Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0824U000716

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 30-01-2024

Статус: Наказ про видачу диплома

Реквізити наказу МОН / наказу закладу: Наказ НУБіП України № 421 від 18.03.2024 р.

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Восколупов Володимир Віталійович
2. Volodymyr V. Voskolupov

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 073

Назва наукової спеціальності: Менеджмент

Галузь / галузі знань: управління та адміністрування

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Менеджмент

Дата захисту: 29-02-2024

Спеціальність за освітою: Менеджмент

Місце роботи здобувача: Національний університет біоресурсів і природокористування України

Код за ЄДРПОУ: 00493706

Місцезнаходження: вул. Героїв Оборони, буд. 15, Київ, 03041, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): РСВР 057

Повне найменування юридичної особи: Національний університет біоресурсів і природокористування України

Код за ЄДРПОУ: 00493706

Місцезнаходження: вул. Героїв Оборони, буд. 15, Київ, 03041, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

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

Повне найменування юридичної особи: Національний університет біоресурсів і природокористування України

Код за ЄДРПОУ: 00493706

Місцезнаходження: вул. Героїв Оборони, буд. 15, Київ, 03041, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 68.01, 82.01, 06.81

Тема дисертації:

1. Формування системи маркетингового менеджменту у сільськогосподарських підприємствах
2. Formation of the marketing management system at agricultural enterprises

Реферат/анотація:

1. Дисертацію присвячено розробленню та обґрунтуванню теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій щодо формування системи маркетингового менеджменту у сільськогосподарських підприємствах. У дисертації досліджено зміст основних понять маркетингового менеджменту, окреслено їхнє значення в діяльності підприємств. Розглянуто основні функції та завдання маркетингового менеджменту. Охарактеризовано основні етапи процесу маркетингового менеджменту у підприємстві. Встановлено, що в сучасних умовах української економіки кожне підприємство намагається не тільки максимізувати прибуток, а й сприяти ефективній маркетинговій діяльності, що можливо завдяки правильно обраній маркетинговій стратегії підприємства. Наведено класифікацію маркетингових стратегій. Розглянуто підходи українських і зарубіжних учених щодо визначення сутності поняття «система» та «система маркетингового менеджменту». Удосконалено систему маркетингового менеджменту підприємств як

