

ВІДГУК

**офіційного опонента на дисертацію Мавріної Марини Ігорівни
«Моделювання процесів рефлексивного управління споживчим попитом
комерційних підприємств», що представлена на здобуття наукового
ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.11 –
математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці**

Актуальність теми дисертації та її зв'язок з науковою тематикою

Забезпечення стійкості і конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в сучасних умовах розвитку ринкової економіки України, що характеризуються загостренням конкурентної боротьби, дефіцитом фінансових можливостей для використання традиційних маркетингових інструментів, тісно пов'язане з процесами удосконалення механізмів формування і подальшого контрольованого впливу на попит в якості об'єкта управління. Установлено, що вирішенню цього завдання сприяє застосування методології рефлексивного управління. Це зумовлює необхідність розробки практично значущої моделі рефлексивного управління споживчим попитом комерційних підприємств. Отже тема дисертаційної роботи, метою якої є розробка і удосконалення теоретичного та методичного забезпечення процесів моделювання рефлексивного управління споживчим попитом комерційних підприємств, є актуальною.

У роботі вирішено наступні задачі: досліджено економічні передумови та підходи до моделювання споживчої поведінки; розроблено концепцію рефлексивного управління споживчим попитом комерційних підприємств; удосконалено модель якісної оцінки особистих уподобань цільових груп споживачів; розвинуто метод визначення попиту на товари комерційного підприємства з урахуванням рефлексивних впливів; удосконалено рефлексивну модель формування керуючих впливів на прийняття споживчих рішень; удосконалено функціональні моделі інформаційних потоків у процесі реалізації рефлексивного управління формуванням споживчого попиту на

комерційному підприємстві; розвинуто методи організації збору інформації для рефлексивного управління; проведено апробацію запропонованих моделей.

Актуальність теми дисертаційної роботи підтверджується також тим, що вона виконувалась згідно з планами науково-дослідницьких робіт ДВНЗ «Приазовського державного технічного університету» у процесі розроблення комплексних тем «Підвищення ефективності фінансового управління в умовах нестабільності розвитку національної економіки» (державний реєстраційний номер 0215U000911), де здобувачем запропоновано науково-практичні рекомендації щодо розгляду реклами як інструменту рефлексивного управління споживчим рішенням; «Напрямки підвищення ефективності розвитку фінансових відносин в Україні» (державний реєстраційний номер 01191U103504), де особисто здобувачем запропоновано моделювання функції попиту для виявлення напрямків розвитку підприємства.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій сформульованих у дисертації, їх достовірність

Наукові положення, висновки та рекомендації, що представлені у дисертаційній роботі Мавріної М.І., є достатньо обґрунтованими та достовірними, базуються на опрацюванні значної кількості фундаментальних праць вітчизняних та закордонних вчених-економістів, використанні великого обсягу статистичної інформації, зокрема, офіційних даних Державної служби статистики України, та підтверджуються фундаментальністю методичних підходів. Концепція рефлексивного управління споживчим попитом на товари комерційних підприємств ґрунтується на принципах системного підходу, положеннях теорії рефлексивного управління, методах моделювання попиту. Модель якісної оцінки особистих уподобань споживачів з позиції рефлексивного управління реалізує принцип комплексного оцінювання якісних характеристик і

складена на основі методів кваліметрії, теорії маркетингових досліджень та методології статистичної обробки інформації. Рефлексивна модель формування керуючих впливів на прийняття рішення споживачами заснована на використанні математичного апарату теорії рефлексивних ігор, теорії графів, теорії множин, теорії ймовірності та аксіом булевої алгебри. Зазначені моделі разом з моделлю просторової взаємодії Хаффа були покладені в основу методу визначення попиту на товари комерційного підприємства. Інформаційну модель процесу реалізації рефлексивного управління складено з використанням методології функціонального моделювання IDEF0. Методи організації збору інформації для здійснення рефлексивного управління споживчим попитом ґрунтуються на окремих положеннях теорії маркетингових досліджень і статистичних методах аналізу.

