

# Облікова картка дисертації

## I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0822U100421

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 26-01-2022

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



## II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Зубко Дар'я Олександрівна

2. Zubko Daria Oleksandrivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 051

Назва наукової спеціальності: Соціальні та поведінкові науки. Економіка

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 20-01-2022

Спеціальність за освітою: Міжнародна економіка

Місце роботи здобувача:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

### **III. Відомості про організацію, де відбувся захист**

**Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради):** ДФ 64.055.029

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

**Код за ЄДРПОУ:** 02071211

**Місцезнаходження:** проспект Науки, буд. 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:** проспект Науки, буд. 9-а, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61166, 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. Формування стратегії бренду торговельних підприємств.
2. Formation of brand strategy in commercial enterprises.

**Реферат:**

1. Дисертацію присвячено обґрунтуванню й розробці теоретичних засад, методичного забезпечення і практичних рекомендацій щодо розвитку формування стратегії бренду торговельних підприємств. У роботі уточнено зміст поняття «стратегія бренду»; розвинуто науково-теоретичний базис управління бренд-стратегією торговельного підприємства; розроблено методичний підхід до визначення рівня діджиталізації стратегії бренду торговельного підприємства; представлено механізм формування стратегії бренду торговельного підприємства; розроблено «ДНК» бренду торговельного підприємства; надано інструментарій управління ризиками при розробці бренд-стратегією торговельного підприємства. Перший розділ та розвитку науково-теоретичних засад управління стратегією бренду торговельного підприємства. В розділі удосконалено визначення стратегії бренду; розвитку торговельного підприємства в цілому; надано розвинуті та вдосконалені науково-теоретичні засади управління брендом торговельних підприємств. Другий розділ

присвячено розробці методичного підходу до визначення рівня диджиталізації стратегії бренду торговельного підприємства та аналізу ринку сприйняття брендів торговельних підприємств. В результат дослідження було вдосконалено оцінювання рівня диджиталізації бренду торговельних підприємств у формі авторського методичного підходу. Для аналізу показників діяльності та ефективності стратегії бренду відібрані як провідні ритейлери, так і дрібні, але такі, що демонструють позитивну динаміку росту. Розглянуто та описано основні показники діяльності зазначених торговельних підприємств. З'ясовано, що найуспішніші ритейлери обирають за провідну стратегію бренду диджиталізацію, оскільки високий рівень конкуренції на ринку ритейлу дасть можливість утримати позиції лише тим ритейлерам, що ефективно імплементують цифрові технології на усіх рівнях торговельного підприємства. В роботі було проведено аналіз вітчизняного та європейських ринків за останні два роки, який виявив важливі для ритейлу тренди. Визначені основні тренди, що впливатимуть на розвиток ритейлу в каїні. Окрема увага приділена розвитку економіки All-Delivery, зазначені вимоги клієнтів до послуги доставки. Виокремлено ключові тренди у майбутньому електронної торгівлі. Третій розділ присвячено обґрунтуванню механізму формування стратегії бренду торговельного підприємства; розробці «ДНК» бренду торговельного підприємства; визначенню організаційно-методичних засад управління ризиками при розробці стратегії бренду торговельного підприємства. В результаті дослідження було надано розвинутий механізм формування стратегії бренду торговельного підприємства, який включає функціонал, що об'єднує функції, підходи, моделі, принципи, методи та інструменти, забезпечення, яке охоплює нормативне забезпечення, економічні ресурси, організаційну структуру, нематеріальні активи та фінансові ресурси, а також процесну складову з таких етапів: обґрунтування стратегії, визначення стратегії, впровадження стратегії і моніторинг ефективності стратегії, що дозволяє забезпечувати впровадження стратегії бренду торговельного підприємства з урахуванням стану внутрішнього та зовнішнього середовища, узгоджувати поставлені цілі з наявними ресурсами та враховувати інтереси зацікавлених сторін. В роботі запропоновано концептуальне бачення процесу формування «ДНК» бренду торговельної компанії з урахуванням вимог сталого розвитку як метасистемного фактору зміни парадигми розвитку бізнесу на основі трансформації цінностей, потреб, побажань і ціннісних орієнтацій суб'єктів суспільних відносин, яка відрізняється ґрунтуванням на факторах 6P (Product – продукт, Price – ціна, Place – місце продажу, Promotion – просування; People – люди, Peace – мир) як поєднання складових економічної, соціальної та екологічної платформ, що виступає реакцією на зовнішні впливи поведінкових факторів, викликаних до життя ієрархією цінностей, потреб, побажань і попиту. В ході дослідження були розроблені організаційно-методичні засади управління ризиками при формуванні та реалізації стратегії бренду торговельного підприємства, яка відрізняється уточненням предметної сфери управління ризиками, класифікацією ризиків та процесом управління ризиками, який включає стадії діагностики, ідентифікації ризику, аналізу, планування та реагування, спостереження та управління. Представлено алгоритм дій для безперервного процесу управління ризиками. Зазначений механізм дасть можливість у разі його імплементатії ефективно управляти ризиками на торговельному підприємстві. Науково-практичні положення дисертаційної роботи були використані в діяльності таких підприємств: на ТОВ «Крупи України» (довідка № 25/12 від 18.08.2020 р.); на ТОВ «УРСК» (довідка № 1217/3 від 14.07.2020 р.). У навчальному процесі ХНЕУ ім. С. Кузнеця під час викладання навчальних дисциплін: «Міжнародний маркетинг», «Міжнародні бізнес-стратегії підприємства» (довідка № 21/86-29-72/1 від 06.04.2021 р.).

