Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0417U003668

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 31-07-2017

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Аль-Газу Алі Ахмед Мохамед
2. Al-Ghozou Ali Ahmad Mohammad

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

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: 29-06-2017

Спеціальність за освітою: 7.100108

Місце роботи здобувача: ФОП "Аль-Газу Алі"

Код за ЄДРПОУ: 22222222

Місцезнаходження: 03056, м.Київ, вул. Гарматна, буд. 45, кв. 21

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 11.052.07

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: ДВНЗ "Донецький національний технічний університет"

Код за ЄДРПОУ: 02070826

Місцезнаходження: 85300, м. Покровськ, площа Шибанкова, 2

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. Маркетингова стратегія виходу українських промислових підприємств на ринки країн Близького Сходу

2. The marketing strategy for Ukrainian industrial enterprises to enter the markets of the Middle East

Реферат/анотація:

1. Дисертацію присвячено обґрунтуванню теоретичних засад і науково-методичних рекомендацій щодо формування маркетингової стратегії виходу українських промислових підприємств на ринки країн Близького Сходу. Об'єктом дослідження виступають процеси формування міжнародної маркетингової стратегії українських промислових підприємств при виході на ринки країн Близького Сходу. Під час дослідження використано методи теоретичного узагальнення та порівняння, економіко-статистичні методи та методи якісного та кількісного аналізу. Визначено мотиви та конкретизовано цілі виходу промислових підприємств на зарубіжні ринки. Встановлено, що формування стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки передбачає різні варіанти, що характеризуються способами виходу, вибором каналів збуту, гнучкістю, видами контролю, кожен з яких пов'язаний з певними витратами та ризиками. Доведено необхідність диференціації маркетингових заходів залежно від рівня формування ринкового середовища. Здійснено розподіл країн Близького Сходу на три групи за ступенем однорідності маркетингового середовища. Доведено доцільність диференційованого використання інструментів міжнародного маркетингу та їх

адаптації з урахуванням особливостей групування країн регіону, а також власних можливостей підприємства. За допомогою методу оцінки ймовірності здійснення маркетингових стратегій доведено високий рівень вірогідності реалістичного сценарію реалізації стратегії створення спільного складального підприємства в Йорданії.

2. The dissertation is devoted to the substantiation of theoretical principles and scientific and methodological recommendations on the formation of a marketing strategy for the release of Ukrainian industrial enterprises into the markets of the Middle East countries. The object of research is the processes of formation of the international marketing strategy of Ukrainian industrial enterprises when entering the markets of the Middle East countries. During the research, methods of theoretical generalization and comparison, economic-statistical methods and methods of qualitative and quantitative analysis were used. The main reasons and purposes of entering foreign markets by the enterprises are defined and specified. It is found that the formation of foreign market entry strategies offers different alternatives characterized by means of entry choice, distribution channels flexibility, control types, each of which is associated with certain costs and risks. The necessity of differentiating marketing activities depending on the external market environment level are proved. Based on the research of set of economic, political, legal, social, cultural and technological factors of the Middle East marketing environment the grouping of countries of the region into three groups according to the degree of marketing environment homogeneity are made. The research proved that the process of forming an effective strategy for Ukrainian industrial companies to enter the markets of the Middle East provides differentiated use of international marketing instruments and their adaptation according to the groups of countries in the region, as well as to the internal business opportunities. The method of assessing the likelihood of implementing marketing strategies proved high probability of realistic scenario for creating a joint assembly plant implementation strategy in Jordan.

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. Швець Ірина Борисівна

2. Shvets Iryna Borisyvna

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. Дубницький Володимир Іванович
2. Дубницький Володимир Іванович

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. Латишев Костянтин Олександрович
2. Латишев Костянтин Олександрович

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

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Швець Ірина Борисівна
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Швець Ірина Борисівна
Відповідальний за підготовку облікових документів	
Реєстратор	
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Т.А.