Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0405U000868

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 11-03-2005

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гут Ігор Олександрович
2. Gut Igor Oleksandrovuch

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 08.01.01

Назва наукової спеціальності: Економічна теорія

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 21-01-2005

Спеціальність за освітою: 7.050107

Місце роботи здобувача: Дніпропетровський університет економіки та права імені Альфреда Нобеля

Код за ЄДРПОУ: 20201672

Місцезнаходження: 49000, м.Дніпро, набережна Леніна,18

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 08.120.01

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: Національний гірничий університет

Код за ЄДРПОУ: 02070743

Місцезнаходження: 49005, м.Дніпро, пр.К.Маркса,19

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.04.19

Тема дисертації:

1. Ірраціональність поведіки домашніх господарств як споживачів

2. Irrationality of behavior of domestic enterprise as consumers

Реферат/анотація:

1. Об'єктом дослідженя є система відносин між домашніми господарствами та підприємствами, що формується в процесі обігу споживчих товарів (послуг) в умовах ринкової трансформації економіки України. Метою дисертаційного дослідження є визначення основних причин та форм прояву ірраціональності в ринковій поведінці споживачів-домашніх господарств, специфіки прояву ірраціональності, характерної для українських домогосподарств-споживачів та формулювання пропозицій для українських підприємств щодо можливого врахування ірраціональності споживача в управлінні підприємницькими структурами. Дисертаційне дослідження будується на системному підході до аналізу споживацької поведінки домашніх господарств, згідно з яким причини та прояви ірраціональності аналізуються в певному взаємозв'язку, а сама ірраціональність як елемент системи більш високого рівня. При дослідженні системи факторів ірраціональності автор спирається як на загальнонаукові методи проведення досліджень, так і на спеціальні: абстрактно-логічний і системного аналізу, статистико-економічний, аналізу та синтезу, класифікації, графічний та інші. Теоретичною та методологічною основою дисертаційної роботи стало вивчення та творче