2. The dissertation is devoted to substantiation and development of theoretical bases, methodical maintenance, and practical recommendations on development of formation of strategy of a brand of the trading enterprises. The content of the concept of "brand strategy" is specified in the work; developed scientific and theoretical basis for managing the brand strategy of a commercial enterprise; a methodical approach to determining the level of digitalization of the brand strategy of a commercial enterprise has been developed; the mechanism of formation of the brand strategy of the trade enterprise is presented; developed the "DNA" of the brand of a commercial enterprise; provided risk management tools for the development of brand strategy of a trading company. The first section is devoted to clarifying the content of the concept of "brand strategy" and the development of scientific

and theoretical principles of brand strategy management of commercial enterprises. The section improves the definition of brand strategy; increasing the value and competitiveness of a product or service; development of the trade enterprise as a whole; developed and improved scientific and theoretical principles of brand management of commercial enterprises. The second section is devoted to developing a methodological approach to determining the level of digitalization of the brand strategy of a commercial enterprise and market analysis of brand perception of commercial enterprises. As a result of the study, the assessment of the level of digitalization of the brand of commercial enterprises was improved in the form of an author's methodological approach. Both leading retailers and small retailers, but those that show positive growth dynamics, were selected to analyze the performance and effectiveness of the brand's strategy. The main indicators of activity of these trade enterprises are considered and described. It has been found that the most successful retailers choose digitalisation as the brand's leading strategy, as the high level of competition in the retail market will allow only those retailers who effectively implement digital technologies at all levels of the retail business to hold their ground. The paper analyzes the domestic and European markets over the past two years, which revealed important trends for retail. The main trends that will affect the development of retail in Cain have been identified. Particular attention is paid to the development of the All-Delivery economy, customer requirements for delivery services. The key trends in the future of e-commerce are highlighted. The third section is devoted to substantiating the mechanism of forming a brand strategy of a commercial enterprise; development of "DNA" of the brand of the trade enterprise; determination of organizational and methodological principles of risk management in the development of brand strategy of a commercial enterprise. The study provided a developed mechanism for developing a brand strategy of a commercial enterprise, which includes functionality that combines functions, approaches, models, principles, methods and tools, support, which includes regulatory support, economic resources, organizational structure, intangible assets and financial resources, as well as the process component of the following stages: strategy justification, strategy definition, strategy implementation and monitoring of strategy effectiveness, which allows to ensure the implementation of the brand strategy of the trading company taking into account the internal and external environment. The paper offers a conceptual vision of the process of forming the "DNA" of the trading company's brand, taking into account the requirements of sustainable development as a metasystemic factor for changing the paradigm of business development based on transformation of values, needs, desires and value orientations of public relations. As a combination of components of economic, social and environmental platforms, responding to external influences of behavioral factors caused by a hierarchy of values, needs, wishes and demand. The study developed organizational and methodological principles of risk management in the formation and implementation of the brand strategy of a commercial enterprise, which differs in clarifying the subject area of risk management, classification of risks, analysis, planning and response, monitoring and management. This mechanism will allow in the case of its implementation to effectively manage risks in the trading company. Scientific and practical provisions of the dissertation were used in the activities of the following enterprises: LLC "Krupy Ukrainy" (№ 25/12 from 18.08.2020); URSK LLC (№ 1217/3 from 14.07.2020). In the educational process of KhNEU. S. Kuznets during the teaching of disciplines: "International Marketing", "International Business Strategies of the Enterprise" (№ 21/86-29-72/1 from 06.04.2021).

**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. Шталь Тетяна Валеріївна

2. Shtal Tetiana V.

**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. Окландер Михайло Анатолійович

2. Oklander Mykhailo Anatoliiovych

**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

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Біловодська Олена Анатоліївна

2. Bilovodska Olena Anatoliivna

**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**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Просяник Оксана Петрівна

2. Prosiyanuk Oksana Petrivna

**Кваліфікація:** д. філол. н., 10.02.15

**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. Проскурніна Надія Вікторівна

2. Proskurnina Nadiia V.

**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

## **VIII. Заключні відомості**

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

Отенко Ірина Павлівна

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

Отенко Ірина Павлівна

**Відповідальний за підготовку  
облікових документів**

**Реєстратор**

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



Юрченко Т.А.