Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0421U101628

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 14-05-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гранат Лілія Володимирівна

2. Granat Liliya Volodymyrivna

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: 27-04-2021

Спеціальність за освітою: Маркетинг

Місце роботи здобувача: Товариство з обмеженною відповідальністю «Реккітт Бенкізер Хаусхолд Енд Хелс Кер Україна»

Код за ЄДРПОУ: 33696041

Місцезнаходження: ПРОСПЕКТ СТЕПАНА БАНДЕРИ, будинок 28-А ЛІТ.Г, офіс 80, м. Київ, 04073, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 26.055.01

Повне найменування юридичної особи: Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: вул. Кіото, буд. 19, м. Київ, 02156, 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: Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: вул. Кіото, буд. 19, м. Київ, 02156, Україна

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, 06.81

Тема дисертації:

1. Управління брендом підприємства роздрібної електронної торгівлі

2. Brand management of the retail e-commerce enterprises

Реферат/анотація:

1. У роботі визначено зміст і роль бренда в діяльності ПРЕТ, сформовано сутність понять «бренд ПРЕТ» та «інтернет-брендинг». Удосконалено теоретичні підходи до розмежування понять «інтернет-магазин» та «підприємство роздрібної електронної торгівлі» (ПРЕТ). Розширено класифікацію брендів та інтернет-магазинів. Розкрито зміст і запропоновано інтегровану структуру системи управління брендом загалом та за її окремими елементами, а також запропоновано підхід до їх застосування. Досліджено та систематизовано методологічні підходи до моделювання процесів і структури системи БМ підприємств, на основі чого запропоновано авторське бачення розробки ідентичності бренда ПРЕТ та сформульовано вимоги до бренд-орієнтованої моделі управління маркетингом ПРЕТ. Охарактеризовано стан і тенденції розвитку ринку роздрібної електронної комерції у світі та в Україні зокрема. Виявлено та систематизовано фактори формування й розвитку бренда ПРЕТ. Діагностовано стан і проблеми реалізації бренд-менеджменту ПРЕТ, з

огляду на що підтверджується доцільність розроблення концептуальних положень бренд-орієнтованого управління маркетингом ПРЕТ та відповідних практичних рекомендацій щодо створення і розвитку брендів ПРЕТ. Сформовано систему бренд-орієнтованих функцій управління маркетингом ПРЕТ, що покладено в основу запропонованої функціональної моделі бренд-орієнтованого управління маркетингом ПРЕТ. Для забезпечення ефективного практичного застосування моделі розроблено принципи управління брендом ПРЕТ, портфель бренд-стратегій ПРЕТ, додаткові бренд-орієнтовані критерії мікросегментування та алгоритм побудови позиціювання брендів ПРЕТ. Сформовано систему показників оцінювання ефективності управління брендом ПРЕТ. Результати дисертаційного дослідження апробовано на базі матеріалів ПРЕТ «Антошка», «Познавалка» та «Містер Воллет». Ключові слова: бренд, брендинг, бренд-менеджмент, управління брендом, підприємство роздрібної електронної торгівлі, інтернет-брендинг.

2. The thesis is devoted to research and development of theoretical bases, scientific and practical methods, applied recommendations on brand management (BM) of the e-commerce enterprise. The relevance of the topic is conditioned by the sharp distributions of the Internet in the world as well as in Ukraine. It promotes development of Ukrainian e-commerce, which is also in line with global trends. Therefore, doing business on the Internet requires attention in terms of online store management and application of marketing technologies for e-commerce retailers, branding in particular. However, the coverage of the issue of brand-oriented Internet projects management is currently fragmentary and insufficient. Scientists have revealed only some aspects that do not reflect the specifics of the online store brand creation and development. The above actualizes the chosen topic of the dissertation research and the need for it theoretical addition, as well as the development of scientific and methodological approaches to improve the practical implementation of brand management in the Ukraine Internet network. The content, significance and role of the brand at enterprises operation in general and for retail e-commerce enterprises in particular are determined in the work. The definition of the "retail e-commerce enterprise brand" is formed - it is a brand of an enterprise that partially or completely operates through an online store, therefore one of its mandatory attributes is the web address of the online store. Theoretical approaches to distinguish between "online store" and "e-commerce enterprise" concepts are improved: online store is an online tool or place based on a specific site, which at least allows to provide information about products and services of the seller, his contact information and/or opportunity to contact him; e-commerce retail enterprise is the one that partially or completely operates through an online store. Along with this, the concept of branding is researched and the definition of corporate internet branding is defined. The classification of brands is expanded by features related to the online environment, and the classification of online stores is supplemented by brand-oriented classification features, thus reflecting the interconnection of these concepts and the need for their symbiosis. The state and development trends of the e-commerce retail market in the world and in Ukraine are described. Despite certain problems that hinder Ukrainian digitalization, the prospects of e-commerce development and the importance of the brand in it have been established. The variety of creation and development of the Internet projects (work exclusively online or omnichannel, multi-brand or mono-brand strategies, a classic online store or marketplace) were revealed. Based on a survey of online buyers and the theoretical information what was analyzed the factors of formation and development of the e-commerce enterprise brand are determined and systematized. Based on the survey results of Ukraine online stores representatives, the state and problems of brand management implementation on the Internet were diagnosed. In order to improve the current situation with scientific coverage of BM in the online environment and its practical implementation, a system of brand-oriented marketing management functions for e-commerce enterprises is formed. This system is the basis of the proposed functional model of brand-oriented marketing management for e-commerce enterprises. To ensure the effective practical application of the model, a set of methodological recommendations are developed. They include the principles of online store brand management and a brand strategies portfolio. Within the individual functions of the model, additional brand-oriented micro segmentation criteria and the algorithm for developing the positioning of online store brands are proposed. A system of indicators for assessing the effectiveness of online store brand management and methodological approaches to determining each of the assets that reflect the specifics of the online brand functioning are proposed. Theoretical provisions and practical recommendations for

the e-commerce enterprise brand management developed by the author were approbated based on the materials of online stores «Antoshka», «Poznavalka» and «Mr. Wallet».

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. Бондаренко Олена Сергіївна
2. Bondarenko Olena Sergiivna

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. Зборовська Ольга Михайлівна
2. Zborovska Olha Mykhailivna

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. Капінус Лариса Василівна
2. Kapinus Larysa Vasylivna

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 Мазаракі Анатолій Антонович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Мазаракі Анатолій Антонович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.