переосмислення основних досягнень вітчизняних та зарубіжних вчених з питань ринкової поведінки економічних суб'єктів-домашніх господарств як споживачів. Інформаційною базою дослідження є офіційні статистичні матеріали, матеріали аналітичних агенств та окремих організацій, первинні матеріали підприємств, які діють в ринковому просторі України, нормативні документи. Наукова новизна одержаних результатів полягає в побудові моделі поведінки домашнього господарства як споживача, що розкриває причини, форми та силу проявів ірраціональності як складової процесу прийняття споживацьких рішень з прив'язкою до сучасних умов та тенденцій розвитку системи ринкових відносин в економіці України. При цьому: - запропоновано поділ ірраціональної поведінки споживачів-домашніх господарств на усвідомлену та неусвідомлену, визначено та проаналізовано групи форм, в яких відбиваються усвідомлені та неусвідомлені ірраціональні мотиви, а також роль та структуру пізнавальних здібностей людей в процесі усвідомлено-неусвідомленої ірраціональної поведінки; - розкрито структуру (пізнавальні здібності, соціальне середовище, психологічні особливості споживача) та ряд тенденцій розвитку системи тих факторів-"фільтрів", що визначають ступінь впливу зовнішніх чинників - комунікаційної системи та системи стимулювання збуту, що формуються як підсистеми управління підприємством, на споживацьку поведінку домашніх господарств; розкрито розвиток процесу інтеграції зазначених підсистем, виявлено основні причини можливої низької ефективності їх окремих елементів (пряма реклама, знижки тощо); - системно визначено багатоаспектне значення фактору доходу в процесах, пов'язаних із прийняттям споживацьких рішень: доход як базовий внутрішній чинник споживацького вибору, як ресурс споживача раціонального характеру; доход як чинник структурного та якісного наповнення підсистеми, яка коригує сприйняття споживачем впливу комунікаційної системи та системи стимулювання попиту, які створюються підприємствами; доход в показниках рівня та диференціації як фактор схильності до ірраціональності; - в інформаційній функції комунікаційної системи підприємства виділено інформаційно-продуктову та інформаційно-функціональну складові, доведено, що в них в певному співвідношенні поєднуються як раціональне, так і ірраціональне наповнення (змішаний вплив функцій), а також те, що конкретне наповнення комунікаційних сигналів є результатом усвідомлено-неусвідомлених дій з боку їх створювачів; - визначено рівні та особливості впливу якості товару на вибір домашнього господарства в умовах ринкової системи, запропоновано нове бачення ролі та функцій якості товару, до яких віднесено: вплив на споживацький вибір; сприяння (унеможливлення) виходу на ринок; визначення цільового ринку; збереження довготривалих відносин зі споживачами; обумовлення змісту та характеру комунікаційних повідомлень; виявлено причини обмежених можливостей споживача щодо порівняння якості товарів; - запропоновано структуру пізнавальних здібностей домашнього господарства як суб'єкта споживацького вибору шляхом виділення груп первинних і вторинних факторів; в рамках моделі "доход - пізнавальні здібності - ірраціональність" пізнавальні здібності пропонується розглядати як обмежувач раціональності; в структурі ресурсів споживача визначено роль окремих елементів залежно від фактору доходу; - визначено ірраціонально-раціональне наповнення фактору моди, а також її економічний зміст як прискорювача процесів оновлення тих товарів і послуг, якими користуються для задоволення своїх потреб домашні господарства; запропоновано вважати моду фактором зменшення схильності домашніх господарств до заощаджень, засобом проти споживацького консерватизму, а також самостійним елементом системи комунікаційної політики підприємства. Наукові положення, висновки та рекомендації дисертаційного дослідження можуть бути використані як на науковому, так і на практичному рівні. На науковому рівні - науковими установами, аналітичними організаціями для подальшого поглиблення теоретичних уявлень щодо економічної поведінки домашніх господарств як споживачів на ринку України. На рівні підприємств можуть знайти своє ефективне застосування висновки та рекомендації автора щодо поширених проявів ірраціональності в поведінці домашніх господарств та шляхів їх найкращого врахування підприємствами при вдосконаленні своєї маркетингової політики. На макрорівні можуть бути використані рекомендації щодо удосконалення державної політики регулювання доходів домашніх господарств. Висновки дисертаційного дослідження можуть бути використані в навчальному процесі - у вищих навчальних закладах, а також на спеціальних навчальних програмах, в корпоративних школах. Автор створив програми курсів "Поведінка

споживачів" та "Техніка продажу", забезпечив їх методичне підкріплення та викладання в Дніпропетровському університеті економіки та права. Крім того, рекомендації автора використані при удосконаленні викладання таких навчальних дисциплін, як "Мікроекономіка" та "Маркетинг" (довідка від 17.05.2004 р.). Окремі рекомендації використані підприємствами в практичній діяльності: ЗАТ "Темде Україна" ЛТД (довідка №073 від 04.11.02 р.), ТОВ "Онікс" (довідка №39 від 19.03.03 р.), ДП "Праксет-Дніпро" ТОВ "Праксет" (довідка №004/4 від 18.07.2004 р.).

