Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0412U005929

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 30-10-2012

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Файзулаєва Каріна Алієвна

2. Fayzulayeva Karina Alijevna

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: 27-09-2012

Спеціальність за освітою: 8.050106

Місце роботи здобувача: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: 61166, м. Харків, проспект Науки, 9 а

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): Д 64.055.01

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

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: проспект Науки, 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: 61166, м. Харків, проспект Науки, 9 а

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. Організація маркетингового аудиту на промисловому підприємстві
2. Organization of marketing audit at an industrial enterprise

Реферат/анотація:

1. Об'єкт дослідження: процес аудиту маркетингової діяльності на промислових підприємствах; мета роботи: подальший розвиток теоретичних і методичних положень, розробка науково-практичних рекомендацій щодо організації маркетингового аудиту на промислових підприємствах; методи дослідження та апаратура: монографічний і теоретичного узагальнення, абстрагування, аналізу і синтезу, порівняння, багатовимірного кореляційно-регресійного аналізу, кластерного аналізу, кореляційного аналізу, експертних оцінок, графічний; теоретичні і практичні результати: удосконалено методичний підхід до оцінки маркетингового потенціалу підприємства, який, на відміну від існуючих, полягає у визначенні потенціалу ринку та потенціалу маркетингової діяльності, що дозволяє враховувати зовнішні ринкові фактори та внутрішні можливості підприємства при проведенні маркетингового аудиту; процес організації маркетингового аудиту на підприємстві завдяки визначенню сфери використання методів аудиту на різних його етапах, що

дозволить підвищити ефективність маркетингового аудиту на підприємстві; класифікація видів маркетингового аудиту за рахунок введення таких теоретично обґрунтованих та практично значущих класифікаційних ознак, як: причини проведення (попереджуючий, антикризовий, пробний); глибина дослідження (поглиблений, експрес-аудит); періодичність проведення (періодичний, неперіодичний); об'єкти дослідження (повний, тематичний), що дає можливість обирати найбільш прийнятний вид маркетингового аудиту залежно від потреб підприємства; система показників оцінки потенціалу маркетингової діяльності підприємства, що відрізняється від існуючих доповненням її показником резерву розвитку потенціалу маркетингової діяльності, який визначається як різниця між максимальним та фактичним рівнем використання потенціалу, що дозволяє визначити запас невикористаних матеріальних, організаційних, інформаційних і трудових ресурсів у процесі маркетингового аудиту; визначення поняття маркетингового аудиту як процесу перевірки маркетингової діяльності, яке, на відміну від існуючих, відображає його спрямованість на вдосконалення маркетингової діяльності, ліквідацію виявлених недоліків та проведення заходів для використання резервів; це дозволило розмежувати поняття маркетингового аудиту і маркетингової ревізії, визначити їхні сутнісні відмінності та необхідність зосередження зусиль маркетингового аудиту на якісних змінах у маркетинговій діяльності; ступінь упровадження: розробки впроваджені в практичну діяльність ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я», ЗАТ Харківське підприємство по виробництву імунобіологічних та лікарських препаратів «Біолік», ТОВ «Мікрофарм»; сфера використання: маркетингова діяльність підприємств.

2. Research object:the process of marketing activity audit at industrial enterprises; the purpose of the work: development of theoretical and methodological provisions and scientific-practical recommendations of marketing audit organization at the industrial enterprise; research methods and instruments: monographic and theoretical generalization, abstracting, analysis and synthesis, comparison, multiple classification and correlation and regression analysis, cluster analysis, graphic method, expert estimations; theoretical and practical results: methodical approach for marketing potential evaluation, which, unlike existing, consists separate estimation of market potential and marketing activity potential, that gives possibility to consider external market factors and internal opportunities of an enterprise in the marketing audit process; marketing audit organization process at an enterprise is improved by determination of the scope of the audit methods on its different stages, that makes it possible to increase the effectiveness of marketing audit at the enterprise; classification of marketing audit is improved by the addition of such theoretically based and practically significant classifications: reason of conduction (preventing, antirecessionary, trial), the depth of investigation (in-depth, express-audit), frequency of conduction (periodic, nonperiodic), the object of investigation (overall, topical), that makes it possible to choose the most appropriate type of audit, depending on the needs of the enterprise; indicator system for the marketing activity potential evaluation, which is different from the existing by complementation it with the indicator of reserve of marketing activity potential development, which is defined as the difference between the maximum and actual use of the potential that determines the stock of unused resources in the process of marketing audit, the definition of the concept of marketing audit as a process of marketing activity examination which, in contrast to existing displays its focus on improving marketing, eliminating gaps and conduction of activities for the reserves use; this allowed to distinguish between the marketing audit and marketing revision to determine their essential differences and the need to focus marketing audit on the quality changes in marketing activities; subject and degree of introduction: developments are put in practical activity of Ltd. «Pharmaceutical company «Zdorovje», CJSC «Kharkiv Enterprise for production of immunobiological and medicinal «Biolik», Ltd. «Micropharm»; sphere of the use: marketing activity of 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. Українська Лариса Олегівна
2. Ukrajinska Larysa Olegivna

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

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Перерва Петро Григорович
2. Перерва Петро Григорович

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. Яловега Наталія Іванівна

2. Яловега Наталія Іванівна

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 Пономаренко Володимир Степанович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Пономаренко Володимир Степанович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності Юрченко Т.А.