Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0517U000693

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 25-10-2017

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Зайцев Юрій Олександрович
2. Zaytsev Yurii Oleksandrovych

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор 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: 28-09-2017

Спеціальність за освітою: 7.050106

Місце роботи здобувача: Центральна об'єднана Державна податкова інспекція м. Харкова Головного управління Державної фіскальної служби України в Харківській області

Код за ЄДРПОУ: 39859805

Місцезнаходження: 61166, м. Харків, пр. Науки, 9

Форма власності:

Сфера управління: Державна фінансова інспекція України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 64.832.02

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Код за ЄДРПОУ: 00493741

Місцезнаходження: вул. Алчевських (Артема), 44, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61002, 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: Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Код за ЄДРПОУ: 00493741

Місцезнаходження: 61002, м. Харків, 2, вул. Алчевських (Артема), 44

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство аграрної політики України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.71.07

Тема дисертації:

1. Маркетингово-збутові стратегії аграрних підприємств: теорія, методологія, практика

2. Marketing and Sales Strategies of Agricultural Enterprises: The Theory, Methodology, Practice

Реферат/анотація:

1. Дисертацію присвячено розробці теоретико-методологічних положень і практичних рекомендацій з генерування та імплементації маркетингово-збутових стратегій аграрних підприємств. В дослідженні впорядковано понятійно-категоріальний апарат досліджень маркетингу та збуту продукції аграрних підприємств. Обґрунтовано принципи побудови механізмів стратегічного управління маркетингово-збутової діяльності аграрних підприємств. Вивчено генезис та обґрунтовано наукові підходи щодо типології систем управління маркетингово-збутовою діяльністю аграрних підприємств. Визначено критерії ідентифікації та систематизації маркетингово-збутових стратегій аграрних підприємств. Обґрунтовано методологічні засади оцінки конкурентних та кон'юнктурних факторів здійснення маркетингово-збутової діяльності аграрних підприємств. Окреслено методичні підходи щодо оцінки раціональності, результативності та ефективності

маркетингово-збутових стратегій. Визначено функціональне навантаження та організаційні засади здійснення процесу стратегічного управління маркетингово-збутовою діяльністю аграрних підприємств. Ідентифіковано структурні особливості систем стратегічного управління маркетингово-збутовою діяльністю. Виконано оцінку комерційного потенціалу аграрних підприємств в умовах їх маркетингового середовища. Обґрунтовано методичні підходи щодо оцінки стратегічних альтернатив при розробці та імплементації стратегій маркетингу та збуту продукції аграрних підприємств. Ідентифіковано напрями розвитку маркетингово-збутової діяльності аграрних підприємств та розробити організаційно-економічний інструментарій їх реалізації. Обґрунтовано інтеграційні стратегії підвищення ефективності маркетингово-збутової діяльності аграрних підприємств. В дисертації виконано ідентифікацію структурних особливостей систем стратегічного управління маркетингово-збутовою діяльністю шляхом інтеграції інструментів здійснення та обслуговування маркетингових заходів в процесі здійснення збутових процедур, що дозволяє дотримуватися гнучкості системи збутової діяльності аграрного підприємства з огляду на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Доведено системний характер впливу конкурентних та кон'юнктурних факторів здійснення маркетингово-збутової діяльності аграрних підприємств на основі формалізації методичних підходів щодо оцінки ефективності функціонування маркетингових каналів просування та комерційних каналів ринкового розподілу продукції, а також співставлення вказаних оцінок з результатами ідентифікації збутових можливостей підприємства. Обґрунтовано концепцію побудови організаційно-економічного механізму управління маркетингово-збутовою діяльністю аграрних підприємств, в основі якої лежить виділення стратегій розвитку та стратегій адаптації, а також ситуативне поєднання інструментарію прийняття рішень щодо вибору та деталізації стратегічних рішень в залежності від результатів оцінки стану та тенденцій цільових ринків у співставленні з оцінками виробничого та комерційного потенціалу підприємства. Наукове значення результатів дослідження полягає в отриманні нового вирішення проблеми генерування та імплементації стратегій управління маркетингом і збутом продукції аграрних підприємств на цільових ринках, спрямованих на зміцнення ринкових позицій підприємств-виробників і підвищення економічної ефективності їх основної діяльності.

2. The dissertation is devoted to the development of theoretical and methodological provisions and practical recommendations for the generation and implementation of marketing and marketing strategies of agrarian enterprises. The research has arranged a conceptual-categorical apparatus for marketing research and marketing of agrarian enterprises. The principles of construction of mechanisms of strategic management of marketing and sales activity of agrarian enterprises are substantiated. The genesis and scientific approaches to the typology of management systems of marketing and sales activity of agrarian enterprises are substantiated. The criteria of identification and systematization of marketing and marketing strategies of agrarian enterprises are determined. The methodological principles of estimation of competitive and opportunistic factors of marketing and sales activity of agrarian enterprises are substantiated. The methodical approaches to assessing the rationality, efficiency and effectiveness of marketing and marketing strategies are outlined. The functional load and organizational principles of the strategic management of marketing and sales activity of agrarian enterprises are determined. Structural features of systems of strategic management of marketing and sales activity are identified. The estimation of commercial potential of agrarian enterprises in conditions of their marketing environment is fulfilled. The methodical approaches for the estimation of strategic alternatives in the development and implementation of marketing and marketing strategies of agrarian enterprises are substantiated. Areas of development of marketing and sales activities of agrarian enterprises have been identified and organizational and economic tools are being developed for their implementation. The integration strategies of increasing the efficiency of marketing and sales activities of agrarian enterprises are substantiated. In the dissertation the identification of the structural features of the systems of strategic management of marketing and sales activity is accomplished through the integration of tools for the implementation and maintenance of marketing measures in the process of sales procedures implementation, which allows for flexibility in the system of sales activity of the agrarian enterprise in view of changes in the external and internal environment. The systematic nature of the influence of competitive and market factors on the marketing and sales activities of agrarian enterprises on the

basis of formalization of methodological approaches to assess the effectiveness of the functioning of marketing channels of promotion and commercial channels of market distribution of products is proved, as well as comparison of these estimates with the results of identification of sales opportunities of the enterprise. The concept of construction of the organizational and economic mechanism of management of marketing and sales activity of agrarian enterprises based on the allocation of development strategies and adaptation strategies, as well as the situational combination of decision making tools on the choice and detailing of strategic decisions depending on the results of the assessment of the state and trends of the target markets in comparing the estimates of the production and commercial potential of the enterprise. The scientific significance of the results of the research is to obtain a new solution to the problem of generating and implementing marketing and sales marketing strategies for agricultural enterprises in target markets aimed at strengthening the market positions of manufacturing enterprises and increasing the economic efficiency of their core business.

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. Амосов Олег Юрійович
2. Amosov Oleh Yurijovych

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.04, 08.09.02

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. Малік Микола Йосипович

2. Малік Микола Йосипович

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.04, 08.07.02

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. Яців Ігор Богданович

2. Яців Ігор Богданович

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.04, 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. Данько Юрій Іванович

2. Данько Юрій Іванович

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.04, 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 Маренич Тетяна Григорівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Маренич Тетяна Григорівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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