринку) та водночас інноваційним учасником сфери послуг. За результатами дослідження узагальнено перелік послуг, які надаються цифровими агентствами. Для оцінювання ефективності бізнес-моделі розглянуто траєкторію розвитку бізнесу на основі використання SWOT-методу та побудови SPACE-матриці з урахуванням елементів бізнес-моделі. Запропоновано шкалу оцінок складових бізнес-моделі та визначено найбільш проблемні елементи бізнесмоделі. Проведено аналіз особливостей цифрової трансформації бізнес-процесів в результаті реалізації завдань цифрового маркетингу. Визначено практичні аспекти використання фізичних (оф-лайн) і цифрових (он-лайн) каналів комунікацій. Розроблено науково-методичні основи побудови бізнес-моделі функціонування цифрового агентства, що комплексно враховують особливості взаємодії B2B та B2C, специфіку бізнесмоделі цифрового маркетингу послуг й дають змогу успішно реалізувати стратегічні вектори цифровізації, коопетиції та інноваційності. Розроблено моделі бізнес-процесів, що ілюструють проактивний підхід та базуються на концепції CRM (управління життєвим циклом клієнта). Запропоновано бізнесмодель використання аналогів при розробленні цифрового продукту в сфері послуг, що дозволяє підвищити точність визначення вартості майбутнього проєкту. Особливу увагу приділено вигодам від використання бази значень вартості і параметрів аналогів.

2. The dissertation research is devoted to definition of strategic vectors of transformation of business models of increase of economic efficiency of activity of sphere of services and to development of practical recommendations on their practical introduction at the enterprises. To achieve the goal of the study, a comprehensive analysis of the features and trends of transformation of business models in the field of services. Strategic vectors of transformation of business models to increase the economic efficiency of services: digitalization and Internet services, creativity and innovation, cooperation, integration with production (product as a service), sustainability. When considering the development of the service sector, their differentiation according to the level of creativity and knowledge intensity is noted. It is determined that an example of intellectualization of the traditional sphere of services can be supply chains of high-tech products, which can be complex and spread to several countries and even regions. The strategic directions of development of enterprises in the service sector in accordance with the types of innovations identified by areas of implementation are substantiated. The range of services related to

innovative development is considered. The research improves the scientific and methodological approach to determining the features of the business of creative enterprises and the classification of creative services. It is determined that the business in the field of creative services has a number of features that are differentiated depending on the sector and models of interaction in it. The need to increase the readiness of business for development in the field of creative services was noted. It is substantiated that the features of creative services should be considered within the relevant business model, in particular B2B or B2C, as well as in the context of a possible mix of these business models. The analysis made it possible to conclude that there are related business verticals in the business strategy in the field of creative services, due to increased fragmentation among sellers and buyers and reduced efficiency of existing business systems. Based on the analysis of the index of efficiency of the goods and services market, labor market efficiency, business dynamism, innovative potential of the economy included in the Global Competitiveness Report, the correlation with the index of information and communication technology development (Global Innovation Index) is determined. digital component of building business models. The study of enterprises of Sumy and Kharkiv regions allowed to note the average level of digital competencies and motivation of business leaders to digital transformation. At the same time, the motivation of enterprises in the service sector is lower than the industry average. The study proposes the components of the digital transformation strategy and the levels of digital transformation of the service sector. The activity of digital agencies was chosen as an object of testing of the developed components of the customer orientation strategy. It is determined that the digital agency is a hub entity of a certain cluster of leading services of Ukraine (temporary accommodation and catering services, computer programming, consulting and related activities, and advertising activities and market research) and at the same time innovative participant in the service sector. The study summarizes the list of services provided by digital agencies. To assess the effectiveness of the business model, the trajectory of business development based on the use of the SWOT-method and the construction of the SPACE-matrix, taking into account the elements of the business model. The scale of estimations of components of business model is offered and the most problematic components of business model are defined. The analysis of features of digital transformation of business processes as a result of realization of tasks of digital marketing is carried out. To eliminate these problems, the practical aspects of using physical (offline) and digital (online) communication channels are identified. Scientific and methodological bases for building a business model of digital agency, which comprehensively take into account the peculiarities of B2B and B2C interaction, the specifics of the business model of digital marketing services and allow to successfully implement strategic vectors of digitalization, cooperation and innovation. Business process models have been developed that illustrate a proactive approach and are based on the concept of CRM (customer life cycle management). A business model of using analogues in the development of a digital product in the field of services is also proposed, which allows to increase the accuracy of determining the cost of a future project. Particular attention is paid to the benefits of using a database of value values and parameters of analogues.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки:

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності:

Підсумки дослідження:

Публікації:

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації:

Зв'язок з науковими темами:

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Кудріна Ольга Юріївна

2. Kudrina Olga Yu.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Прокопенко Ольга Володимирівна

2. Prokopenko Olha Volodymyrivna

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.06

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Садченко Олена Василівна

2. Sadchenko Olena Vasylivna

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.06

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Самодай Валентина Петрівна
2. Samodai Valentyna Petrivna

Кваліфікація: к.е.н., 08.00.06

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Семеніхіна Олена Володимирівна
2. Semenikhina Olena V

Кваліфікація: д. пед. н., 13.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Божкова Вікторія Вікторівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Божкова Вікторія Вікторівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.