

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0424U000330

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 06-12-2024

Статус: Підтверджена МОН

Реквізити наказу МОН / наказу закладу: Наказ МОН №301 від 18.02.2025



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Кашульська Тетяна Сергіївна

2. Tetiana Kashulska

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0009-0006-7417-7310

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: 06-11-2024

Спеціальність за освітою: Менеджмент організацій

Місце роботи здобувача: Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України

Код за ЄДРПОУ: 00497199

Місцезнаходження: вул. Тваринників, буд. 1-а, Харків, Харківський р-н., 61026, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія аграрних наук України

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 65.356.02

Повне найменування юридичної особи: Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України

Код за ЄДРПОУ: 00497199

Місцезнаходження: вул. Тваринників, буд. 1-а, Харків, Харківський р-н., 61026, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія аграрних наук України

Ідентифікатор ROR:

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

Повне найменування юридичної особи: Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України

Код за ЄДРПОУ: 00497199

Місцезнаходження: вул. Тваринників, буд. 1-а, Харків, Харківський р-н., 61026, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія аграрних наук України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06, 06.35, 06.81

Тема дисертації:

1. МАРКЕТИНГОВА ОРІЄНТАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

2. Marketing orientation of the sales activity of enterprises producing agro-food products

Реферат:

1. Дисертація присвячена обґрунтуванню теоретичних, методичних і прикладних положень маркетингової орієнтації управління збутом підприємств-виробників агропродовольчої продукції. В роботі узагальнено теоретичні основи та розширити понятійний апарат, що стосується маркетингової орієнтації збутової діяльності. Проведено аналіз передумов впровадження механізмів маркетингової орієнтації збуту в підприємствах агропродовольчої сфери. Обґрунтовано необхідність визначення рівнів маркетингової активності підприємств-виробників агропродовольчої продукції та встановити параметри для їх оцінки. Систематизовано чинники, що впливають на маркетингову орієнтацію підприємств, і провести аналіз кількісних та якісних аспектів їх впливу. Визначено структуру та рівні організації маркетингового управління збутовою діяльністю підприємств-виробників агропродовольчої продукції. Розроблено методичку ієрархічного

аналізу маркетингової активності підприємств. Виконано оцінку ефективності сценаріїв управління маркетингом у збутовій діяльності підприємств-виробників агропродовольчої продукції та опрацювати відповідні організаційно-методичні підходи та прийоми їх реалізації. В дисертації обґрунтовано концептуальні засади створення системи управління збутовою діяльністю аграрного підприємства на базі маркетингового підходу, які передбачають тісну взаємодію вказаної системи з підсистемами планування та реалізації товарної, комунікаційної та цінової політики, базування системи управління збутом на використанні функціональної та обслуговуючої підсистем, що сприяє органічному розвитку підприємства-виробника агропродовольчої продукції та раціоналізації руху агропродовольчої продукції через канали збуту. Розроблено та апробовано методичний підхід, що передбачає використання можливих методів спостереження та визначення індикаторів кількісних і якісних оцінок, на основі яких здійснюється подальше планування та прогнозування рівня маркетингової орієнтації збутової діяльності аграрних підприємств. Виконано ідентифікацію рівня організації управління збутовою діяльністю підприємства-виробника агропродовольчої продукції на основі встановлення залежності між інтенсивністю маркетингових заходів та поведінкою споживачів на конкретному сегменті агропродовольчого ринку, а також реакцією цільової аудиторії. Розвинуто принципи організації конкурентно-орієнтованої багаторівневої моделі маркетингового менеджменту збутової діяльності підприємств-виробників агропродовольчої продукції, які спрямовані на визначення відповідного методу ієрархічної організації управлінських функцій залежно від рівня їх релевантності, а також базуються на формуванні гнучких маркетингових стратегій, які дозволяють адаптувати рівень маркетингової орієнтації збутової діяльності до змін у попиті на цільовому ринку. У першому розділі «Теоретичні засади управління збутовою діяльністю підприємств агропродовольчої сфери на основі маркетингової орієнтації» проаналізовано та узагальнено теоретичні положення та розвинуто понятійнокатегоріальний апарат управління збутовою діяльністю та її маркетинговою орієнтацією, а також обґрунтовані методичні засади оцінки ефективності маркетингового управління розвитком збутової діяльності підприємств-виробників агропродовольчої продукції. У другому розділі «Структурнодинамічні тенденції маркетингово-збутової діяльності підприємств-виробників агропродовольчої продукції» наведено матеріали та результати детального аналізу стану маркетингово-збутової діяльності підприємств-виробників агропродовольчої продукції, ефективності використання його економічного потенціалу та ступеня маркетингової орієнтації збутової діяльності підприємств агропродовольчої сфери. У третьому розділі «Розвиток маркетингової орієнтації управління збутовою діяльністю підприємств агропродовольчої сфери» обґрунтовано розрізи та рівні організації маркетингового управління збутовою діяльністю підприємств, розроблено методичний підхід ієрархічного аналізу маркетингової активності підприємств агропродовольчої сфери та визначено ефективність практичного використання розроблених сценаріїв організації маркетингового управління збутовою діяльністю аграрного підприємства, а також здійснено прикладне впровадження методичних підходів, розроблених на основі теоретичних досліджень. Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці рекомендацій щодо побудови маркетингової системи управління збутом підприємств-виробників агропродовольчої продукції. Ключові слова: управління, збут, розвиток, маркетинг, підприємств-виробники, організація.

