

РЕЦЕНЗІЯ

на колективну монографію «Управління соціально-економічними системами на основі підвищення ефективності маркетингових послуг в умовах діджиталізації» за редакцією д-ра екон. наук, проф. Чобіток В. І.

У сучасних умовах відбуваються значні, глибокі трансформаційні процеси, які безпосередньо впливають на розвиток будь-якого бізнесу та економіки країни в цілому, пріоритетним завданням яких є вектор діджиталізації.

Діджиталізація є безперервним і неминучим процесом, яка проникає майже в усі сфери промисловості та послуг, відбувається формування нових вимог і запитів споживачів, що потребує кардинальних змін маркетингових засобів. Водночас виникає необхідність в оперативному отриманні інформації, а це потребує змін у проведенні маркетингових досліджень. Саме цифрові інновації є підґрунтям до незворотних змін в управлінні соціально-економічними системами, удосконалюючи їх фінансово-господарську діяльність і підвищуючи рівень конкурентоспроможності. Цих актуальних питань торкаються автори в монографії за ред. проф. Чобіток В. І.

У *першому розділі* розглядається еволюція розвитку управління соціально-економічними системами на основі використання маркетингових інструментів, а саме: еволюційно-історичні аспекти розвитку маркетингових інструментів та їх вплив на соціально-економічні системи; формування конкурентної стратегії розвитку підприємства з використанням системи моніторингу зовнішнього середовища підприємства; управління безпекою соціально-економічних систем в умовах деструктивного розвитку; формування фінансового забезпечення маркетингових послуг на вітчизняних підприємствах в умовах сьогодення та інші актуальні вектори розвитку.

У *другому розділі* досліджено управління інтегрованими інформаційними системами маркетингових послуг в умовах глобалізації, а саме: інтегровані методи прийняття рішень в управлінні системами маркетингових послуг в умовах глобалізації; інструменти Digital-маркетингу в розвитку сучасних соціально-економічних систем, а також формування інтегрованих інформаційних механізмів системи управління митно-безпековою діяльністю в умовах глобалізації та інші напрямлення.

У *третьому розділі* висвітлюються питання ефективності управління організаційно-функціональними інструментами маркетингових послуг в умовах діджиталізації: формування державного механізму управління якістю життя населення в умовах діджиталізації; сучасні підходи до побудови системи маркетингового управління підприємствами та організаційно-функціональні інструменти як необхідний елемент підвищення ефективності надання маркетингових послуг та інші нагальні проблеми.

Четвертий розділ присвячено інноваційним умовам формування цифрового середовища маркетингових послуг у системі управління соціально-економічними системами: використання інноваційних інструментів маркетингу в процесі комерціалізації діяльності соціально-економічних систем у цифровому середовищі; формування інноваційно-цифрової системи клієнтоорієнтованих бізнес-моделей на підприємстві; адаптивно-інноваційна трансформація парадигми маркетингу в умовах цифрової транспарентності та інші ефективні напрями.

У *п'ятому розділі* проаналізовано питання щодо управління обліково-аналітичним забезпеченням маркетингових послуг в умовах діджиталізації, а саме: аналітичне забезпечення управління комерційною діяльністю в контексті діджиталізації та маркетингових інновацій; моделювання облікового забезпечення управління екологічною безпекою в умовах діджиталізації на засадах маркетингу; особливості та проблеми визнання, використання та обліку комерційних найменувань і торговельних марок суб'єктами господарювання; концептуалізація маркетингових послуг в обліковій системі управління операціями підприємства та інші раціональні аспекти.

Таким чином, у колективній монографії досліджено широке коло актуальних питань щодо управління соціально-економічними системами на основі підвищення ефективності маркетингових послуг в умовах діджиталізації. Слід зазначити, що автори монографії творчо підійшли до дослідження та вирішення визначених проблем, проаналізувавши значну кількість вітчизняних і зарубіжних літературних джерел, дисертацій, авторефератів тощо, надавши узагальнення управлінню соціально-економічними системами на основі підвищення ефективності маркетингових в умовах діджиталізації.

Оцінюючи загалом колективну монографію «Управління соціально-економічними системами на основі підвищення ефективності маркетингових послуг в умовах діджиталізації» за редакцією проф. Чобіток В. І., відзначимо, що вона є логічно завершеною науковою працею, яку можна розглядати як вагомий внесок її авторів у розвиток сучасних підприємств України. Колективна монографія розширює коло науково-економічних досліджень та буде корисною для підприємців, здобувачів навчальних закладів, бізнес-шкіл та інших категорій фахівців, які займаються маркетинговими дослідженнями з урахуванням викликів діджиталізації.

**Доктор економічних наук, професор,
директор Науково-дослідного центру
індустріальних проблем розвитку НАН України**

Вікторія ХАУСТОВА

**РЕЦЕНЗІЯ
ІНФОРМАЦІЯ**