Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Image not found or type unknow

Державний обліковий номер: 0525U000148

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 21-03-2025

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Кузик Олег Володимирович
2. Oleg V. Kuzyk

Кваліфікація: к. е. н., доц., 08.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 08.00.03

Назва наукової спеціальності: Економіка та управління національним господарством

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 24-04-2025

Спеціальність за освітою: Економічна теорія

Місце роботи здобувача: Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, буд. 1, Львів, 79000, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 35.051.22

Повне найменування юридичної особи: Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, буд. 1, Львів, 79000, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

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

Повне найменування юридичної особи: Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, буд. 1, Львів, 79000, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 38.01.75, 06.75.13

Тема дисертації:

1. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями в агропромисловому комплексі України
2. Strategic management of marketing communications in the agro-industrial complex of Ukraine

Реферат/анотація:

1. У дисертації розкрито сутність та особливості стратегічного управління маркетинговими комунікаціями суб'єктів агропромислового комплексу України. З'ясовано сутність, ознаки, риси та форми маркетингових комунікацій. Охарактеризовано особливості управління засобами маркетингових комунікацій в АПК та підкреслено важливість концепції інтегрованих маркетингових комунікацій в сучасному бізнесі. Досліджено інструментарій маркетингових комунікацій крізь призму історичних змін та еволюцію підходів до просування. Проаналізовано сучасні засоби маркетингових комунікацій та умови їх застосування в агропромисловому бізнесі. З'ясовано актуальний стан та тенденції розвитку політики просування в АПК України. Сформульовано чинну модель застосування маркетингових комунікацій агробізнесами України, залежно від сектору і ринку на якому працює організація. Здійснено оцінку ефективності стратегічного управління маркетинговими комунікаціями в українському АПК з урахуванням сучасних методик аналізу. Обґрунтовано важливість врахування сучасних тенденцій розвитку інформаційних технологій в політиці просування суб'єктів АПК та доведено необхідність формування інноваційного середовища комунікацій.

Звернено увагу на механізми поєднання різних засобів маркетингових комунікацій та досягнення синергетичного ефекту для агропромислового підприємництва. Виокремлено шляхи підвищення ефективності маркетингових комунікацій українських агробізнесів та напрями вдосконалення стратегічного управління політикою просування з урахуванням зарубіжного досвіду. Розроблено концепцію державного регулювання механізмів маркетингових комунікацій в аграрному секторі України з метою підвищення пізнаваності українських агробрендів за кордоном.

2. The dissertation reveals the essence and features of strategic management of marketing communications of entities of the agro-industrial complex of Ukraine. The essence, signs, features and forms of marketing communications are clarified. The key features of the use of marketing communications tools by enterprises and organizations of the agro-industrial complex are characterized. Particular attention is paid to the concept of integrated marketing communications, which is an effective way of promotion in modern business. The tools of marketing communications are studied through the prism of historical changes and the evolution of approaches to promotion. Methodological approaches and models are highlighted in order to clarify the importance of communication links between entities. Modern means of marketing communications and the conditions for their application in agro-industrial business are analyzed. Through the prism of marketing communications management models, a chain of effective marketing management of the activities of entities of the agro-industrial complex from the point of view of promotion policy is built. In the process of analyzing the marketing communications system of the Ukrainian agricultural sector, the current state and trends in the development of promotion policy were clarified. The current model of the application of marketing communications by Ukrainian agribusinesses was formulated, depending on the sector and market in which the organization operates. Special attention was paid to the role of socially responsible business in the agribusiness sector of Ukraine, taking into account the conditions of instability and martial law. The decision-making system was determined under the condition of changing consumer behavior and constant influence through communication appeals. The significant importance of integrated marketing communications in the Ukrainian agribusiness sector, storied marketing in promotion policy, and organization of public relations in the effective economic activity of enterprises and organizations of the agribusiness sector of Ukraine was proven. The effectiveness of strategic management of marketing communications in the Ukrainian agribusiness was assessed taking into account modern analysis methods. The importance of taking into account modern trends in the development of information technologies in the promotion policy of agribusiness entities was substantiated and the need to form an innovative communications environment was proven. An SEO analysis of the marketing activities of leading agro-industrial companies of Ukraine was conducted in order to identify the strengths and weaknesses of the marketing communications system of agro-industrial business and develop recommendations for other subjects of the domestic agro-industrial complex. Particular attention was paid to the mechanisms of combining various means of marketing communications and achieving a synergistic effect for agro-industrial entrepreneurship. Ways to increase the effectiveness of marketing communications of Ukrainian agro-businesses and directions for improving strategic management of promotion policy were identified. Particular attention was paid to foreign experience in marketing communications management and the possibilities of its implementation in the agro-industrial complex of Ukraine were identified. A concept of state regulation of marketing communications mechanisms in the agricultural sector of Ukraine was developed in order to increase the recognition of Ukrainian agro-brands abroad. The need to build and strengthen the national brand of Ukraine at the state level for the export of agro-industrial goods and services, and to increase the level of perception of domestic agricultural products on world markets was identified.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки

