Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0405U002084

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 30-05-2005

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лідовський Юрій Анатолійович
2. Lidovsky YuriY Anatoljevich

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 08.03.02

Назва наукової спеціальності: Економіко-математичне моделювання

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 19-05-2005

Спеціальність за освітою: 7.050108

Місце роботи здобувача: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: 61166, м. Харків, проспект Науки, 9 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): К 64.055.02

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: 61166, м. Харків, проспект Науки, 9 а

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.35.51

Тема дисертації:

1. Моделювання маркетингової стратегії підприємства (на прикладі продукції виробничо-технічного призначення)

2. Modelling of marketing strategy of an enterprise (by the example of products of production and technical purpose)

Реферат/анотація:

1. Об'єктом дослідження в роботі є процес маркетингової діяльності підприємства на ринках продукції виробничо-технічного призначення. Мета роботи полягає у розробці комплексу економіко-математичних моделей обґрунтування і вибору маркетингової стратегії підприємства на ринках продукції виробничо-технічного призначення. Методи дослідження. У дисертаційній роботі використовувалися такі методи емпіричного і теоретичного дослідження: системний підхід для побудови концепції стратегічного маркетингу; логічний аналіз для уточнення понятійного апарату; статистичні методи моделювання (кластерний і дискримінантний аналіз) – для моделювання сегментів ринку споживачів і позиціонування продукції виробничо-технічного призначення. Теоретичний результат розроблених у дисертації нових наукових положень і методичних рекомендацій полягає в тому, що вони дозволяють вирішити науково-

практичну задачу розробки теоретичних засад і практичних рекомендацій з моделювання маркетингової стратегії підприємства. Практичний результат наукових положень, розроблених у роботі, полягає в тому, що вони втілені в конкретні методики і пропозиції з моделювання маркетингової стратегії підприємства. Наукова новизна отриманих результатів полягає в такому: вперше: визначено концептуальну модель і теоретичні основи вибору маркетингової стратегії підприємства, що містять у собі модель оцінки ситуації на ринку і комплекс економіко-математичних моделей, сегментування споживачів і позиціонування продукції, що забезпечує за допомогою моделі вибору заходів комплексу маркетингу-мікс успішне просування продукції виробничо-технічного призначення на товарних ринках; одержали подальший розвиток: комплекс економіко-математичних моделей сегментування ринку споживачів продукції виробничо-технічного призначення на основі сформульованих принципів і вимог, що забезпечує обґрунтування визначення потреби і можливостей споживачів; комплекс економіко-математичних моделей позиціонування продукції виробничо-технічного призначення на основі сформульованих принципів і вимог, щозабезпечує можливість ідентифікації продукції підприємства; структурно-логічна модель оцінки ситуації на ринку продукції виробничо-технічного призначення, що дозволяє позиціонувати продукцію в відповідних їй сегментах ринку, а також забезпечує їх синтез; модель вибору заходів комплексу маркетингу-мікс для просування продукції виробничо-технічного призначення в цільових сегментах ринку, уточнено: сутність понять: «маркетингова стратегія», «сегментація», «позиціонування» і «цільовий ринок», виходячи зі структурно-логічного підходу, що забезпечує цілісність процесу вибору маркетингової стратегії підприємства.

2. The object of research in job is process of marketing activity of the enterprise in the markets of production of technological appointment. The purpose of job consists in development of a complex of economic-mathematical models a substantiation and choice of marketing strategy of the enterprise in the markets of production of technological purpose(appointment). Research receptions. In the work to job such methods of empirical and theoretical research were used: the system approach for construction of the concept of strategic marketing; the logic analysis for specification of the conceptual device; statistical methods of modeling - for modeling segments of the market of the consumers and positioning of production of technological appointment. The theoretical result of the new scientific rules, situations, developed in the dissertation, and methodical recommendations is, that they permit to solve a scientific - practical task of development of theoretical bases and practical recommendations from modelingmarketing strategy of the enterprise. The practical result of scientific rules, situations developed in job, is, that they are embodied in concrete techniques and offers on modeling marketing strategy of the enterprise. The scientific novelty of the received results consists in such: for the first time: the conceptual model and theoretical bases of a choice of marketing strategy of the enterprise is determined which comprise model of an estimation of a situation in the market and complex of economic-mathematical models, segmentation of the consumers and positioning of production, which provides with the help of model of a choice of measures of a complex to marketing - mix successful progress of production of technological appointment in the commodity markets; Have received the further development: the complex of economic-mathematical models of segmentation of the market of the consumers of production of technological appointment on the basis of the formulated principles and requirements, which provides a substantiation of definition of need and opportunities of the consumers; a complex of economic-mathematical models of positioning of production of technological appointment on the basis of the formulated principles and requirements, which provides an opportunity of identification of production of the enterprise; structural - logic model of an estimation of a situation in the market of production of technological appointment, which permits positioning production in the segments, appropriate to her, of the market, and also provides their synthesis; the model of a choice of measures of a complex to marketing - mix for progress of production of technological appointment in target segments of the market, is specified: essence of concepts: " Marketing strategy ", "segmentation", "positioning" and " the target market ", leaving with the structural - logic approach, which provides integrity of process of a choice of marketing strategy of the enterprise.

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. Кизим Микола Олександрович

2. Kizim Mikola Olexsandrovich, Doctor of economic sciences, professor, 08.03.02

Кваліфікація: д.е.н., 08.03.02

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. Клебанова Тамара Семенівна

2. Клебанова Тамара Семенівна

Кваліфікація: д.е.н., 08.03.02

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. Іванов Сергій Миколайович

2. Іванов Сергій Миколайович

Кваліфікація: к.е.н., 08.03.02

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 Гриньова В.М.

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Гриньова В.М.

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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