

# Облікова картка дисертації

## I. Загальні відомості

**Державний обліковий номер:** 0415U003728

**Особливі позначки:** відкрита

**Дата реєстрації:** 30-06-2015

**Статус:** Захищена

**Реквізити наказу МОН / наказу закладу:**



## II. Відомості про здобувача

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Іванечко Неля Ростиславівна

2. Ivanechko Nelia Rostyslavivna

**Кваліфікація:**

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Вид дисертації:** кандидат наук

**Аспірантура/Докторантура:** ні

**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:** 02-06-2015

**Спеціальність за освітою:** 7.03050901

**Місце роботи здобувача:** Тернопільський національний економічний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 33680120

**Місцезнаходження:** 46020, м. Тернопіль, вул. Львівська, 11

**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 58.082.03

**Повне найменування юридичної особи:** Чортківський коледж економіки та підприємництва Тернопільського національного економічного університету

**Код за ЄДРПОУ:** 37417766

**Місцезнаходження:** вул. Степана Бандери 46, м. Чортків, Чортківський р-н., Тернопільська обл., 46009, 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:** Тернопільський національний економічний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 33680120

**Місцезнаходження:** 46020, м. Тернопіль, вул. Львівська, 11

**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. Маркетингові стратегії підприємств на ринку торговельно-розважальних послуг
2. Marketing strategies of companies on the shopping and entertainment services market

**Реферат:**

1. Об'єкт – процес формування маркетингових стратегій підприємств. Мета – теоретичне обґрунтування процесу формування маркетингових стратегій на ринку торговельно-розважальних послуг та вироблення на цій основі практичних рекомендацій щодо їхнього використання торговельно-розважальними комплексами. Методи – наукової абстракції, аналізу і синтезу, спостереження, групування, узагальнення, опитування, логічний та графічні методи. Результати – нове вирішення наукового завдання щодо процесу формування маркетингових стратегій на ринку торговельно-розважальних послуг. Новизна – запропоноване трактування маркетингової стратегії, як комплексу заходів стратегічного характеру, гармонізованих за рівнями управління на доінвестиційному та інвестиційному етапах функціонування підприємства і коригованих на експлуатаційному етапі у відповідності до зміни дії факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ; удосконалено визначення торговельно-розважального комплексу (ТРК) як конгломерації підприємств

торгівлі, громадського харчування, спорту, розваг, оздоровлення, побутового обслуговування, що надають широкий спектр послуг переважно, на правах оренди; запропоновано класифікацію ТРК: за місцем знаходження, за розміром площі, за формою управління, за ступенем поширення, за рівнем доходів споживачів, за спеціалізацією; обґрунтований методичний підхід до виявлення ключових проблем при формуванні маркетингових стратегій ТРК; визначено ключові фактори впливу на діяльність ТРК; вдосконалено процес формування маркетингових стратегій торговельно-розважальних комплексів, що передбачає на рівні ТРК вибір стратегії диверсифікації, на бізнес-рівні - стратегій, пов'язаних з комплексом маркетингу; запропоновано напрями вдосконалення процесу формування маркетингових стратегій, що передбачають врахування впливу ключових факторів зовнішнього середовища на доінвестиційному етапі та використання інструментів маркетингових досліджень; розширено модель інформаційної бази ТРК, що додатково включає систему показників попереднього вивчення поведінки споживачів послуг та наступний їх моніторинг. Впроваджено у діяльність ТРЦ «Подільяни», ТРЦ «Велес», ТЦ «Орнава», корпорації «Парус», Управління стратегічного розвитку міста Тернопільської міської ради, Тернопільського національного економічного університету. Сфера використання – діяльність Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Галузь – економіка.

2. Object – the process of enterprises marketing strategies formation. The objective is the theoretical study of the process of marketing strategies formation on the market of trading and entertainment activities and the purpose of formulating practical recommendations for their use by the trade-entertainment complexes. Methods – scientific abstraction, analysis and synthesis, observation, grouping, summarizing, questioning, logical and graphical methods. The results – a new solution of scientific tasks relative to the process of marketing strategies formation on the market of shopping and entertainment services. The novelty is offered by interpretation of the marketing strategy as strategic complex, harmonized by levels of management on before-investment and investment stages of of the enterprise functioning and corrected during the operational phase in accordance with change of action of external and internal environments factors; improved definition of the trade and entertainment complex (TEC) as a conglomeration of enterprises of trade, public catering, sports, entertainment, recreation, domestic service, providing a wide range of services, mainly on loan; classification of the TEC: finding the size of the square, the form of government, the degree distribution, by income level of consumers, according to specialization; methodical approach to identifying the key problems in forming marketing strategies dispenser; identifies the key factors influencing the activities of the TEC; improved process for the formation of marketing strategies of shopping malls, which implies at the level of the TEC, the choice of diversification strategies, business level strategies involving the marketing mix; the directions of improvement of marketing strategies formation process taking into account the influence of key environmental factors on before-investment stage and the use of tools of marketing research; expanded model of the information base of the dispenser, which further includes metrics preliminary study of the behavior of consumers services and their subsequent monitoring. Embedded in the activities of the TEC “Podolyany”, TEC “Veles”, TC “Ornava”, “Parus” Corporation, Department of strategic development of the Ternopil city council, Ternopil national economic university. The scope of use – activities of the Ministry of economic development and trade of Ukraine. Industry – economy.

**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. Сохацька Олена Миколаївна
2. Sokhatska Olena Mykolaivna

**Кваліфікація:** д.е.н., 08.00.02

**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. Карпенко Наталія Володимирівна
2. Карпенко Наталія Володимирівна

**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:**