Підсумки дослідження: Нове вирішення актуального наукового завдання

Публікації:

- 1.Кузик О.В. Управління маркетинговими комунікаціями підприємств агросектору України : монографія. Львів, ЛНУ імені Івана Франка, 2023. 492 с. (21,01 д.а.).
- 2.Кузик О.В. Аналіз впливу маркетингових комунікацій на поведінку економічних суб'єктів. Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. 2012. №28, Ч.2. С.433-440 (0,46 д.а.).
- 3.Кузик О.В. Особливості впливу економічної політики держави на поведінку вітчизняних домогосподарств. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: збірник науково-технічних праць. Львів: РВВ НЛТУ України. 2013. Вип.23.1. С. 274-280 (0,45 д.а.).
- 4.Кузик О.В. Ефективність впливу маркетингових комунікацій на поведінку споживачів в Україні. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: збірник науково-технічних праць. Львів: РВВ НЛТУ України. 2013. Вип.23.12. С.265-271 (0,43 д.а.).
- 5.Кузик О.В. Вплив досягнень науково-технічного прогресу на маркетингові комунікації. Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки, 2013. №6, Т.2(206). С.13–17 (0,43 д.а.).
- 6.Кузик О.В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями на сучасних підприємствах. Стратегія економічного розвитку України: зб. наук. праць; голов. ред. А. П. Наливайко. К.: КНЕУ, 2014. № 34. С. 130–135 (0,42 д.а.).
- 7.Кузик О.В. Вплив економічної кризи на маркетингову комунікаційну політику вітчизняних підприємств. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: збірник науково-технічних праць. Львів: РВВ НЛТУ України. 2014. Вип.24.8. С.246-251 (0,42 д.а.).
- 8.Кузик О.В. Етика в маркетингових комунікаціях. Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. Хмельницький, 2015. №2, Т.1(222). С.189–192 (0,48 д.а.).
- 9.Кузик О.В. Управління маркетинговими комунікаціями підприємствами агропромислового комплексу в Україні. Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. Хмельницький, 2016. №1 (232). С.203–206 (0,52 д.а.).
- 10.Кузик О.В. Модерні інструменти маркетингової комунікаційної політики агропромислових підприємств України. Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. Хмельницький, 2016. №4 (238). Том.1. С.130–134 (0,56 д.а.).
- 11.Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід. Монографія; за наук. ред. проф. Є.Й.Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2016. 262 с. (15,22/1,96 д.а.: внесок автора: управління маркетинговою комунікаційною політикою підприємств агропромислового комплексу України).
- 12.Кузик О.В. Сучасні виклики маркетингової комунікаційної політики агропромислових підприємств України. Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна. Львів: РВВ НЛТУ України. 2017. Вип.27(2). С.116-120 (0,67 д.а.).
- 13.Кузик О.В. Маркетингові комунікації як чинник поінформованості про сектор АПК України. Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. Хмельницький, 2017. №5 (251). С.273–277 (0,52 д.а.).
- 14.Кузик О.В. Роль маркетингових комунікацій у подоланні актуальних проблем та викликів АПК України. Інвестиції: практика та досвід. Економічні науки. Київ: ТОВ «ДКС Центр», 2018. №12. С.16–19 (0,56 д.а.).
- 15.Кузик О.В. Розвиток маркетингових комунікацій в аграрному бізнесі України. Економіка та держава. Економічна наука. Київ: ТОВ «Редакція журналу «Економіка та держава»», 2018. №8. С.27-30 (0,68 д.а.).
- 16.Кузик О.В. Управління маркетинговими комунікаціями в аграрному бізнесі України. Економіка та держава. Економічна наука. Київ: ТОВ «Редакція журналу «Економіка та держава»», 2019. №4. С.37-41.

DOI: 10.32702/2306-6806.2019.4.37. (0,68 д.а.).

