Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0413U006337

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 21-11-2013

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Воскресенська Олена Євгеніївна

2. Voskresenskaya Elena

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: 24-10-2013

Спеціальність за освітою: 7.050201

Місце роботи здобувача: Херсонський національний технічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05480298

Місцезнаходження: 73000, м. Херсон, Бериславське шосе, 24

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): К 67.052.05

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Херсонський національний технічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05480298

Місцезнаходження: 73000, м. Херсон, Бериславське шосе, 24

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. Формування системи стратегічного маркетингового управління на туристичних підприємствах в умовах ринкової невизначеності

2. Formation of strategic marketing management in tourism enterprises in market uncertainty

Реферат/анотація:

1. Об'єктом дослідження є процеси формування системи стратегічного маркетингового управління на туристичних підприємствах в умовах ринкової невизначеності. Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні засади формування системи стратегічного маркетингового управління на туристичних підприємствах. Метою дисертаційної роботи є удосконалення теоретичних положень, розробка методичних засад та практичних рекомендацій щодо формування системи стратегічного маркетингового управління підприємств в умовах ринкової невизначеності. У процесі вирішення поставлених завдань використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження: системний аналіз, комплексний підхід взаємоузгодження цілей, програмно-цільове маркетингове планування, методи математичної статистики, методи експертних оцінок. Наукова новизна дослідження полягає в подальшому поглибленні теоретичних положень та розробці практичних рекомендацій щодо формування системи стратегічного маркетингового управління на туристичних підприємствах в умовах ринкової невизначеності. При цьому

отримано такі наукові результати: удосконалено складові системи управління стратегічної маркетингової діяльності туристичного підприємства; модель системи управління стратегічною маркетинговою діяльністю на туристичних підприємствах, адаптовану до специфіки функціонування ринку туристичних підприємств; систему показників макро - і мікроекономічного впливу на діяльність туристичних підприємств; класифікацію туристичних підприємств за комплексом класифікаційних ознак; поняття «комплексне сегментування ринку»; отримали подальший розвиток: розгорнуті характеристики окремих груп споживачів, які при дворівневому і багаторівневому сегментуванні об'єднуються в окремі сегменти, які характеризуються при цьому різними класифікаційними ознаками; програмно-цільове маркетингове планування шляхом використання багаторівневого сегментування і позиціонування суб'єктів ринкових відносин. Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що основні теоретичні положення, висновки та пропозиції, що містяться в дисертації, мають науково-прикладне значення і можуть бути використані при формуванні системи стратегічного маркетингового управління в умовах ринкової невизначеності. Практичне значення отриманих результатів підтверджується довідками про їх впровадження, зокрема: управлінням туризму і курортів Херсонської обласної державної адміністрації при розробці обласної Програми розвитку туризму і курортів на 2011-2015 роки; Херсонською обласною державною адміністрацією у процесі виконання завдань «Стратегії соціально-економічного розвитку Херсонської області до 2015 року», ТОВ «Тур Плаза»; ТОВ «Планета»; ПП Бюро подорожей «Квитки по Європі».

2. The object of research is the process of formation of a strategic marketing management in tourism enterprises in the conditions of market uncertainty. The subject of the research is theoretical, methodological and practical basis for the formation of a strategic marketing management for tourism enterprises. The aim of the thesis is to improve the theoretical principles, the development of methodological bases and practical recommendations for the creation of a strategic marketing management of enterprises in market uncertainty. In the process of solving the tasks, general science, and special methods of scientific research: a systematic analysis, a comprehensive approach consistency between the goals, program-oriented marketing planning, statistical methods, methods of expert assessments. The scientific novelty of this research is to further deepen the development of theory and practical advice on the formation of a strategic marketing management in tourism enterprises in the conditions of market uncertainty. In this research, the following results: improved components of the control system of strategic marketing tourism enterprise; model of the control of strategic marketing activities of tourism enterprises, adapted to the specific needs of the market of tourist enterprises; scorecard macro- and micro-economic impact on the tourism enterprises, the classification of tourism enterprises set of classification criteria, the concept of «integrated market segmentation», which should be understood as the distribution of consumer travel service, were further developed: the detailed characteristics of individual consumer groups, which in the two-level and multi-level segmentation combined into individual segments, which are characterized with different classification features; program-targeted marketing planning through the use of multi-level segmentation and positioning market entities . The practical significance of these results is that the basic theoretical principles, conclusions and proposals contained in the thesis, are scientific - practical value and can be used in the formation of a strategic marketing management in the conditions of market uncertainty. The practical significance of the results is confirmed by certificates of their implementation, in particular: Department of tourism and resorts of the Kherson Regional State Administration in the development of the Regional Development Programme for Tourism and Resorts, 2011-2015; Kherson Regional State Administration in the implementation of the tasks of the «Strategy of socio - economic development of Kherson of 2015», LLC «Tour Plaza», LLC «Planeta», PP Travel Agents «Tickets to Europe».

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. Савчук Олена Андріївна
2. Savchuk Elena

Кваліфікація: к.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. Свірідова Наталія Дмитрівна
2. Свірідова Наталія Дмитрівна

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.05

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. Мохненко Андрій Сергійович

2. Мохненко Андрій Сергійович

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. Бойчук Інна Володимирівна

2. Бойчук Інна Володимирівна

Кваліфікація: к.е.н., 08.00.03

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 Савіна Галина Григорівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Савіна Галина Григорівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.