Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0410U004670

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 15-11-2010

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Сай Дарія Валеріївна

2. Sai Dariia Valeriivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

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: 05-11-2010

Спеціальність за освітою: 8103

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): Д26.055.01

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: Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: 02156, м. Київ, вул. Кіото, 19

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.81.55

Тема дисертації:

1. Маркетингові стратегії підприємств на фармацевтичному ринку

2. Marketing strategies of the enterprises on the pharmaceutical market

Реферат/анотація:

1. У дисертації розглянуто стратегії підприємств фармацевтичного бізнесу та запропоновано авторське розуміння сутності процесів розроблення та імплементації маркетингових стратегій. Доведено, що стратегії фармацевтичних підприємств мають передбачати багатоаспектність, консеквентність і виявлятися у логічному виокремленні трьох сегментів (лікарів, фармацевтів, споживачів) для двох груп товарів (рецептурних і безрецептурних фармацевтичних продуктів). Визначено, що конститутивними компонентами процесу формування маркетингових стратегій є сегментування, таргетування, позиціонування в межах дезидератів соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу. Удосконалено методичний підхід оцінки зв'язку сегментування, таргетування, позиціонування і формування конкурентних маркетингових стратегій підприємств на основі використання методу рейтингової оцінки сегментів. Запропоновано уведення трейд-маркетингу для впроваджування стратегій маркетингу в сучасних умовах зростаючої конкуренції з боку вітчизняних й закордонних підприємств та розроблено систему формування функцій та бюджету цього

структурного підрозділу. Пропозиції щодо формування та реалізації стратегій маркетингу на фармацевтичному ринку сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності та удосконаленню процесів запровадження соціально-етичного маркетингу фармацевтичних підприємств.

2. Strategies of the enterprises of pharmaceutical business are considered in the dissertation and the author's understanding of the essence of a processes of elaboration and implementation of marketing strategies is presented. It is proved, that strategies of pharmaceutical enterprises should provide multi-aspects, consequence and they have to be exposed in a logic highlighting of three segments (doctors, pharmacists, consumers) for two groups of goods (ethical and OTC pharmaceutical products). Constructive components of processes of formation of marketing strategies are segmentation, targeting, positioning in frameworks of desiderates of social pharmaceutical business. It is recognized, that the most essential factors of success of the pharmaceutical enterprise and its goods on the market are: manufacturing and sale of products which reply the European standards, high quality, and efficiency which is proved by long-term medical trials; highly skilled medical representatives; use of optimal methods of promotion of the goods. The analysis is carried out and it is proved, that strategic planning of marketing communication has special value for pharmaceutical marketing because specific to the pharmaceutical market channels of communications are used for promotion of medicinal products. Introduction of trade-marketing for implementation of marketing strategies in modern conditions of increasing competition from the side of local and foreign enterprises is offered, and the system of functions' and budget building of this structural division is offered. The suggestion of formation and realisation of marketing strategies on the pharmaceutical market will encourage increase of competitiveness and perfection of the processes of implementation of socially-ethical marketing of the pharmaceutical enterprises.

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. Ортинська Валентина Василівна
2. Ortunska Valentina Vasulivna

Кваліфікація: к.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

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Бай Сергій Іванович
2. Бай Сергій Іванович

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

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Євдоченко Олена Олександрівна
2. Євдоченко Олена Олександрівна

Кваліфікація: к.е.н., 08.05.01

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 Корольчук Олександр Петрович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Корольчук Олександр Петрович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.