Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0421U102708

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 01-06-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гайдар Аліна Анатоліївна
2. Haidar Alina A.

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 08.00.06

Назва наукової спеціальності: Економіка природокористування та охорони навколишнього середовища

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 12-05-2021

Спеціальність за освітою: Технології в ресторанному господарстві

Місце роботи здобувача:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 26.371.02

Повне найменування юридичної особи: Інститут агроекології і природокористування Національної академії аграрних наук України

Код за ЄДРПОУ: 13722479

Місцезнаходження: вул. Метрологічна, буд. 12, м. Київ, 03143, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Національна академія аграрних наук України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Інститут агроекології і природокористування Національної академії аграрних наук України

Код за ЄДРПОУ: 13722479

Місцезнаходження: вул. Метрологічна, буд. 12, м. Київ, 03143, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Національна академія аграрних наук України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.71.63, 06.71.07

Тема дисертації:

1. Екологічний маркетинг біотехнологічного виробництва у сільському господарстві
2. Ecological marketing of biotechnological production in agriculture

Реферат/анотація:

1. У дисертаційній роботі наведено теоретичні основи та практичні положення щодо розвитку екологічного маркетингу в біотехнологічному виробництві сільського господарства. З'ясовано сутність і зміст екологічного маркетингу в біотехнологічному виробництві, визначено головні чинники розвитку біотехнологій у світовій площині, систематизовано екологічні потреби споживачів продукції біотехнологічного виробництва залежно від форм господарювання, запропонована сутнісно-змістовна основа поняття екологічний маркетинг з позиції управлінської функції, визначено поняття екологічної справедливості як взаємозв'язок між соціальною та екологічною складовою та екологічної ефективності як зодоволення потреби людини і підвищення якості життя, одночасно скорочуючи вплив на навколишнє природне середовище та ресурсомісткість протягом всього життєвого циклу товару, охарактеризовано процес становлення екологічних потреб у біотехнологічному виробництві та здійснена їх кваліфікація в

залежності від форм господарювання споживачів біотехнологічної продукції, обґрунтована система впливу приросту споживання біопрепаратів на стан агроекосистем. Визначено особливості розвитку екологічного маркетингу в умовах біотехнологічного виробництва та запропоновано структурно-логічну схему розвитку екологічного маркетингу в біотехнологічному виробництві сільського господарства, що описує причинно-наслідковий зв'язок між чотирма маркетинговими підсистемами та визначені ключові переваги біопрепаратів з точки екологічного маркетингу, охарактеризовано поняття «Greenwashing» та висвітлено характерні ознаки суб'єктів господарювання, що використовують дані технології. Охарактеризовано методичний інструментарій екологічного маркетингу та його значення в біотехнологічному виробництві та висвітлена характеристика напрямків екологічного маркетингу в біотехнологічному виробництві і визначено його функції, обґрунтована система функціонування інструментарію екологічного маркетингу та охарактеризовано методи маркетингових досліджень в даній галузі, визначені їх переваги та недоліки, також розроблено системний підхід інформаційної платформи вторинних даних у біотехнологічному виробництві, що ґрунтується на взаємозв'язку між трьома рівнями (бізнес, держава, суспільство) в інформаційному забезпеченні функціонування екологічного маркетингу на підприємствах біотехнологічного напрямку в контексті даних для проведення маркетингових досліджень: B2G (бізнес та держава), B2B (бізнес та інші суб'єкти господарювання), B2C (бізнес та споживачі), охарактеризовано засоби маркетингових комунікацій в біотехнологічному виробництві та розроблена відповідна модель комунікаційної системи, запропонована модель розвитку екологічного маркетингу в біотехнологічному виробництві на основі комплексу маркетингу «5P», що задовольняє інтереси всіх сторін – від виробника та постачальника біотехнологічної продукції до кінцевого споживача, з забезпеченням взаємозв'язку між собою, оскільки один елемент впливає на інший. Проаналізовано алгоритм застосування маркетингового digital інструментарію в біотехнологічному виробництві та виокремлено особливості застосування такого інструментарію в залежності від форм господарювання підприємств-споживачів та систематизовано інструменти розповсюдження результатів дослідження в залежності від форм власності, визначено етапи використання таргетованої реклами для біотехнологічних підприємств та охарактеризовано її цілі, висвітлено показники ефективності SEO та пошукової контекстної реклами компанії виробника біопрепаратів, а також показники ефективності роботи маркетплейсу в компанії виробника біопрепаратів, здійснена порівняльна ефективність кількості продажів біопрепаратів між offline та on-line інструментами.

2. The dissertation presents the theoretical foundations and practical provisions for the development of environmental marketing in biotechnological production of agriculture. The essence and content of ecological marketing in biotechnological production are clarified, the main factors of development of biotechnologies in the world are defined, ecological needs of consumers of products of biotechnological production depending on forms of management are systematized, the essentialsubstantive basis of the concept of ecological marketing is offered. as the relationship between the social and environmental component and environmental efficiency as meeting human needs and improving quality of life, while reducing the impact on the environment and resource consumption throughout the life cycle of the product, characterized the process of environmental needs in biotechnological production and their qualification depending from forms of management of consumers of biotechnological products, the system of influence of growth of consumption of biologicals on a condition of agroecosystems is proved. The peculiarities of ecological marketing development in the conditions of biotechnological production are determined and the structural-logical scheme of ecological marketing development in biotechnological production of agriculture is offered, which describes the causal relationship between four marketing subsystems and the key advantages of biological products from the point of view of ecological marketing are defined. »And highlighted the characteristics of businesses that use these technologies. The methodical tools of ecological marketing and its value in biotechnological production are characterized and the characteristic of directions of ecological marketing in biotechnological production is covered and its functions are defined, the system of functioning of tools of ecological marketing is substantiated. information platform of secondary data in biotechnological production, based on the relationship between three levels (business, state, society) in information support of environmental marketing in biotechnological enterprises in the context of data

for marketing research: B2G (business and state), B2B (business and other business entities), B2C (business and consumers), the means of marketing communications in biotechnological production are characterized and the corresponding model of communication is developed The proposed model for the development of environmental marketing in biotechnology production based on the marketing complex "5P", which satisfies the interests of all parties - from producer and supplier of biotechnological products to the end consumer, ensuring interconnection, as one element affects another. The algorithm of application of marketing digital tools in biotechnological production is analyzed and features of application of such tools depending on forms of management of the enterprises-consumers are allocated and tools of distribution of results of research depending on patterns of ownership are systematized, stages of use of targeted advertising for biotechnological enterprises efficiency of SEO and search contextual advertising of the company of the manufacturer of biologicals, and also indicators of efficiency of work of a marketplace in the company of the producer of biologicals, comparative efficiency of quantity of sales of biologicals between off-line and on-line tools is carried out.

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. Дем'янюк Олена Сергіївна
2. Demyanyuk Olena Serhiyivna

Кваліфікація: д. с.-г. н., 03.00.16

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. Ращенко Анастасія Вікторівна

2. Rashchenko Anastasiia Viktorivna

Кваліфікація: к. е. н., 08.00.06

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. Москаленко Анатолій Михайлович

2. Moskalenko Anatolii M.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.06

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 Шершун Микола Харитонович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Шершун Микола Харитонович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.