

Голові разової спеціалізованої вченої ради
Національного авіаційного університету
доктору економічних наук, доценту,
професору кафедри маркетингу
Факультету економіки та бізнес-адміністрування
Національного авіаційного університету
Полоус Ользі Вікторівні

РЕЦЕНЗІЯ

доктора економічних наук, професора, професора кафедри логістики
факультету транспорту, менеджменту і логістики
Національного авіаційного університету
Бугайка Дмитра Олександровича
на дисертаційну роботу Смілянця Віталія Вікторовича
«Управління маркетинговим забезпеченням розвитку інноваційного
потенціалу авіапідприємств», подану на здобуття наукового
ступеня доктора філософії у галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Галузь авіаперевезень є висококонкурентною, а тому обґрунтованою є необхідність активного позиціонування авіаційних підприємств на ринку. Специфічні інноваційні маркетингові стратегії авіаційних компаній мають вирішальне значення для забезпечення конкурентної сили та ринкового успіху. Через це формування теоретичних засад та методичного інструментарію управління маркетинговим забезпеченням розвитку інноваційного потенціалу авіапідприємств є актуальним та нагальним завданням сучасних авіакомпаній, на що і скеровує дисертаційне дослідження В. Смілянець.

Здобувач у дисертації фокусує увагу на маркетингу інноваційних бізнес-моделей в авіаційному секторі, формуванні конкурентних переваг авіаційних підприємств та забезпеченні їх успішності на ринку.

Дисертацію виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт Національного авіаційного університету Міністерства освіти і науки України в рамках держбюджетних науково-дослідних робіт: за кафедрою економіки повітряного транспорту - «Мотиваційне управління економічними системами в умовах інтелектуально-цифровізаційних трансформацій» (IV етап «Обґрунтування науково-методичного забезпечення та науково-практичних рекомендацій щодо ефективності вмотивованості економічних систем до трансформаційних процесів в умовах діджиталізації») (номер державної реєстрації 0121U113066, 2021-2023 рр.); за кафедрою маркетингу – у темах «Розвиток теорії та методології інноваційних маркетингових технологій в глобальному цифровому просторі» (номер державної реєстрації 0121U113150, 2021-2023 рр.) та «Теоретико-методологічне забезпечення формування впливу соціальних мереж на просування в комплексі електронного маркетингу» (номер державної реєстрації 0122U200385, 2022-2023 рр.

Результати досліджень, отримані здобувачем, розширюють науковий доробок вчених в сфері інноваційного маркетингу та доводять нагальну необхідність вдосконалення теоретико-методичних та науково-практичних засад щодо управління маркетинговим забезпеченням розвитку інноваційного потенціалу авіаційних підприємств, що і визначено автором метою дисертації.

Конкретизуючи наукові результати, отримані В. Смілянцем, слід вказати на удосконалення маркетингової концепції забезпечення розвитку інноваційного потенціалу, інструментарій оцінки впливу ринкового простору на ефективність його розвитку в авіаційному секторі, науковий підхід до формування моделі розвитку інноваційного потенціалу авіапідприємства на основі маркетингових концепцій, а також маркетинговий інструментарій

забезпечення розвитку інноваційного потенціалу авіапідприємств та методичний підхід до стратегічного фокусування маркетингової концепції на розвитку інноваційного потенціалу.

Крім цього, в автором розвинуто понятійний апарат маркетингу інновацій через формалізацію трактування інноваційного потенціалу, розвитку інноваційного потенціалу та маркетингового забезпечення розвитку інноваційного потенціалу, методичний інструментарій оцінювання інноваційного потенціалу авіапідприємства шляхом формалізації конкурентно-ринкового підходу.

В цілому можна відзначити, що обґрунтованість і достовірність основних теоретичних і методичних розробок, а також конкретних практичних результатів підтверджується використанням у процесі дослідження фундаментальних теоретичних положень науки, праць вітчизняних і зарубіжних вчених, законодавчих актів, офіційної статистичної інформації.

Здобувач у своїй роботі використав сучасні наукові методи дослідження, серед яких відзначено контент-аналіз та маркетинговий аналіз забезпечення інноваційної діяльності авіакомпаній на прикладі 19 підприємств. Науковий інтерес викликає використання економіко-математичного апарату: методу бальної оцінки, рейтингування, кластерного аналізу, методів бенчмаркінгу та позиціювання для удосконалення інструментарію оцінки впливу ринкового середовища на ефективність розвитку інноваційного потенціалу в авіаційному секторі та методу кваліметричної оцінки, методу аналізу ієрархій Сааті для удосконалення методичного підходу до стратегічного фокусування маркетингової концепції на розвиток інноваційного потенціалу.