2. The object of the present research is the system of relations between households and enterprises which is formed in the process of consumer goods circulation under the circumstances of market transformation of Ukraine's economy. The objective of the dissertation paper is to find out the main reasons and forms of irrationality in the market behaviour of households as consumers, specific character of Ukrainian households' irrationality and to make suggestions for Ukrainian enterprises on how to take into consideration consumer's irrationality in managing business. The given research is based on systematic approach to the analyses of households' consumer behaviour. The reasons and displays of irrationality are analyzed in certain interrelation, and the irrationality itself as an element of a higher level system. While researching the system of irrationality factors the author uses both generally accepted methods of carrying out scientific research and specific ones: abstract and logical method, method ofsystematic analysis, statistical and economical method, method of analysis and synthesis, method of classification, graphical method and others. The theoretical and methodological basis of the dissertation paper in question was studying and artistic re -interpreting of the greatest achievements of Ukrainian and foreign scientists in the domain, of market behavior of economic subjects households as consumers. The information base of the research are official statistic materials, the reports of analytical agencies and organizations, original documents of the enterprises working on the Ukrainian market and normative documentation. The obtained results are new for the economic science because a model of behaviour of households as consumers has been suggested. It reveals the motives, forms and strength of irrationality as an integral part of a connumer decision making process in modern conditions and trends of the development of market relations in the economy of Ukraine. While carrying out the research the following has been done: - subdivision of irrational behaviour of households as consumers into conscious and unconscious has been suggested; groups of forms reflecting conscious and unconscious irrational motives as well as the role and the structure of people's cognition in the process of conscious and unconscious irrational behaviour have been found and analyzed; - the structure (cognition, social environment, psychological peculiarities of consumer) and a number of trends in the development of the system of the "filters" determining the level of influence of the external factors (communication system and sales stimulation system which are subsystems of enterprise management) on the consumer behaviour of households have been discovered; the development of the process of the above mentioned subsystems integration has been described; the main reason of low efficiency of its particular elements (direct advertising, discounts, etc.) have been found as well; - multi-aspect significance of the income factor in making consumer decisions has been determined: income as a basic internal factor of consumer choice, as a rational consumer resource, income as a factor of structural and qualitative contents of the subsystem which corrects consumer's perception of the effect of communication system and demand stimulation system created by enterprises; income (in terms of level and differentiation) as a factor of disposition to wards irrationality. - information-productive and information-functional entries of the information function of enterprise's communication system have been singled out; it has been proved that in some correlation they unify rational and irrational content (mixed effect of functions) and that particular content of communication signals is a result of conscious - unconscious actions of their creators - levels and peculiarities of a product quality influence on the choice of households in the market system have been determined; a new vision of a product quality role and functions including the influence on the consumer's choice, the encouragement for entering the market; finding the target market, keeping long-term relations with consumers; influencing the content and the character of communication messages has been suggested; reasons for limited possibilities of consumers in comparing quality of products have been revealed. The structure of cognition of a household as a subject of consumer choice made by singling out groups of primary and secondary factors has been suggested; in frames of the model "income -

cognition - irrationality" it is suggested to consider cognition as a "limitator" of rationality; the role of particular elements in the consumer resources structure has been determined depending on the income factor. Rational-irrational content of the factor of fashion as well as its economic essence of accelerator of the processes of replacement of the goods and services used by households to satisfy their needs has been determined; it has been suggested to consider fashion as a factor which reduces households' disposition towards savings, as a means against consumer conservatism, and independent element of enterprise's communication policy. Scientific theses, conclusions and recommendations of the dissertation research can be used both on scientific and practical level. Scientific institutions, analytical organizations can use them in further research of the economic behaviour of households as consumers on the Ukrainian market. Enterprises can use the author's conclusions and recommendations concerning irrationality in households' behavior and ways of taking it into account to improve the enterprise's marketing policy. The recommendations on the improvement of the governmental policy in regulating households' income can be used on macro-level. The conclusions of the dissertation research can be useful in teaching process for higher educational institutions as well as in special programs for corporate schools. The author has worked out the programmes of courses "Consumers behaviour" and "Sales techniques", provided their methodological background and teaching at Dnipropetrovsk University of Economics and Law. Besides, the author's recommendations have been used to improve the teaching of Microeconomics and Marketing. Some recommendations have been used in practice by enterprises: CJSC "Temde Ukraine", LLC "Onix" , SE "Praxet-Dnipro" of LLC "Praxet".

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. Петруня Юрій Євгенович
2. Petrunya Yuriy

Кваліфікація: д.е.н., 08.01.01

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. Тарасевич Віктор Миколайович

2. Тарасевич Віктор Миколайович

Кваліфікація: д.е.н., 08.01.01

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. Мазурок Петро Петрович

2. Мазурок Петро Петрович

Кваліфікація: к.е.н., 08.01.01

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	Холод Борис Іванович
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Холод Борис Іванович
Відповідальний за підготовку облікових документів	
Реєстратор	
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Т.А.