інтегровану сукупність елементів менеджменту і маркетингу, що створюють позитивний синергетичний ефект для прийняття управлінських рішень. Систематизовано методичні підходи до оцінювання маркетингового менеджменту у підприємствах та наведено їх характеристику. Здійснено діагностику системи маркетингового менеджменту у сільськогосподарських підприємствах України. Запропоновано методичні підходи до визначення сучасного стану і тенденцій розвитку сільськогосподарського виробництва в Україні, що передбачають використання статистичних методів, зокрема побудови багатофакторних регресійних моделей. Зроблено прогноз виробництва зернових і зернобобових як загалом по Україні, так і зокрема у Вінницькій області. Побудовано дендрограму ієрархічної кластеризації і визначено місце Вінницької області в ній. Встановлено, що потенціал Вінницької області може виступати резервом у заміщенні сільськогосподарських виробництв тимчасово окупованих Запорізької та Херсонської областей, але з у рахуванням особливості природнокліматичних умов відповідних територій. Проведено PEST- і SWOT-аналіз сільськогосподарських підприємств Вінницької області. За результатами PEST-аналізу встановлено, що найбільший вплив на діяльність сільськогосподарських підприємств має економічний чинник зовнішнього середовища. За допомогою проведеного SWOT-аналізу встановлено можливості, які мають найбільший вплив на діяльність сільськогосподарських підприємств та загрози, на які необхідно реагувати суб'єктам господарювання в короткостроковий період. Обґрунтовано напрями удосконалення системи маркетингового менеджменту сільськогосподарських підприємств на основі визначення впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища. Встановлено, що воєнний стан суттєво вплинув на фінансові результати сільськогосподарських підприємств. Здійснено оцінювання маркетингового менеджменту сільськогосподарських підприємств на основі поглибленого дослідження елементів комплексу маркетингу. Проведено ABC-аналіз. Запропоновано напрями удосконалення системи маркетингового менеджменту у сільськогосподарських підприємствах. Обґрунтовано пріоритетні напрями удосконалення системи маркетингового менеджменту сільськогосподарських підприємств в контексті їх інноваційного розвитку з урахуванням особливостей сільськогосподарського виробництва. Надано пропозиції з удосконалення системи маркетингового менеджменту сільськогосподарських підприємств щодо виокремлення інноваційного розвитку підприємств, оптимізації їх товарного портфеля та використання інструментів цифровізації в системі маркетингового менеджменту підприємств. Встановлено, що створення посади маркетолога є важливим для організації маркетингової діяльності у всіх досліджуваних сільськогосподарських підприємствах. Побудовано «дерево цілей» для сільськогосподарських підприємств. Запропоновано сільськогосподарським підприємствам застосовувати у своїй діяльності технології no-till. Встановлено, що для сільськогосподарських підприємств вирощування нішевих культур може бути одним зі стратегічних напрямів диверсифікації сільськогосподарського виробництва та підвищення прибутковості підприємств. Удосконалено підходи до прийняття управлінських рішень щодо покращення товарного портфеля сільськогосподарських підприємств через введення до структури виробництва нішевих культур на основі оптимізаційної моделі, яка враховує як чистий прибуток з 1 га площі, так і коливання рівнів цін. Запропонована оптимізаційна модель має універсальний характер і може бути застосована для підпідтримки прийняття рішень щодо підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва. Здійснено оцінку енергетичного потенціалу для сільськогосподарських підприємств Вінницької області. Запропоновано підходи до використання інструментів цифровізації в системі маркетингового менеджменту сільськогосподарських підприємств, що сприятиме покращенню їх комунікації із суб'єктами зовнішнього середовища.

2. The dissertation is devoted to the development and substantiation of theoretical and methodological provisions and practical recommendations for the formation of a marketing management system in agricultural enterprises. In the dissertation the content of the main concepts of marketing management, outlines their importance in the activities of enterprises is investigated. The main functions and tasks of marketing management are considered. The main stages of the marketing management process in the enterprise are characterized. It has been established that in the modern conditions of the Ukrainian economy, every enterprise tries not only to maximize profit, but also to promote effective marketing activities, which is possible due to the correctly chosen marketing strategy of

the enterprise. The classification of marketing strategies is given. The approaches of Ukrainian and foreign scientists regarding the definition of the essence of the concepts of system and marketing management system are considered. The marketing management system of enterprises has been improved as an integrated set of elements of management and marketing that create a positive synergistic effect for making management decisions. Methodical approaches to the evaluation of marketing management in enterprises are systematized and their characteristics are given. Diagnostics of the marketing management system in agricultural enterprises of Ukraine was carried out. Methodical approaches to determining the current state and development trends of agricultural production in Ukraine are proposed, which involve the use of statistical methods, in particular, the construction of multifactorial regression models. A forecast of grain and leguminous production was made both in Ukraine as a whole and in Vinnytsia region in particular. A dendrogram of hierarchical clustering was constructed and the place of Vinnytsia region in it was determined. It was established that the potential of the Vinnytsia region can act as a reserve in replacing the agricultural productions of the temporarily occupied Zaporizhia and Kherson regions, but taking into account the peculiarities of the natural and climatic conditions of the respective territories. A PEST and SWOT analysis of agricultural enterprises of the Vinnytsia region was conducted. According to the results of the PEST analysis, it was established that the economic factor of the external environment has the greatest influence on the activity of agricultural enterprises. As a result of the SWOT analysis, it was established the opportunities that have the greatest impact on the activities of agricultural enterprises and the threats to which business entities must respond in the short term. The areas of improvement of the marketing management system of agricultural enterprises based on the determination of the influence of external and internal environmental factors are substantiated. It was established that the state of war significantly affected the financial results of agricultural enterprises. An evaluation of the marketing management of agricultural enterprises was carried out on the basis of an in-depth study of the elements of the marketing complex. ABC analysis was conducted. Directions for improving the marketing management system in agricultural enterprises are proposed. The priority directions for improving the marketing management system of agricultural enterprises in the context of their innovative development, taking into account the peculiarities of agricultural production, are substantiated. It is proposed to improve the marketing management system of agricultural enterprises in terms of highlighting the innovative development of enterprises, optimizing their product portfolio, and using digitalization tools in the marketing management system of enterprises. It has been established that for agricultural enterprises, the cultivation of niche crops can be one of the strategic directions of diversification of agricultural production and increasing the profitability of enterprises. Approaches to managerial decision-making regarding the improvement of the product portfolio of agricultural enterprises have been improved in the part of introduction to the structure of production of niche crops based on an optimization model that takes into account both the net profit from 1 ha of area and fluctuations in price levels. The proposed optimization model is universal in nature and can be applied to support decision-making on increasing the efficiency of agricultural production. An assessment of the energy potential for agricultural enterprises of the Vinnytsia region was carried out. Approaches to the use of digitalization tools in the marketing management system of agricultural enterprises are proposed, which will contribute to the improvement of their communication with the subjects of the external environment.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Не застосовується

