Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0421U103204

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 11-06-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Шуміло Яна Миколаївна

2. Shumilo Yana M.

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: 13-05-2021

Спеціальність за освітою: Системний аналіз; Системи і методи прийняття рішень

Місце роботи здобувача: Інститут економіки промисловості Національної академії наук України

Код за ЄДРПОУ: 05420557

Місцезнаходження: вул. Марії Капніст, буд. 2, м. Київ, 03057, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Національна академія наук України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 11.151.01

Повне найменування юридичної особи: Інститут економіки промисловості Національної академії наук України

Код за ЄДРПОУ: 05420557

Місцезнаходження: вул. Марії Капніст, буд. 2, м. Київ, 03057, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Національна академія наук України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Інститут економіки промисловості Національної академії наук України

Код за ЄДРПОУ: 05420557

Місцезнаходження: вул. Марії Капніст, буд. 2, м. Київ, 03057, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Національна академія наук України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.81

Тема дисертації:

1. Рефлексивне управління поведінкою споживачів у маркетинговій діяльності підприємств

2. Reflexive management of herd behavior of consumers at the marketing activities of enterprises

Реферат/анотація:

1. Дисертацію присвячено вирішенню актуального наукового завдання розроблення концептуальних положень механізму рефлексивного управління поведінкою споживачів у маркетинговій діяльності підприємств. Метою дисертаційної роботи є дослідження, обґрунтування та розроблення концептуальних положень рефлексивного управління поведінкою споживачів у маркетинговій діяльності підприємств, а також формування методичних рекомендацій щодо їх практичної реалізації. Об'єктом дослідження є процеси управління поведінкою споживачів у маркетинговій діяльності підприємств. Предмет дослідження методи та моделі рефлексивного управління поведінкою споживачів у маркетинговій діяльності підприємств. У роботі досліджено методичні підходи та запропоновано концептуальні положення механізму рефлексивного управління поведінкою споживачів у маркетинговій діяльності підприємств, які передбачають виявлення рефлексивних складових поведінки споживачів у процесі прийняття рішення про

придбання продуктів, формування та реалізацію рефлексивних керуючих впливів. Розроблено метод виявлення рефлексивних складових поведінки споживачів у маркетинговій діяльності підприємств, зокрема чинників, що впливають на ймовірність прояву споживачем наслідування у процесі прийняття рішення про придбання продуктів, в основу якого покладено висновки нейробіологічних досліджень В. Ключарьова й удосконалений метод багатофакторного дослідження особистості Р. Кеттелла. Здійснено формалізацію ключових рефлексивних складових і наведено послідовність етапів реалізації механізму рефлексивного управління поведінкою споживачів у маркетинговій діяльності підприємств. Розроблено інформаційну модель рефлексивного управління поведінкою споживачів у маркетинговій діяльності підприємств. На основі інформаційної моделі запропоновано організаційне забезпечення відповідного механізму, що уможливить мінімізацію витрат на впровадження концепції в маркетингову діяльність підприємств. Здійснено оцінку економічної ефективності практичного впровадження концептуальних положень. Реалізація запропонованого механізму рефлексивного управління поведінкою споживачів у маркетинговій діяльності дозволить посилити конкурентні позиції та збільшити обсяги продажів продуктів підприємства за рахунок підвищення попиту на них. Ключові слова: поведінка споживачів, рефлексивне управління, маркетингова діяльність, прийняття рішень, підприємство.

2. The dissertation is devoted to research and solution of the actual scientific problem of reflexive management of consumer behavior in marketing activity of enterprises. The purpose of the dissertation is to study, substantiate and develop conceptual provisions for reflective management of consumer behavior in the marketing activities of enterprises, as well as the formation of guidelines for their practical implementation. The object of research is the processes of managing consumer behavior in the marketing activities of enterprises. The subject of research - methods and models of reflective management of consumer behavior in the marketing activities of enterprises. The methodical approaches to the management of consumer behavior in the marketing activities of enterprises are investigated in the work. Conceptual provisions of the mechanism of reflexive management of consumer behavior in marketing activity of the enterprises are developed. Conceptual provisions of the mechanism of reflexive management of consumer behavior in marketing activities of enterprises involve identifying reflective components of consumer behavior in the decision to purchase products, including the tendency to imitate potential consumers and the formation of effective reflective control influences affecting consumer awareness and time assessment. on the decision to purchase products, and as a consequence affect the decision-making process on the purchase of products, the implementation of which will increase sales and increase the competitive position of enterprises by increasing demand for products. A method was proposed for identifying reflexive components of consumer behavior, in particular those that affect the likelihood of a consumer displaying imitation in the process of making a decision to purchase a product, based on the method of grouping the characteristics of consumer behavior on the basis of neurobiological studies of V. Klyucharev and an improved R. Kettel's method of multifactorial study of the personality. The formalization of key reflexive components and the sequence of stages of realization of conceptual provisions of the mechanism of reflexive management of consumer behavior in marketing activity of the enterprises are resulted. The information model of reflexive management of consumer behavior in marketing activity of enterprises is presented. Peculiarities of realization of the mechanism of reflexive management of behavior of consumers in marketing activity of the enterprises are considered. The introduction of the proposed conceptual provisions of the mechanism of reflexive management of consumer behavior in the marketing activities of enterprises will increase sales and increase the competitive position of enterprises by increasing demand. Keywords: consumer behavior, reflexive management, marketing activities, decision making, 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. Турлакова Світлана Сергіївна

2. Turlakova Svitlana S.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.11

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. Мальчик Мар'яна Василівна

2. Malchyk Mariana V.

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. Хорошун Вікторія Василівна

2. Khoroshun Viktoriia V.

Кваліфікація: к. е. н., 08.00.11

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 — Амоша Олександр Іванович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні — Амоша Олександр Іванович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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