Основні положення, висновки і рекомендації, сформульовані у дисертації, їх новизна

Внаслідок здійсненого дослідження отримані результати та висновки збагачують сучасну економічну науку в напрямі пошуку заходів щодо управління споживчим попитом на товари комерційних підприємств в контексті рефлексивного управління та мають практичне значення.

Серед отриманих наукових результатів, вперше розроблені такі:

– автором вперше було розроблено концепцію рефлексивного управління споживчим попитом. Дана концепція ґрунтується на основі: виокремлених етапів вибору споживача, використання теорії рефлексії та представленні процесу взаємодії комерційного підприємства на ринку, обмежуючись конкурентним і споживчим середовищами (стор. 56-73).

Серед спрямованих на удосконалення існуючих наукових положень, доцільно виділити наступні наукові положення:

– модель якісної оцінки особистих уподобань споживачів з позиції рефлексивного управління, яка передбачає кількісне оцінювання якісних

характеристик комерційних підприємств шляхом використання механізмів кваліметрії, що в свою чергу дає можливість виявити їх сильні й слабкі сторони для визначення подальших напрямків формування рефлексивних впливів (стор. 76-94);

– представлено рефлексивну модель формування керуючих впливів на прийняття споживчого рішення, яка ґрунтується на теорії рефлексивного управління з урахуванням особистих уподобань цільових споживачів для визначення ефективності витрат на здійснювані рефлексивні впливи. Результатом виступає скорочення витрати на конкуренту боротьбу завдяки вибору фінансово оптимального типу рефлексивного управління (стор. 114-129);

– запропоновано комплекс функціональних моделей інформаційних потоків процесу реалізації рефлексивного управління на основі методології функціонального моделювання IDEF0 для оптимізації інформаційної взаємодії організаційної структури підприємств торгівлі в процесі запровадження методів рефлексивного управління споживчим попитом для скорочення витрат при впровадженні запропонованих моделей (стор. 132-143).

Набули подальшого розвитку такі наукові положення:

– метод визначення попиту комерційного підприємства, який засновано на моделі просторової взаємодії Хаффа, яку було модифіковано для використання рефлексивного управління шляхом введення оцінки особистих уподобань споживачів, що надає змогу отримати конкурентні переваги та знизити ризики, пов'язані з операційною діяльністю (стор. 95-113).

– методи організації збору інформації для здійснення рефлексивного управління споживчим попитом на товари та послуги комерційного підприємства. Ці методи орієнтовані на визначення нецінових факторів поведінки споживачів, завдяки чому, комерційні підприємства отримують можливість оцінити конкурентне середовище з точки зору цільових

споживачів та виявити рівень власних параметрів привабливості для клієнтів у порівнянні з конкурентами (стор. 89-91, 144-146).

Все вищезазначене дозволяє зробити висновок, що поставлені автором мета та завдання в дисертаційній роботі виконані. Висновки та рекомендації, що сформульовані у роботі, відповідають її змісту і підтверджують глибину та наукову оригінальність проведеного дослідження.

Теоретичне і практичне значення результатів дисертаційної роботи

Наукове значення результатів дисертаційної роботи полягає у поглибленні теоретико-методичних положень і розробці науково-практичних рекомендацій, які збагачують економічну науку з управління споживчим попитом на товари підприємств роздробної торгівлі.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що обґрунтовані методичні положення та розроблені методичні підходи доведено до рівня методичних розробок і практичних рекомендацій, які можуть бути прийняті до впровадження організаційними структурами підприємств роздробної торгівлі при формуванні власної стратегії управління.

Практичні розробки, зокрема, як модель якісної оцінки особистих уподобань споживачів з позиції рефлексивного управління; рефлексивна модель формування керуючих впливів на прийняття рішення споживачами комерційного підприємства; метод визначення попиту комерційного підприємства, є універсальними та надають змогу визначати напрямки ефективного управління й прогнозувати поведінки різних груп споживачів на будь-яких комерційних підприємствах роздробної торгівлі. Основні результати дисертаційної роботи практично застосовано в ТОВ «Континіум-Трейд».

Результати дисертації використовують у навчальному процесі кафедри фінансів і банківської справи ДВНЗ «Приазовського державного технічного університету» під час викладання дисциплін: «Інформаційні системи і

технології в фінансах і банківській сфері», «Математичне моделювання економічних процесів».

