Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0421U103858

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 19-10-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гапоненко Світлана Олександрівна

2. Haponenko Svitlana O.

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 08.00.04

Назва наукової спеціальності: Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 30-09-2021

Спеціальність за освітою: Менеджмент

Місце роботи здобувача: Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Код за ЄДРПОУ: 02066747

Місцезнаходження: проспект Гагаріна, буд. 72, м. Дніпро, Дніпровський р-н., Дніпропетровська обл., 49010, 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): Д 08.893.01

Повне найменування юридичної особи: Університет митної справи та фінансів

Код за ЄДРПОУ: 39568620

Місцезнаходження: вул. Володимира Вернадського, буд. 2/4, м. Дніпро, Дніпровський р-н., Дніпропетровська обл., 49000, 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: Університет митної справи та фінансів

Код за ЄДРПОУ: 39568620

Місцезнаходження: вул. Володимира Вернадського, буд. 2/4, м. Дніпро, Дніпровський р-н., Дніпропетровська обл., 49000, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик:

Тема дисертації:

1. Маркетингові стратегії підприємств готельного бізнесу.

2. Marketing strategies of hotels business enterprises.

Реферат/анотація:

1. Визначено сутність та значення стратегії для розвитку підприємства, виявлено місце маркетингової стратегії серед інших функціональних стратегій. Обґрунтовано новий напрям стратегічного планування та введено економічну категорію «глобалізаційна стратегія». Доповнено концепції глобалізації новим вектором – «глобалізаційний маркетинг». Розкрито сутність поняття «готель». Доведено, що діяльність готелів пов'язана із розвитком індустрії гостинності. Сформульовано визначення поняття «гостинність» та його основні концептуальні вектори (ресурсний, управлінський, трудовий, маркетинговий, фінансово-економічний, соціальний, морально-етичний, глобалізаційний). Доповнено класичний маркетинговий комплекс «4 P» складовою «1 G (Globalization)». Визначено, що життєвий цикл розвитку готельного бізнесу є глобальним лагом, обґрунтовано, що у 2008 р. готельний бізнес виходить на новий етап розвитку – «бінарний самобутністно-глобалізаційний». Виявлено, що на ринку готельних послуг в Україні функціонують

такі основні організаційні типи підприємств: міжнародні готельні мережі, національні готельні мережі, садиби (колиби), Wellness- та SPA- комплекси, незалежні готелі середнього сегменту. Проведено діагностику маркетингового середовища, визначено переваги та недоліки розвитку міжнародних мереж для різних стейкхолдерів. На основі анкетного опитування виявлено споживчі пріоритети при виборі готелів та побудовано відповідні функції для готелів, орієнтованих на бізнес-сегмент та дозвілля і відпочинок. За допомогою кластерного аналізу сформовано відповідні групи за регіональним принципом та обґрунтовано маркетингові стратегії для підприємств готельного бізнесу різних організаційних типів. Запропоновано підхід щодо побудови глобалізаційного стратегічного маркетингового профілю підприємств готельного бізнесу (УГСМПГ), який у поєднанні із показниками маркетингового потенціалу регіонів (МПР) дозволяє побудувати матрицю «Маркетинговий профіль – потенціал». Визначено положення підприємств готельного бізнесу та сформовано відповідні стратегії. Обґрунтовано стратегії диджиталізації для різних типів готельних підприємств. Ключові слова: маркетингова стратегія, готель, готельний бізнес, глобалізація, маркетинговий профіль, стратегія диджиталізації

2. Classical and modern approaches to understanding the nature and importance of strategy for enterprise development have been generalized. A new approach to understanding the essence and supplement of the category «strategy» content has been suggested. The main accents in scientific concepts on the category «strategy» have been considered: plan, action, process, model, means, tool, principle, position, perspective, approach, reception, program, view, concept, template, standard, direction, course, decision. These accents have been supplemented by the following: vector, landmark, path, leadership, pattern, mechanism, catalyst, means of association, managerial influence, means of control, postulate, basis, basis, and determinant. The conceptual model of enterprise strategy, which is the basis for marketing strategy, has been built. The new direction of strategic planning has been substantiated. It has been proposed to introduce the category «globalization strategy». The globalization is revealed in such areas as international integration, development of information and communication systems, internationalization, the activities of TNCs and international organizations. It has been substantiated that these areas need to be supplemented with a new vector of «globalization marketing». This is the newest direction of marketing, and is based on the principles of consumers values unification formed in the world, and involves the promotion of goods and services regardless of level (local, regional, national, international, global) taking into account the unified globalized needs of consumers through marketing. It is substantiated that the hotel is a commercial enterprise, which, on the one hand, is a subject of hotel business, and on the other hand, is an element of socio-economic infrastructure of the city and state, and is designed primarily for temporary accommodation in accordance with national and international standards, also providing additional services (recreation, beauty, SPA, Wellness, sports, business and other events). The hotel acts as a carrier of the brand of the city (state), cultural, informational, tourism and advertising center. The category «hospitality» definition and its main conceptual vectors have been formulated. The expediency of supplementing the classic marketing complex «4 P» with the component «1 G (Globalization)» has been justified. Trends in the development of the hotel business have been studied. The number of hotels in 2020 was 728 units, which is 252 establishments, or 25.7 %, less than in 2016. The market of hotel services in Ukraine has the following main organizational types of enterprises: international hotel chains, national hotel chains, estates (huts), Wellness and SPA complexes, independent hotels of the middle segment. The diagnosis of the marketing environment has been carried out. It has been identified the advantages and disadvantages of developing international chains for different stakeholders. On the basis of the questionnaire, consumer priorities of choosing hotels have been identified. With the help of cluster analysis, the relevant groups have been formed according to the regional principle and the marketing strategies for the hotel business enterprises of different organizational types have been substantiated. It has been found that the star classification of hotels is the most popular in Ukraine and in the world. However, the client's choice of the appropriate hotel is based on many criteria. It is advisable to divide the classification features of hotel enterprises into two groups (organizational and economic, consumer and functional). This allowed forming a generalized globalized strategic marketing profile of hotel business enterprises (GGSMPG) to identify and develop a marketing strategy. The combination of methodological approaches to the creation of GGSMPG and the marketing potential

of the regions (MPR) allowed building a matrix «Marketing profile – potential». The position of hotel business enterprises has been determined and appropriate strategies have been formed. The digitalization strategy of hotel enterprises has been offered. For all types of hotels, a digital marketing strategy is appropriate. In addition, each type of hotel business requires a unique direction of digital strategy, which will accentuate the uniqueness of the enterprise and form the consumer's value of receiving an exceptional hotel service. Keywords: marketing strategy, hotel, hotel business, globalization, marketing profile, digitalization strategy.

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. Небаба Наталія Олександрівна

2. Nebaba Nataliia O

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.08

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. Попов Олександр Євгенійович

2. Popov Oleksandr Ye.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Самойлик Юлія Василівна

2. Samoilyk Yuliia Vasylivna

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.03

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. Падерін Іван Дмитрович

2. Paderin Ivan D.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Сердюков Костянтин Георгійович

2. Serdyukov Kostiantyn H.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Стрижиченко Костянтин Анатолійович

2. Strizhichenko Konstantin A.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.08

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 Білозубенко Володимир Станіславович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Баранник Лілія Борисівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.