Підсумки дослідження: Нове вирішення актуального наукового завдання

Публікації:

- Балановська Т., Гогуля О., Драмарецька К., Восколупов В., Голік В. Використання маркетингового менеджменту для забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2021. Vol. 7. No. 3. Pp. 142–161.
- Voskolupov V., Balanovska T., Havrysh O., Gogulya O., Drahnieva N. Marketing management as a tool for preventing crisis of agricultural enterprises. Financial and credit activities: problems of theory and practice. 2021. Vol. 5. No. 40. Pp. 410–417.
- Балановська Т. І., Восколупов В. В. Маркетинговий менеджмент у діяльності сільськогосподарських підприємств. Біоекономіка і аграрний бізнес. 2020. Том. 11. № 1. С. 5–14.
- Balanovska T., Wyrzykowska B., Voskolupov V. The role of digital competence of employees in marketing management of agricultural enterprises. Bioeconomics and agricultural business. 2020. Vol. 11. № 2. Pp. 5–17.

Наукова (науково-технічна) продукція: методи, теорії, гіпотези

Соціально-економічна спрямованість: удосконалення системи маркетингового менеджменту в сільськогосподарських підприємствах

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0117U002637

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Балановська Тетяна Іванівна

2. Tetiana I. Balanovska

Кваліфікація: к. е. н., професор, 08.06.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет біоресурсів і природокористування України

Код за ЄДРПОУ: 00493706

Місцезнаходження: вул. Героїв Оборони, буд. 15, Київ, 03041, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ларіна Ярослава Степанівна

2. Yaroslava S. Larina

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Код за ЄДРПОУ: 02070884

Місцезнаходження: просп. Берестейський (Перемоги), 54/1, Київ, 03680, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Потапюк Ірина Петрівна
2. Iryna P. Potapiuk

Кваліфікація: к. е. н., доц., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Полтавський державний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 00493014

Місцезнаходження: вул. Сковороди, буд. 1/3, Полтава, Полтавський р-н., 36003, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: https://ror.org/01s344n79

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гальчинська Юлія Миколаївна
2. Yuliia M. Halchynska

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет біоресурсів і природокористування України

Код за ЄДРПОУ: 00493706

Місцезнаходження: вул. Героїв Оборони, буд. 15, Київ, 03041, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Луцій Олександр Павлович

2. Oleksandr P. Lutsii

Кваліфікація: к. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет біоресурсів і природокористування України

Код за ЄДРПОУ: 00493706

Місцезнаходження: вул. Героїв Оборони, буд. 15, Київ, 03041, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Бондаренко Валерій Михайлович
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Бондаренко Валерій Михайлович
Відповідальний за підготовку облікових документів	Боярчук Сергій Васильович
Реєстратор	УкрІНТЕІ
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Тетяна Анатоліївна