Повнота викладу основних результатів дисертаційного дослідження в опублікованих роботах автора

Результати наукових досліджень Мавріної М.І., які покладено в основу її дисертації, опубліковані в статтях, матеріалах конференцій. За темою дисертації опубліковано в 15 наукових працях, з них: 1 – розділ у монографії; 5 – статті в наукових фахових виданнях України, 3 – статті в наукових виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз, 6 – матеріали конференцій. Загальний обсяг публікацій – 5,95 д. а.

В опублікованих працях здобувача повно відображено сутність отриманих результатів виконаного дослідження та їх наукова новизна. Результати дослідження доповідались і отримали позитивну оцінку на міжнародних науково-практичних конференціях. З огляду на зазначене апробацію результатів дисертаційної роботи слід вважати достатньою. Автореферат дисертації відображає її зміст і не містить положень, що не досліджені в роботі.

Дискусійні положення та зауваження щодо змісту дисертації

Оцінюючи, в цілому, достатній рівень розробки теоретико-методологічних і методичних положень, практичних рекомендацій, обґрунтованість наукових висновків та пропозицій, проте, доцільно зупинитись на окремих положеннях, що мають дискусійний характер.

1. В табл. 1.7 дисертації (стор. 53) здійснено аналіз існуючих підходів до моделювання поведінки споживачів. Зауважимо, що для обґрунтованості результатів автору слід навести посилання на наукові праці конкретних авторів, які використано при проведенні аналізу.

2. На рис. 1.12 дисертації (стор 65), де представлена модель прийняття рішення споживачем, автору необхідно було б зазначити ті модифікації, які були внесені власно ним.

3. У підрозділі 2.1 визначено структуру елементів особистих уподобань споживачів, які впливають на споживчий вибір (рис. 2.9, стор. 91). Автору доцільно було б показати взаємозв'язок зазначених чинників за етапами споживчого вибору.

4. На стор. 121-122 дисертації представлено алгоритм аналізу поведінки групи, що складається з досліджуваних економічних агентів, де заключним етапом є визначення ймовірності залучення споживачів до підприємства (2.29). Однак, автором не роз'яснено, яку роль при визначенні цієї ймовірності грає модель ментальної генерації вибору, яку обчислено на одному з попередніх етапів (2.27).

5. На стор. 172 визначено декілька принципів формування реклами, як інструмента рефлексивного управління, однак їх існує набагато більше.

6. На стор. 165 при перетворенні графу відносин G_1 (рис. 3.13) на поліном (3.10) і знаходженні рівняння для споживача (3.12) автору доцільно зазначити, що дані розрахунки здійснюються з використанням апарату теорії множин та булевої алгебри.

Втім, необхідно зазначити, що вказані недоліки та зауваження в цілому не впливають на загальну позитивну оцінку роботи, а наявність дискусійних положень свідчить про складність обраного напрямку дослідження.

Загальні висновки і оцінка дисертації

Дисертаційна робота Мавріної Марини Ігорівни на тему: «Моделювання процесів рефлексивного управління споживчим попитом комерційних підприємств», є самостійною, завершеною працею, в якій отримані нові науково обґрунтовані теоретичні та практичні результати, що в сукупності є суттєвими для вирішення проблеми моделювання попиту на товари комерційних підприємств. Актуальність обраної теми дисертації, суть

обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, новизна та повнота викладу в опублікованих працях повністю відповідають вимогам, встановленим до кандидатських дисертацій. Тема дисертації Мавріної М.І. та її зміст відповідають паспорту спеціальності 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці, за якою дисертацію представлено до захисту.

Вважаємо, що дисертаційна робота Мавріної Марини Ігорівни «Моделювання процесів рефлексивного управління споживчим попитом комерційних підприємств», представлена на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук, відповідає вимогам пунктів 11-14 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 24.07.2013 р. № 567, а її автор, Мавріна М.І., заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці.

Офіційний опонент:

доцент кафедри інформаційних технологій

Класичного приватного університету,

кандидат економічних наук



Т.Ю. Огаренко

Засвідчуємо
Вашим секретар



О.О. Ошківченко