

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0414U005213

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 17-11-2014

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Сигида Любов Олексіївна

2. Syhyda Liubov Oleksiivna

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: 21-10-2014

Спеціальність за освітою: 8.03050701

Місце роботи здобувача: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: 40007, м. Суми, вул. Римського-Корсакова 2

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 55.051.01

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Римського-Корсакова 2, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40007, 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: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: 40007, м. Суми, вул. Римського-Корсакова 2

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.81

Тема дисертації:

1. Обґрунтування вибору маркетингових каналів для розподілу інноваційної продукції промислових підприємств
2. The justification of marketing channels' choice for innovative products distribution at industrial enterprises

Реферат:

1. Об'єкт дослідження: процеси вибору маркетингових каналів у системі розподілу інноваційної продукції промислових підприємств. Мета дослідження: розроблення теоретичних та науково-методичних засад щодо обґрунтування вибору маркетингових каналів для розподілу інноваційної продукції промислових підприємств. Методи дослідження та апаратура: порівняльний і статистичний аналіз; системний підхід; метод логічного узагальнення; системно-структурний та логічний аналіз; факторний аналіз; економіко-математичний аналіз; метод експертних оцінок. Теоретичні та практичні результати: результатами є методичні розробки, практичні рекомендації, які сприяють підвищенню ефективності розподілу інноваційної продукції промислових підприємств на основі обґрунтованого вибору маркетингових каналів. Новизна: розроблено науково-методичний підхід до поетапного вибору маркетингових каналів для розподілу інноваційної продукції промислових підприємств за результатами діагностики маркетингової політики розподілу та оцінки існуючих каналів, що базується на розрахунку інтегральних показників їх економічного й

маркетингового станів, та визначенні рівня придатності маркетингових каналів до розподілу інноваційної продукції; удосконалено методичний інструментарій оцінки маркетингових каналів підприємства, який на відміну від існуючих базується на дослідженні їх економічного й маркетингового станів, що дозволяє більш повно і точно оцінити стан існуючих каналів; удосконалено методичний підхід до діагностики маркетингової політики розподілу підприємства, що передбачає визначення стримуючих та активізуючих факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ; дістало подальшого розвитку визначення поняття "маркетинговий канал інноваційної продукції"; дістали подальшого розвитку концептуальні засади управління маркетинговими каналами, що на відміну від існуючих передбачають визначення маркетингових стратегій відповідно до обраного виду каналу на матриці "економічний стан-маркетинговий стан" та уточнення управлінських дій в їх межах; дістав подальшого розвитку підхід до здійснення перевірки маркетингових каналів, який на відміну від існуючих забезпечує їх відповідність рівню новизни продукції, ґрунтується на системі критеріїв та дозволяє обґрунтовано визначати придатність маркетингових каналів до розподілу інноваційної продукції. Ступінь впровадження: розробки та практичні рекомендації впроваджено в діяльність: ТОВ "Білопільський машинобудівний завод", ПКВП "Терра", ТОВ "Сумський машинобудівний завод", ТОВ "Варіант-Гермотехніка", у навчальний процес Сумського державного університету. Сфера (галузь) використання: економіка та управління підприємствами.

2. The object of the scientific research: process of marketing channels' choice in the distribution system of innovative products at industrial enterprises. The purpose of the scientific research: development of theoretical and scientific-methodical bases of substantiation choice of marketing channels for innovative products distribution at industrial enterprises. Research methods and apparatus: comparative and statistical analysis; system approach; method of logical generalization; systematic-structural and logical analysis; factor analysis; mathematical analysis; method of expert evaluations. Theoretical and practical results: results are methodical and practical recommendations that help to improve efficiency of innovative products' distribution at industrial enterprises on the basis of marketing channels' justified choice. Novelty: new scientific and methodical approach to the stages formation of the choice of marketing channels for innovative products' distribution based on results of marketing distribution policy comprehensive diagnostic, marketing channels evaluation, which is based on calculation of the integrated indicators of their economic / marketing state, and definition of marketing channels' reasonably suitability to innovative products' distribution is designed; methodical approach to marketing channels evaluation, which in contrast to existing is based on calculation of the integrated indicators of their economic / marketing state and allows to estimate state of the existing channels more fully and precisely is advanced; methodical approach to enterprise's marketing distribution policy comprehensive diagnostic, which defines constraining and making active factors of its internal and external environment, is advanced; concept of the definition "marketing channel of innovative products" has got further development; conceptual bases of marketing channel management which in contrast to existing provide a definition of marketing strategies and specification of management actions within them according to channel's position on the "economic state-marketing state" matrix have got further development; approach of marketing channels' checking which in contrast to existing provides their conformity to specifics of innovative products, bases on system of criterias and allows to define reasonably suitability of marketing channels to innovative products' distribution has got further development. Degree of implementation: development and practical recommendations were put into practice: "Bilopillia machine-building plant" Ltd, PSPE "Terra", "Sumy engineering works" Ltd, "Variant-Germotechnika" Ltd, in scholastic educational process of Sumy State University. The sphere of the use: Economy and Management of the 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. Біловодська Олена Анатоліївна

2. Bilovodska Olena Anatoliivna

Кваліфікація: к.е.н., 08.02.02

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. Карпенко Наталія Володимирівна

2. Карпенко Наталія Володимирівна

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. Пилипчук Володимир Петрович
2. Пилипчук Володимир Петрович

Кваліфікація: к.е.н., 08.00.05

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**

Ілляшенко Сергій Миколайович

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні**

Ілляшенко Сергій Миколайович

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Реєстратор

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**



Юрченко Т.А.