2. The dissertation is devoted to the substantiation of the theoretical, methodical and applied provisions of the marketing orientation of the sales management of enterprises producing agro-food products. The work summarizes the theoretical foundations and expands the conceptual apparatus related to the marketing orientation of sales activities. An analysis of the prerequisites for the implementation of mechanisms of marketing orientation of sales in enterprises of the agro-food sector was carried out. The need to determine the levels of marketing activity of enterprises producing agro-food products and to establish parameters for their evaluation is substantiated. Factors affecting the marketing orientation of enterprises are systematized, and quantitative and qualitative aspects of their influence are analyzed. The structure and levels of organization of marketing management of sales activity of enterprises producing agro-food products are defined. A method of hierarchical analysis of the marketing activity of enterprises has been developed. An assessment of the effectiveness of marketing management scenarios in the sales activity of agrofood production enterprises was carried out, and

appropriate organizational and methodological approaches and techniques for their implementation were developed. The dissertation substantiates the conceptual principles of creating a system for managing the sales activities of an agricultural enterprise based on a marketing approach, which provide for the close interaction of the specified system with subsystems of planning and implementation of product, communication and price policy, basing the sales management system on the use of functional and service subsystems, which contributes to organic development enterprises producing agro-food products and rationalizing the movement of agro-food products through sales channels. A methodological approach has been developed and tested, which involves the use of possible methods of observation and determination of indicators of quantitative and qualitative assessments, on the basis of which further planning and forecasting of the level of marketing orientation of the sales activity of agricultural enterprises is carried out. The identification of the level of organization of management of the sales activity of the agro-food production enterprise was carried out based on establishing the dependence between the intensity of marketing activities and the behavior of consumers in a specific segment of the agro-food market, as well as the reaction of the target audience. The principles of organizing a competition-oriented multi-level model of marketing management of sales activities of agro-food production enterprises have been developed, which are aimed at determining the appropriate method of hierarchical organization of management functions depending on the level of their relevance, and are also based on the formation of flexible marketing strategies that allow adapting the level of marketing orientation of sales activities to changes in demand in the target market. In the first chapter "Theoretical principles of management of sales activities of agro-food enterprises based on marketing orientation" the theoretical provisions are analyzed and summarized and the conceptual and categorical apparatus of management of sales activities and its marketing orientation is developed, as well as justified methodological principles of evaluating the effectiveness of marketing management of the development of sales activities of enterprises- producers of agro-food products. In the second chapter "Structural and dynamic trends of marketing and sales activities of enterprises producing agro-food products" the materials and results of a detailed analysis of the state of marketing and sales activities of enterprises producing agrofood products, the efficiency of using its economic potential and the degree of marketing orientation of the sales activities of enterprises in the agro-food sector are presented. In the third chapter "Development of the marketing orientation of the management of sales activities of agri-food enterprises" the sections and levels of the organization of marketing management of the sales activities of enterprises are substantiated, a methodical approach of hierarchical analysis of the marketing activity of agri-food enterprises is developed, and the effectiveness of the practical use of the developed scenarios of the organization of marketing management of the sales activities of an agricultural enterprise is determined. as well as applied implementation of methodological approaches developed on the basis of theoretical research. The practical significance of the obtained results lies in the development of recommendations for the construction of a marketing system for sales management of enterprises producing agro-food products. Key words: management, sales, development, marketing, agrarian enterprises, efficiency.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу

Підсумки дослідження: Нове вирішення актуального наукового завдання

Публікації:

- Білошапка Ю. М., Кашульська Т. С. Концепція маркетингу на засадах сталого розвитку аграрних підприємств в умовах глобалізації. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 8. № 3, С. 324-329. <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-3-47>
- Кашульська Т. С., Білошапка Ю. М. Маркетинговий інструментарій підприємств аграрного сектора України. Development Service Industry Management, (4), 207-211. [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-4\(31\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-4(31))
- Кашульська Т. С. Маркетинг збутової діяльності підприємств агробізнесу. Бізнес Інформ. 2024. № 9. С. 85-92 <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-9-85-92>
- Кашульська Т. С. Маркетингова орієнтація збутової діяльності підприємств агробізнесу. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2024. Том 334. № 5. С. 424-430. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-330-77>

Наукова (науково-технічна) продукція: методичні документи; аналітичні матеріали

Соціально-економічна спрямованість: збільшення обсягів виробництва; підвищення продуктивності праці

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0111U005203 0116U003477 0124U001624

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Орел Володимир Миколайович
2. Володимир М. Орел

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-1609-1731

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України

Код за ЄДРПОУ: 00497199

Місцезнаходження: вул. Тваринників, буд. 1-а, Харків, Харківський р-н., 61026, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія аграрних наук України

Ідентифікатор ROR:

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Микитась Аркадій Вікторович

2. Arkadii V. Mykytas

Кваліфікація: д. е. н., доц., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-7059-9205

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Державний біотехнологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 44234755

Місцезнаходження: вул. Алчевських, буд. 44, Харків, Харківський р-н., 61002, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Устік Тетяна Володимирівна

2. Тетяна В. Устік

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-9967-0669

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, буд. 160, Суми, Сумський р-н., 40021, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради**

Маренич Тетяна Григорівна

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні**

Маренич Тетяна Григорівна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Олена Смігунова

Реєстратор

УкрІНТЕІ

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**



Юрченко Тетяна Анатоліївна