Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0411U001374

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 16-02-2011

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Дейнека Олена Євгенівна

2. Deyneka Olena Yevgenivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

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: 27-01-2011

Спеціальність за освітою: 050107

Місце роботи здобувача: Тернопільська філія приватного вищого навчального закладу "Європейський університет"

Код за ЄДРПОУ: 24366800

Місцезнаходження: 46000, м. Тернопіль, вул. С. Бандери, 83-а

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 44.877.01

Повне найменування юридичної особи: Вищий навчальний заклад Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі"

Код за ЄДРПОУ: 01597997

Місцезнаходження: вул. Коваля, 3, м. Полтава, Полтавський р-н., Полтавська обл., 36014, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Укоопспілка

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Тернопільська філія приватного вищого навчального закладу "Європейський університет"

Код за ЄДРПОУ: 24366800

Місцезнаходження: 46000, м. Тернопіль, вул. С. Бандери, 83-а

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 71.31.75

Тема дисертації:

1. Формування маркетингової стратегії розвитку роздрібного мережевого підприємства

2. Forming of development marketing strategy of retail chain enterprise

Реферат/анотація:

1. Об'єкт: процес формування маркетингових стратегій роздрібних мережевих підприємств. Мета: обґрунтування концептуальних засад і розробка практичних рекомендацій щодо формування маркетингових стратегій розвитку роздрібних мережевих підприємств. Методи: діалектичний, теоретичне узагальнення і порівняння, ідентифікація тенденцій, системний, абстрактно-логічний, експертна оцінка, персональне опитування, контент-аналіз, конкурентна розвідка. Запропоновано: вперше: побудовано модель створення і розвитку роздрібного мережевого підприємства із висвітленням її основних ідей, принципів та вимог до успішної реалізації, яка відображає зв'язок стратегічного поля маркетингових стратегій розвитку і відповідних структур роздрібних мережевих підприємств; удосконалено: визначення роздрібного мережевого підприємства як складної просторової системи; трактування маркетингової стратегії розвитку роздрібного мережевого підприємства, що подано з позицій стратегічного рівня управління; теоретичне

підґрунтя формування двох векторів при визначенні цілей та завдань маркетингової стратегії розвитку роздрібного мережевого підприємства; сутнісні положення маркетингу взаємовідносин з обґрунтуванням доцільності формування бази лояльних клієнтів; набуло подальшого розвитку: теоретичне обґрунтування формування стадії консолідації роздрібного ринку в Україні на основі встановлення основних характеристик цього ринку на кожній стадії розвитку, а також окреслення напрямів розвитку торговельного бізнесу на мікрорівні; підхід до визначення передумов побудови маркетингових стратегій розвитку роздрібних підприємств на основі виявленої тенденції переорієнтування споживацьких очікувань на заощадження і скорочення витрат, а також порівняльного аналізу двох моделей купівельної поведінки українських споживачів; трактування положень менеджменту товарних категорій на основі уточнення понятійного апарату, формування концептуальної схеми інтегрованого управління асортиментом товарів та створення вертикально інтегрованої команди з управління категоріями товарів. Сфера використання: підприємства торгівлі.

2. Object: process of forming of marketing strategies of retail chain enterprises. Purpose: grounding of conceptual principles and developing of practical recommendations to forming of marketing strategies of retail chain enterprises. Methods: dialectic, theoretical generalization and comparison, tendencies identification, systematic, abstract logical, expert evaluation, personal interview, content analysis, competitor investigation. It is offered: first: the model of creation and developing of retail chain enterprises is formulated with identification of its main ideas, principles and requirements to successful realization, which finds out the connection of strategic field of development marketing strategies with appropriate retail chain enterprises; it is improved: terms of retail chain enterprise as a complicated space system; identification of development marketing strategy in wide understanding from strategic management angle; theoretical grounding of two vectors of forming of aims and tasks of development marketing strategy of retail chain enterprises; principles of marketing interrelations with proving the necessity of database creation of loyal customers; gathered subsequent development: theoretical grounding of consolidation stage of retail market in Ukraine on the basis of trait research of the market on each stage of development as well as ways of development of retail business on micro level; approach of identification of development marketing strategy of retail chain enterprise on the bases of researched trend of customer expectation reorientation towards decreasing expenses and also comparative analysis of two models of consumer behavior of Ukrainians; identification and clarification of terms of category management, forming of the conceptual scheme of integrated management of product mix and creation of the vertical integrated team in context of category management.Sphere of the use: trade enterprises.

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. Устенко Олександр Андрійович

2. Ustenko O.A.

Кваліфікація: к.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

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Дайновський Юрій Анатолійович

2. Дайновський Юрій Анатолійович

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. Саркісян Лев Григорович

2. Саркісян Лев Григорович

Кваліфікація: к.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

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Рогоза М.Є.

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Рогоза М.Є.

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності Юрченко Т.А.