Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0822U100334

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 20-01-2022

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Вініченко Сергій Анатолійович
2. Vinichenko Serhii Anatoliyovych

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCHID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 075

Назва наукової спеціальності: Управління та адміністрування. Маркетинг

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 14-01-2022

Спеціальність за освітою: 8.030507 «Маркетинг»

Місце роботи здобувача: Каховський агротехнологічний фаховий коледж

Код за ЄДРПОУ: 05453568

Місцезнаходження: вул. Каховська, 30, с. Коробки, Каховський р-н., Херсонська обл., 74824, Україна

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): ДФ 70.052.017

Повне найменування юридичної особи: Хмельницький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071234

Місцезнаходження: вул. Інститутська, буд. 11, м. Хмельницький, Хмельницький р-н., Хмельницька обл., 29016, 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: Національний університет біоресурсів і природокористування України

Код за ЄДРПОУ: 00493706

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

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.81, 06.81.03

Тема дисертації:

1. Формування маркетингових стратегій розвитку підприємств на ринку продукції бджільництва
2. Formation of marketing strategies for enterprises' development in the market of beekeeping products

Реферат:

1. У дисертації досліджено зміст понять «стратегія» та «маркетингова стратегія», їх значення в діяльності підприємств галузі бджільництва. Узагальнено наукові підходи та запропоновано уточнення сутності категорії «маркетингова стратегія» як складової загальної стратегії підприємства, що визначає головний напрям ринкового руху і описує послідовність дій, за допомогою яких підприємство має задіяти наявні обмежені ресурси, щоб забезпечити зростання обсягів продажів і прибутковості на довготривалу перспективу, досягнення задоволеності і лояльності споживачів. Розглянуто особливості формування маркетингових стратегій на ринку продукції бджільництва. Доведено, що формування маркетингової стратегії підприємств на ринку продукції бджільництва знаходиться під впливом чинників: насиченість ринку, високий рівень конкуренції турбулентність бізнес-середовища; зміни смаків і поведінки споживача. Детально охарактеризовано етапи вибору маркетингової стратегії галузі бджільництва. Обґрунтовано, що для

поглибленого аналізу і розробки ефективної маркетингової стратегії розвитку необхідно використовувати комплекс методів. Визначено вхідні і вихідні елементи маркетингової стратегії: цілі і фактори маркетингу, навколишнє середовище, 4P. Розглянуто умови та напрями ведення бджільництва в Україні у контексті наявних змін природно-кліматичних умов і селекційно-племінної роботи. Виявлено позитивну динаміку зростання обсягу та вартості експорту вітчизняної продукції бджільництва на світовий ринок в останнє десятиліття, значний експортний потенціал галузі. Ринкові позиції компаній-лідерів за обсягом експортованого меду у досліджуваний період змінювались. Встановлено, що основними чинниками рекордного обсягу експорту меду у 2020 році стало розширення посівних площ під соняшник, світова пандемія COVID-19 та реалізація перехідних залишків, що залишалася в тіньовому обороті. Розглянуто основні перешкоди на шляху досягнення високої конкурентоспроможності та ефективності функціонування підприємств-виробників меду, до яких віднесено переважання у структурі експорту меду як сировини; відсутність державної підтримки до 2020 року; смертність бджіл. Визначено маркетингові параметри асортименту досліджуваних підприємств галузі бджільництва. Динаміка оптових закупівельних цін на соняшниковий мед та роздрібна ціна інших видів медів по досліджуваних підприємствах залежить як від кон'юнктури світового ринку, так і від внутрішніх показників функціонування галузі. Виявлено позитивну динаміку показників ефективності маркетингової діяльності досліджуваних підприємств на ринку продукції бджільництва. Проведено SWOT- і PEST-аналіз. Оцінювання стратегічного набору підприємства-виробника та підприємства-експортера показало слабкі місця діючих маркетингових стратегій, особливо в частині стратегічного планування та реалізації цінової стратегії. Сформовано схему формування маркетингових стратегій підприємств на ринку продукції бджільництва враховуючи особливості галузі. Загальну стратегію для більшості аналізованих підприємств з урахуванням перспектив розвитку ринків визначено як стратегію зростання. Прогноз обсягів виробництва та експорту меду за допомогою адаптивного моделювання показує подальше зростання обсягів експорту, поступове зниження частки с/г підприємств. Розроблено механізм реалізації маркетингових стратегій на ринку продукції бджільництва за допомогою створення і функціонування маркетингового кооперативу у бджільництві з визначеною структурою і функціями. Виявлено відмінності маркетингових стратегій просування продуктів бджільництва на зовнішні і внутрішній ринок, що є суттєвим при формуванні функціональних стратегій у межах маркетинг-міксу. Визначено, що позиціонування на ринку торгової марки продукту має демонструвати його унікальність, створюючи при цьому виняткову споживчу цінність товару. Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що теоретичні і методичні положення, зазначені у дисертаційній роботі, можуть бути використані підприємствами галузі бджільництва для формування і впровадження маркетингових стратегій розвитку. Наукові результати дисертації впроваджено у діяльність Української асоціації маркетингу (акт впровадження №25 від 20.05.2021 р.), ФГ «Таврійський пасічник» (акт впровадження № 1 від 14.04.2021 р.), ГО «Всеукраїнське об'єднання громадських організацій «Спілка пасічників України» (акт впровадження №39 від 02.02.2021 р.), відділу економіки, туризму, агропромислового розвитку Скадовської районної державної адміністрації Херсонської області (акт впровадження №04-02/34 від 04.11.2021 р.). Результати дисертації використано у навчальному процесі Національного університету біоресурсів і природокористування України при викладанні дисциплін «Маркетинг», «Стратегічний маркетинг» (акт впровадження №б/н від 13.05.2021 р.). Ключові слова: стратегія, маркетингова стратегія, ринок, бджільництво, продукція бджільництва, місія, стратегічні цілі, маркетинговий кооператив, експорт, прогнозування.

