Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0406U000250

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 24-01-2006

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Голофаєва Ірина Петрівна

2. Golofaeva Irina Petrivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 08.06.01

Назва наукової спеціальності: Економіка, організація і управління підприємствами

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 22-12-2005

Спеціальність за освітою: 7.050106

Місце роботи здобувача: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: 61166, м. Харків, проспект Науки, 9 а

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 64.055.01

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: проспект Науки, 9-А, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61166, 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: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: 61166, м. Харків, проспект Науки, 9 а

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.71.03

Тема дисертації:

1. Соціально-економічні аспекти маркетингової діяльності промислових підприємств

2. Social and economic aspects of marketing activity of the industrial enterprises

Реферат/анотація:

1. Об’єкт дослідження процес соціалізації маркетингової діяльності суб’єктів господарювання. Предмет дослідження теоретичні, методичні, практичні аспекти розвитку соціально-економічної спрямованості маркетингової діяльності промислових підприємств. Мета роботи узагальнення та розвиток теоретичних і методичних положень, розроблення практичних рекомендацій щодо формування соціально-економічних засад маркетингової діяльності промислових підприємств в умовах конкуренції. Методи дослідження. Теоретичну основу дисертаційного дослідження склали наукові праці класиків економічної науки, сучасних вітчизняних і зарубіжних учених з питань маркетингу, менеджменту, економічної соціології. Методологічною основою досліджень обрано філософські принципи пізнання, діалектичний, логічний і системний підходи до розгляду соціально-економічних явищ і процесів. Для досягнення поставленої в роботі мети використано такі загальнонаукові методи: спостереження, порівняння, вимірювання для аналізу

та діагностики маркетингових інструментів; якісного аналізу та синтезу для обґрунтування теоретичних положень дисертації; узагальнення, системного підходу та формальної логіки для дослідження змісту необхідних для дослідження понять. Практичні результати з дослідження сучасного стану маркетингової діяльності підприємств одержано за допомогою аналізу результатів соціологічних обстежень, експертних оцінок, статистичних методів їх аналізу, технологій теорії нечітких множин. Для візуалізації висновків дослідження використано графічні методи. Теоретичні та практичні результати: вперше: запропоновано методику комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства з урахуванням економічної і соціальної складових на основі використання інструментарію теорії нечітких множин, що дозволяє оцінювати, аналізувати та порівнювати зв'язок тенденцій її зміни з якістю маркетингової діяльності підприємства; удосконалено: методичне забезпечення формування інформаційного потенціалу маркетингової діяльності за рахунок визначення критеріїв вибору інформаційних технологій, адекватних ситуації її розвитку, алгоритму реінжинірингу інформаційного забезпечення маркетингових стратегій; методичний підхід до розвитку стратегічного управління маркетинговою діяльністю на макрорівні, в якому визначені зміст, етапи, задачі, напрями управління, що створюють засади посилення соціальної спрямованості економічної політики держави і сприяють позитивному розвитку зовнішнього середовища бізнес-діяльності підприємств; набули подальшого розвитку: зміст потенціалу підприємства шляхом уведення до його складу потенціалу маркетингової діяльності як критичного засобу розвитку потенціалу інноваційної (підприємливої) поведінки підприємства, що дає змогу розв'язати суперечності у його взаємодії із зовнішнім середовищем за рахунок соціалізації; організаційні структури щодо виконання спеціалізованої соціальної підфункції управління зв'язками з громадськістю (ЗГ) в системі функцій маркетингу, з урахуванням особливостей спеціалізації та концентрації управління ЗГ для підприємств різного розміру. Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що впровадження результатів дослідження одночасно спрямоване на зміцнення ринкової позиції підприємства, гармонізацію інтересів підприємства і суб'єктів його зовнішнього середовища та підвищення конкурентоспроможності. Предмет і ступень впровадження: розробки впроваджені в роботу ВАТ «Інгул», м. Миколаїв, ПП «НВП ХІТ» м. Севастополь, ВО «Київприлад» м. Київ.

2. Research Object is the process of socialising economic subject marketing activity. Research Subject is theoretical, methodological and practical aspects of developing socio-economic orientation of industrial enterprise marketing activity. The Aim of the Research is to generalize and develop theoretical and methodical principles, to design practical recommendations concerning socio-economic developing basics of industrial enterprise marketing activity in the competitive environment. Research Methods. Theoretical basis of the dissertation thesis is made up by scientific papers of classical economists, modern domestic and foreign scientists in marketing, management, economic sociology. As for methodological basis of the research it is philosophical principles of cognition, dialectical, logical and system approach to socio-economic phenomena and process study. To achieve the set goal general scientific methods were used: observation, comparison, measurement – for marketing tools analysis and diagnostics; those of qualitative analysis and synthesis for grounding theoretical statement of the thesis; generalization, system approach and formal logics – for surveying the concepts required for the research. Practical results of surveying the contemporary state of enterprise marketing activity were obtained through analyzing the results of sociological surveys, expert evaluations, statistic methods of their analysis, technologies of theory of unclear sets. To visualize the conclusions of the research graphic methods are used. Theoretical and practical results. For the first time: a method of complex evaluating enterprise competitiveness is proposed taking into consideration economic and social components basing on using the tools of theory of unclear sets which enables evaluating, analysing and comparing the links between its change trends and the quality of enterprise marketing activity; there were improved: methodical provision of forming marketing activity informational potential due to defining the criteria forchosing information technologies, adequate situations of their development, algorithm of reengineering marketing strategy information provision; methodical approach to developing strategic management of marketing activity at a macrolevel where there are defined contents, stages, tasks, directions of management which enable strengthening social orientation of the state

economic policy and positive development of external environment of enterprise business activity; there were further developed the notion of enterprise potential through including marketing activity potential as a critical means of developing enterprise innovational (business) behaviour potential which enables removing the controversy of its interaction with the external environment due to socialization; organizational structures performing specialized social subfunction of PR management writhin marketing system taking into account peculiarities of PR management specialization and concertration at an enterprise of this size. Practical importance of the obtained results consists in implementing the research results aimed at the same time at strengthening enterprise market position, harmonizing the interests of the enterprise and subjects of its external environment and raising its competitiveness. Subject and degree of implementation: the results are implemented, implemented into the activity of Ingul, Open Joint Stock Venture, of Mykolayiv; НВП ХІТ, Production Enterprise, Sebastopol; Kyivprylad production works, Kyiv.

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. Тридід Олександр Миколайович
2. Trydid Aleksandr Nikolayevich

Кваліфікація: д.е.н., 08.06.01

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. Кизим Миколо Олександрович

2. Кизим Миколо Олександрович

Кваліфікація: д.е.н., 08.06.02

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. Радкевич Лариса Альбертівна

2. Радкевич Лариса Альбертівна

Кваліфікація: к.е.н., 08.06.02

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 Пономаренко Володимир Степанович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Пономаренко Володимир Степанович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.