Дисертація, подана на рецензування, має і практичну значущість, що підтверджено довідками про впровадження в маркетингову діяльність низки підприємств, зокрема: Державного підприємства обслуговування повітряного руху «Укранерорух» (довідка №1-24.2/219/24 від 17.01.2024 р.), ТОВ

«Авіакомпанія Скайап», компанії з розробки програмного забезпечення в авіаційній промисловості «Авері Софтваре Девелопмент» (довідка № 04032024 від 04.03.2024 р.), ТОВ «Савок Air» (довідка № 150/2024 від 04.03.2024 р.).

Також обґрунтованість та достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих в дисертації, підтверджується публікацією основних результатів дослідження у фахових та міжнародних виданнях, оприлюдненням їх на науково-практичних конференціях. Основні положення та результати дисертації викладено у 14 наукових публікаціях, серед них одна публікація у зарубіжному виданні (Latvia); 5 публікацій у наукових фахових виданнях України; 8 публікацій у збірниках матеріалів конференцій.

Дисертацію викладено науковим стилем, а її оформлення відповідає вимогам Міністерства освіти і науки України. Дисертація складається з анотації, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг дисертації становить 242 сторінки, із них 180 – основного тексту. Робота містить 29 рисунків, 25 таблиць, 3 додатки. Список використаних джерел налічує 220 найменувань.

У ході рецензування дисертації В. Смілянця запозичень матеріалу без посилання на відповідні джерела не виявлено.

Позитивно оцінюючи результати рецензованого дисертаційного дослідження, необхідно відзначити деякі зауваження та звернути увагу на наступні дискусійні моменти:

1. При розробці та апробації інструментарію оцінки впливу ринкового простору на ефективність розвитку інноваційного потенціалу в авіаційному секторі використано дані дев'ятнадцяти зарубіжних авіакомпаній (параграф 2.2 роботи). Дана вибірка є цілком репрезентативною, враховуючи і географічні характеристики, і економічні параметри авіакомпаній. Проте, робота набула би більшої практичної значущості для вітчизняних авіаційних

підприємств у разі порівняння отриманих результатів із їх конкурентоспроможністю, навіть станом на початок 2022 р.

2. Справедливо відзначаючи безпекові ініціативи як маркетинговий маркер сучасного авіаційного підприємства та вектор інноваційних розробок, здобувач, на наш погляд, доволі обмежено ілюструє їх особливості як у методичних розробках, так і у моделі розвитку інноваційного потенціалу, фокусуючись на маркетинговому забезпеченні інноваційного потенціалу загалом.

3. В матеріалах розділу методичного підходу до стратегічного фокусування маркетингової концепції на розвитку інноваційного потенціалу, який базується на визначенні пріоритетності стратегій генератора інновацій, інноватора та імітатора інновацій на ринку авіаперевезень, здобувач проводить оцінку та розробляє раціональні стратегії для кожного із дев'ятнадцяти авіаційних підприємств. Можливо було б доцільно більшою мірою використати результати дослідження Розділу 2 та узагальнити надані рекомендації для визначених кластерів авіакомпаній та їх позицій на ринку.

Вказані зауваження не носять принципового характеру і не впливають на загальну позитивну оцінку. В цілому, робота В. Смілянця є завершеним, логічно побудованим дослідженням, що має як наукове, так і практичне значення, отримані результати у певній мірі обґрунтовані та достовірні. Поставлені мету і задачі вирішено повністю.

Дисертація Смілянця Віталія Вікторовича «Управління маркетинговим забезпеченням розвитку інноваційного потенціалу авіапідприємств» є самостійним науковим дослідженням, що за актуальністю, ступенем наукової новизни, обґрунтованістю, науковою та практичною цінністю здобутих результатів відповідає спеціальності 075 «Маркетинг» та вимогам Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах), затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 р. № 261, 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 від 12 січня 2022 р. №44, а В.В. Смілянець заслуговує на присудження йому наукового ступеня доктора філософії у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Доктор економічних наук, професор,
професор кафедри логістики
Факультету транспорту, менеджменту і логістики
Національного авіаційного університету

Дмитро БУГАЙКО