Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0410U001069

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 18-01-2010

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Пипенко Ірина Сергіївна

2. Pipenko Irina Sergeevna

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: 18-12-2009

Спеціальність за освітою: 7.050201

Місце роботи здобувача: Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Код за ЄДРПОУ: 02071168

Місцезнаходження: вул. Ярослава Мудрого, 25, м. Харків, 61002

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 64.820.05

Повне найменування юридичної особи: Український державний університет залізничного транспорту

Код за ЄДРПОУ: 01116472

Місцезнаходження: майдан Фейєрбаха,7, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61050, 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 автомобільно-дорожній університет

Код за ЄДРПОУ: 02071168

Місцезнаходження: вул. Ярослава Мудрого, 25, м. Харків, 61002

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. Управління маркетинговими можливостями автотранспортного підприємства

2. Management of the marketing possibilities of the automobile enterprise

Реферат/анотація:

1. Об'єкт дослідження - процес формування та використання маркетингових можливостей автотранспортного підприємства.Мета - поглиблення теоретичних основ і розробка методичних та практичних рекомендацій з управління маркетинговими можливостями автотранспортного підприємства.Методи - структурно-лінгвістичний та етимологічний аналіз; системний підхід; методи узагальнення, спостереження, порівняння, абстрагування, формалізації; методи структурного моделювання IDEF0; декомпозиції; Парето; поступок; вибіркового спостереження; анкетне опитування; матричний метод; апарат математичної теорії ігор.Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що їх реалізація дозволить підприємствам автомобільного транспорту здійснити оцінку маркетингових можливостей, виявити стан взаємодії із суб'єктами середовища безпосереднього оточення; сформувати стратегії використання маркетингових можливостей. Ступінь впровадження - основні методичні та прикладні

результати дисертації впроваджено у практичну діяльність автотранспортних підприємств України. Низку запропонованих положень дисертації було використано у навчальному процесі Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. Наукова новизна отриманих результатів - запропоновано методичний підхід до визначення маркетингових можливостей підприємства, який ґрунтується на максимізації відповідності вимог суб'єктів середовища безпосереднього оточення та пропозиції АТП за рахунок циклічного перерозподілу використання певних зусиль згідно елементів комплексу маркетингу; удосконалено класифікацію об'єктів системи маркетингових досліджень підприємства, яка побудована за ознакою сукупності сил та факторів, що діють за межами підприємства і впливають на його функціонування, та, на відміну від існуючих, розглядає ринок як сукупність відносин підприємства із кожною складовою його маркетингового середовища; поняття "маркетингові можливості підприємства", яке, на відміну від існуючих, визначає, що їх виникнення зумовлено процесом взаємодії підприємства із усіма можливими суб'єктами середовища безпосереднього оточення; модель процесу формування маркетингових можливостей підприємства як об'єкту управління, що розкриває порядок і зміст взаємодії АТП із суб'єктами середовища безпосереднього оточення згідно елементів комплексу маркетингу сфери послуг на основі процесного підходу з використанням методології структурного аналізу IDEF0; дістало подальший розвиток система управління маркетинговими можливостями підприємства на підставі виділення цілеспрямованого контуру з формування та використання маркетингових можливостей підприємства в цілому та обґрунтування типових робіт щодо забезпечення ефективної його взаємодії із суб'єктами середовища безпосереднього оточення; класифікація станів взаємодії підприємства із суб'єктами середовища безпосереднього оточення за ознаками - наявність маркетингових можливостей підприємства, що ґрунтується на його пропозиції, і ступінь задоволення вимог суб'єктів; науково-методичні рекомендації з формування стратегій використання маркетингових можливостей підприємства, які передбачають порядок визначення спроможності переходу взаємодіючих сторін у бажаний стан, реалізацію розроблених типових стратегій та встановлення їх оптимальних параметрів на основі інструментарію математичної теорії ігор.Галузь використання - діяльність автомобільного транспорту.

2. The research object is a process of forming and use of marketing possibilities of motor transport enterprise. The purpose is deepening of theoretical bases development of methodical and practical recommendations from the management of motor transport enterprise marketing possibilities.Methods - structurally linguistic and etymologic analysis; approach of the systems; methods of generalization, supervision, comparison, abstracting, formalization; methods of structural design of IDEF0; decoupling; Pareto; concessions; selective supervision; questionnaire questioning; matrix method; vehicle of mathematical game theory.The practical value of the got results consists in that their realization will allow to the enterprises of motor transport to carry out the estimation of marketing possibilities, find out the state of co-operating with the subjects of environment of direct surroundings; to form strategies of the use of marketing possibilities.Degree of introduction - the basic methodical and applied results of dissertation are inculcated in practical activity of motor transport enterprises of Ukraine. The row of the offered positions of dissertation was used in an educational process Kharkov national motor-car-road to the university. Scientific novelty of the got results - the methodical going is offered near determination of marketing possibilities of enterprise, which is based on maximization of accordance of requirements of subjects of environment of direct surroundings and suggestion of ATP due to the cyclic redistribution of the use of certain efforts in obedience to the elements of marketing complex; classification of objects of the system of marketing researches of enterprise, which is built on the sign of aggregate of forces and factors which operate outside an enterprise and influence on his functioning is improved, and, unlike existing, examines a market as aggregate of relations of enterprise with every constituent him marketing environment; concept "marketing possibilities of enterprise", which, unlike existing, determines that their origin predefined by the process of co-operation of enterprise with all possible subjects of environment of direct surroundings; model of process of forming of marketing possibilities of enterprise as to the object of management which exposes an order and maintenance of co-operation of ATP with the subjects of environment of direct surroundings in obedience to the elements of complex of marketing of sphere of services on the basis of process approach with the use of methodology of

structural analysis of IDEF0; got subsequent development control system by marketing possibilities of enterprise on the basis of selection purposeful to the contour from forming and use of marketing possibilities of enterprise on the whole and ground of typical works in relation to providing of his effective co-operating with the subjects of environment of direct surroundings; lassification of the states of co-operation of enterprise with the subjects of environment of direct surroundings after signs is a presence of marketing possibilities of enterprise, which is founded on his suggestions, and degree of satisfaction of requirements of subjects; scientifically methodical recommendations from forming of strategies of the use of marketing possibilities of enterprise, which foresee the order of determination of possibility of transition of interactive sides in the desired state, realization of the developed typical strategies and establishment of them optimum parameters on the basis of tool of mathematical game theory.Industry of the use is activity of motor transport.

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. Криворучко Оксана Миколаївна
2. Kryvoruchko Oksana Nikolaevna

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

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Українська Лариса Олегівна

2. Українська Лариса Олегівна

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.01

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. Омельянович Олексій Романович

2. Омельянович Олексій Романович

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 Дикань Володимир Леонідович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Дикань Володимир Леонідович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.