- 17.Кузик О.В. Інноваційне середовище комунікацій у маркетингу агропромислових підприємств України. Інвестиції: практика та досвід. Економічна наука. Київ: ТОВ «ДКС Центр», 2019. №11. С.20–25 (0,64 д.а.).
- 18.Кузик О.В. Роль держави у маркетинговій комунікаційній діяльності аграрного сектора України. Економіка та держава. Економічна наука. Київ: ТОВ «Редакція журналу «Економіка та держава»», 2020. №4. С.177-181. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.4.177 (0,68 д.а.).
- 19.Кузик О.В. Сторіфікований маркетинг у діяльності українських агропромислових підприємств. Агросвіт. Київ: ТОВ «Редакція журналу «Агросвіт»», 2020. №13-14. С.47-53. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.13-14.47 (0,70 д.а.).
- 20.Майовець Є.Й., Кузик О.В. Інтегровані маркетингові комунікації в агробізнесі України. Вісник ХНУ: Економічні науки. 2021. №1. С.67-73. DOI: https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2021-290-1-13. (0,77/0,70 д.а.; внесок автора: особливості застосування інтегрованих засобів комунікацій в українському агросекторі).
- 21.Кузик О.В. Споживач у системі маркетингових комунікацій агробізнесу України. Інвестиції: практика та досвід. Київ: ТОВ «ДКС Центр», 2021. №12. С.23–28. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.12.23 (0,78 д.а.).
- 22.Kuzyk O. Strategic Directions of Marketing Communications of Agro-Industrial Enterprises in Ukraine. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2022. Vol. 2 No. 43. Pp. 78-84. https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.43.2022.3685 (Web of Science) (0,71 д.а.). 23.Кузик О.В. Базові моделі комунікацій у маркетингу агропідприємств України. Стратегія економічного розвитку України. 2022. № 50. С.106-118 (0,81 д.а.). https://doi.org/10.33111/sedu.2022.50.106.118.
- 24.Кузик О.В. Маркетингові комунікації у диференціюванні й позиціонуванні українського агробізнесу. Маркетинг і цифрові технології. 2022. Том 6, № 3. С.6-14. DOI: 10.15276/mdt.6.3.2022.1. (0,77 д.а.)
- 25.Kuzyk O. Internet Tools in Marketing Communications of Agribusinesses in Ukraine. Universal Journal of Agricultural Research. 2023. Vol. 11(2). Pp. 217-229. DOI: 10.13189/ujar.2023.110201. https://www.hrpub.org/download/20230330/UJAR1-10429147.pdf (Scopus). (1,30 д.а.).
- 26.Кузик О.В. Стратегічна роль виставок і ярмарків у маркетинговій діяльності агропідприємств України. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Т.7, №2. С.43-55. DOI: 10.15276/mdt.7.2.2023.4. (0,93 д.а.).
- 27.Кузик О.В. Деякі аспекти маркетингових комунікацій в Інтернет агробізнесу України. Актуальні питання у сучасній науці. №7 (13). 2023. С. 47-59. https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-7(13)-47-59. (0,84 д.а.).
- 28.Kuzyk O., Kabanova O., Chyrva H., Vlasenko D., & Komarnytska H. Trends and perspectives on the impact of digital technologies on the efficacy of marketing communication. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. (2023), Nr. 6(53), pp. 471–486. https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.53.2023.4259. (Scopus & Web of Science). (1,08/0,75 д.а.: внесок автора: розрахунок впливу сучасних технологій та ефективність маркетингових комунікацій).
- 29.Кузик О.В. Соціальна відповідальність маркетингових комунікацій українського агробізнесу в умовах діджиталізації. Інвестиції: практика та досвід. Київ: ТОВ «ДКС Центр», 2024. №15. С. 119-126. https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.15.119. (0,87 д.а.).
- 30.Кузик О.В., Лісік О.А. Оптимізація витрат на пошукові рекламні кампанії в Google Ads для IT-стартапів в умовах економічної нестабільності. Маркетинг і цифрові технології. 2024. Том 8, № 2. С.47-57. URL: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/364. (0,86/0,78 д.а.: внесок автора: аналіз та розрахунки шляхів оптимізації витрат в Google Ads).
- 31.Кузик О.В. Споживча поведінка в управлінні політикою просування агробізнесу в Україні. Ефективна економіка. 2024. №9. DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.9.31. (0,80 д.а.).

Наукова (науково-технічна) продукція: науково-методичні рекомендації та інші наукові результати

Соціально-економічна спрямованість: напрями підвищення ефективності стратегічного управління маркетинговими комунікаціями в агропромисловому комплексі україни

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0121U114645

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. немає консультанта немає консультанта немає консультанта

2. there is no consultant there is no consultant

Кваліфікація:

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. Логоша Роман Васильович

2. Roman V. Logosha

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-6462-5083

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Вінницький національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 00497236

Місцезнаходження: вул. Сонячна, буд. 3, Вінниця, Вінницький р-н., 21008, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гальчинська Юлія Миколаївна

2. Julia M. Galchynska

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Заклад вищої освіти "Подільський державний університет"

Код за ЄДРПОУ: 22769675

Місцезнаходження: вул. Шевченка, буд. 12, Кам'янець-Подільський, Кам'янець-Подільський р-н., 32316, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Бочко Олена Юріївна

2. Olena Y. Bochko

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-3422-4654

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: вул. Степана Бандери, буд. 12, Львів, 79013, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Кундицький Олександр Олександрович
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Кундицький Олександр Олександрович
Відповідальний за підготовку облікових документів	Сенишин Оксана Степанівна
Реєстратор	УкрІНТЕІ

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Тетяна Анатоліївна