2. The dissertation investigates the content of the concepts "strategy" and "marketing strategy", their importance in the activities of enterprises in the beekeeping industry. Scientific approaches are generalized and the essence of the "marketing strategy" category is proposed as a component of the general strategy of the enterprise, which determines the main direction of market movement and describes the sequence of actions by which the enterprise should use available limited resources achieving customer satisfaction and loyalty. Features of formation of marketing strategies in the market of beekeeping products are considered. It is proved that the formation of marketing strategy of enterprises in the market of beekeeping products is influenced by factors: market saturation, high level of competition, turbulence of the business environment; changes in tastes and consumer behavior. The

stages of choosing the marketing strategy of the beekeeping industry are described in detail. It is substantiated that for in-depth analysis and development of an effective marketing development strategy it is necessary to use a set of methods. The input and output elements of the marketing strategy are determined: goals and factors of marketing, environment, 4P. The conditions and directions of beekeeping in Ukraine in the context of existing changes in natural and climatic conditions and the current state of selection and breeding work are considered. Positive dynamics of growth in the volume and value of exports of domestic beekeeping products to the world market in the last decade, significant export potential of the industry. The market positions of the leading companies in the volume of exported honey in the research period were changed. It is established that the main factors in the record volume of honey exports in 2020 were the expansion of sown areas for sunflower, the global pandemic COVID-19 and the implementation of transitional residues, which remained in the shadows. The main obstacles to achieving high competitiveness and efficiency of honey-producing enterprises are considered, which in particular include the predominance in the structure of honey exports as raw materials; lack of state support until 2020; bee mortality. The marketing parameters of the range of researched enterprises of the beekeeping industry are determined. The dynamics of wholesale purchase prices for sunflower honey and the retail price of other types of honey in the studied enterprises depends on both the world market situation and the internal performance of the industry. SWOT and PEST analysis was conducted. The evaluation of the strategic set of the manufacturing enterprise and the exporting enterprise showed the weaknesses of the current marketing strategies, especially in terms of strategic planning and implementation of the pricing strategy. The scheme of marketing strategies formation of enterprises in the beekeeping market products taking into account the peculiarities of the industry is formed. The general strategy for most of the analyzed enterprises, taking into account the prospects of market development, is defined as a growth strategy. The mechanism of realization of marketing strategies in the market of beekeeping products by means of creation and functioning of marketing cooperative in beekeeping with a certain structure is developed. The differences of marketing strategies of promotion of beekeeping products on the foreign and domestic markets are revealed, which is essential in the formation of functional strategies within the marketing mix. It is determined that the positioning of the product on the market should demonstrate its uniqueness, while creating exceptional consumer value of the product. The practical significance of the obtained results is that the theoretical and methodological provisions of the dissertation can be used by beekeeping enterprises for the formation and implementation of marketing strategies. The scientific results of the dissertation are implemented in the activities of the Ukrainian Marketing Association (implementation act № 25 from 20.05.2021), FG "Tavria beekeeper" (implementation act № 1 from 14.04.2021), NGO "All-Ukrainian Association of Public Organizations" Union of Beekeepers of Ukraine" (implementation act № 39 from 02.02.2021), Department of Economy, Tourism, Agro-Industrial Development of Skadovsk District State Administration of Kherson Region (implementation act №04-02/34 from 04.11.2021). The results of the dissertation were used in the educational process of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine in teaching the disciplines "Marketing", "Strategic Marketing" (implementation act from 13.05.2021 р.). Keywords: strategy, marketing strategy, market, beekeeping, beekeeping products, mission, strategic goals, marketing cooperative, export, forecast.

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. Ларіна Ярослава Степанівна
2. Larina Yaroslava Stepanivna

Кваліфікація: 08.00.04

Ідентифікатор ORCHID 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. Згурська Оксана Михайлівна
2. Zghurska Oksana Mykhailivna

Кваліфікація: 08.00.04

Ідентифікатор ORCHID 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. Танасійчук Альона Миколаївна

2. Tanasiychuk Alona Mykolaivna

Кваліфікація: 08.00.04

Ідентифікатор ORCHID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Стадник Валентина Василівна

2. Stadnyk Valentyna Vasylivna

Кваліфікація: 08.00.03

Ідентифікатор ORCHID 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. Забурмеха Євгена Михайлівна

2. Zaburmekha Yevhena Mykhailivna

Кваліфікація: 08.00.08

Ідентифікатор ORCHID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Ковальчук Світлана Володимирівна
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Ковальчук Світлана Володимирівна
Відповідальний за підготовку облікових документів	
Реєстратор	
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Т.А.