Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0521U100042

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 12-01-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Устік Тетяна Володимирівна

2. Ustik Tetiana V.

Кваліфікація: к. е. н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор 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: 28-12-2020

Спеціальність за освітою: Менеджмент організацій

Місце роботи здобувача: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, буд. 160, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40021, 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): Д 55.859.01

Повне найменування юридичної особи: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, буд. 160, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40021, 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: Полтавська державна аграрна академія

Код за ЄДРПОУ: 00493014

Місцезнаходження: вул. Сковороди 1/3, м. Полтава, Полтавський р-н., Полтавська обл., 36003, 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

Тема дисертації:

1. Маркетингові стратегії аграрних підприємств в умовах сталого розвитку: теорія, методологія, практика

2. Marketing strategies of agricultural enterprises in the conditions of sustainable development: theory, methodology, practice

Реферат/анотація:

1. Дисертацію присвячено розробці теоретико-методологічних та прикладних положень і практичних рекомендацій з генерування та імплементації маркетингових стратегій аграрних підприємств, орієнтованих на забезпечення сталого характеру його економічного розвитку. В дослідженні впорядковано понятійно-категоріальний апарат досліджень маркетингу та збуту продукції аграрних підприємств. Обґрунтовано принципи побудови механізмів стратегічного управління маркетингової та збутової діяльності аграрних підприємств. Вивчено генезис та обґрунтовано наукові підходи щодо типології систем управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств. Визначено критерії ідентифікації та систематизації маркетингових стратегій аграрних підприємств. Обґрунтовано методологічні засади оцінки конкурентних та кон'юнктурних факторів здійснення маркетингової та збутової діяльності аграрних підприємств. Окреслено методичні підходи щодо оцінки раціональності, результативності та ефективності маркетингових стратегій.

Визначено функціональне навантаження та організаційні засади здійснення процесу стратегічного управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств. Ідентифіковано структурні особливості систем стратегічного управління маркетинговою діяльністю. Виконано оцінку комерційного потенціалу аграрних підприємств в умовах їх маркетингового середовища. Обґрунтовано методичні підходи щодо оцінки стратегічних альтернатив при розробці та імплементації стратегій маркетингу та збуту продукції аграрних підприємств. Ідентифіковано напрями розвитку маркетингової діяльності аграрних підприємств та розробити організаційно-економічний інструментарій їх реалізації. Обґрунтовано інтеграційні стратегії підвищення ефективності маркетингової діяльності аграрних підприємств. В дисертації виконано ідентифікацію структурних особливостей систем стратегічного управління маркетинговою та збутовою діяльністю шляхом інтеграції інструментів здійснення та обслуговування маркетингових заходів в процесі здійснення збутових процедур, що дозволяє дотримуватися гнучкості системи збутової діяльності аграрного підприємства з огляду на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Доведено системний характер впливу конкурентних та кон'юнктурних факторів здійснення маркетингової та збутової діяльності аграрних підприємств на основі формалізації методичних підходів щодо оцінки ефективності функціонування маркетингових каналів просування та комерційних каналів ринкового розподілу продукції, а також співставлення вказаних оцінок з результатами ідентифікації збутових можливостей підприємства. Обґрунтовано концептуальні засади побудови та функціонування систем стратегічного управління маркетинговою діяльністю шляхом імплементації інструментарію здійснення та обслуговування маркетингових заходів в процесі здійснення виробничо-комерційної діяльності, що дозволяє дотримуватися принципів емерджентності, гнучкості, адаптивності та адитивності маркетингово-збутових систем аграрних підприємств. Обґрунтовано методологічні засади виконання оцінки ефективності функціонування каналів ринкового розподілу сільськогосподарської продукції та використання аграрними підприємствами каналів просування в процесі управління маркетинговою діяльністю, в основу яких покладено ідентифікацію системних ознак впливу конкурентних характеристик цільових ринків збуту на формування та реалізацію можливостей мобілізації комерційного та маркетингового потенціалу аграрних підприємств з подальшим визначенням типології та сутнісного наповнення обраних на критерії раціональності відповідних потенційним можливостям маркетингових стратегій підприємств.

2. The dissertation is devoted to the development of theoretical and methodological and applied provisions and practical recommendations for the generation and implementation of marketing strategies of agricultural enterprises, focused on ensuring the sustainable nature of its economic development. The study organizes the conceptual and categorical apparatus of research on marketing and marketing of agricultural enterprises. The principles of construction of mechanisms of strategic management of marketing and sales activity of agricultural enterprises are substantiated. The genesis and scientific approaches to the typology of marketing management systems of agricultural enterprises are studied. Criteria for identification and systematization of marketing strategies of agricultural enterprises are determined. The methodological bases of estimation of competitive and conjunctural factors of realization of marketing and sales activity of agrarian enterprises are substantiated. Methodical approaches to assess the rationality, effectiveness and efficiency of marketing strategies are outlined. The functional load and organizational bases of realization of process of strategic management of marketing activity of agrarian enterprises are defined. The structural features of systems of strategic management of marketing activity are identified. An assessment of the commercial potential of agricultural enterprises in terms of their marketing environment. Methodical approaches to the assessment of strategic alternatives in the development and implementation of marketing and marketing strategies of agricultural enterprises are substantiated. The directions of development of marketing activity of agrarian enterprises are identified and the organizational and economic tools of their realization are developed. Integration strategies to increase the efficiency of marketing activities of agricultural enterprises are substantiated. In the dissertation the identification of structural features of systems of strategic management of marketing and sales activity by integration of tools of realization and service of marketing actions in the course of realization of sales procedures is carried out that allows to adhere to flexibility of system of sales activity of the agrarian enterprise in view of changes in external

and internal environment. The systemic nature of the influence of competitive and market factors of marketing and sales activities of agricultural enterprises on the basis of formalization of methodological approaches to assess the effectiveness of marketing channels and commercial channels of market distribution, as well as comparing these estimates with the identification of sales opportunities. Conceptual bases of construction and functioning of systems of strategic management of marketing activity by implementation of tools of realization and service of marketing actions in the course of realization of industrial and commercial activity that allows to adhere to principles of emergence, flexibility, adaptability and additivity of marketing systems of agricultural enterprises are substantiated. Methodological bases of performance estimation of efficiency of functioning of channels of market distribution of agricultural production and use by agrarian enterprises of channels of advancement in the course of management of marketing activity are based, which are based on identification of system signs of influence of competitive characteristics of target markets on formation and realization of possibilities further determination of the typology and essential content of the marketing strategies of the enterprises selected on the basis of rationality corresponding to the potential opportunities.

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. Махмудов Ханлар Зейналович
2. Mahmudov Hanlar Zenalovy`ch

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. Махмудов Ханлар Зейналович

2. Makhmudov Khanlar

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. Орел Володимир Миколайович

2. Orel Volodymyr Mykolaiovych

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. Прокопенко Валерія Юріївна

2. Prokopenko Valeriya

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.08

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. Єранкін Олександр Олександрович

2. Yerankin Oleksandr

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

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Данько Юрій Іванович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Данько Юрій Іванович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.