Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0415U005786

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 29-12-2015

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Кошарна Поліна Сергіївна
2. Kosharna Polina Serhiivna

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: 14-10-2015

Спеціальність за освітою: 8.050103

Місце роботи здобувача: ТОВ "Науково-виробниче підприємство "Сузір'я ПЕТ"

Код за ЄДРПОУ: 37365006

Місцезнаходження: 61093, Вулиця Полтавський Шлях, будинок 115

Форма власності:

Сфера управління:

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. Формування стратегічного інструментарію позиціонування підприємства

2. Formation of the strategic toolkit for enterprises positioning

Реферат/анотація:

1. Об'єкт дослідження: процес стратегічного управління діяльністю машинобудівного підприємства; мета роботи: розвиток теоретичних положень, розробка методичних і практичних рекомендацій щодо формування стратегічного інструментарію позиціонування машинобудівного підприємства; методи дослідження та апаратура: аналізу і синтезу, індуктивний і дедуктивний, спостереження, порівняння, формалізації, сегментування, методи бізнес-аналізу, веб-аналізу, кластерного аналізу, експертного опитування; теоретичні і практичні результати: методичний підхід до формування стратегічного інструментарію позиціонування підприємства, що, на відміну від існуючих, базується на положенні про необхідність визначення напрямів його формування за рахунок оцінки бажаної та поточної позиції підприємства відносно основних груп учасників стратегічного впливу за критеріями стійкості конкурентних переваг, безпеки міжорганізаційних відносин, маркетингової активності, екологічності та соціальної

відповідальності; аналітична складова стратегічного інструментарію позиціонування підприємства, відмінністю якої є розширення процедури сегментування за стратегічною позицією через визначення груп стратегічного впливу; стратегічний інструментарій візуалізації позиції підприємства, що визначено як комунікаційний інструментарій через використання на корпоративному сайті підприємства інформації про стратегічні цілі, дотримання принципів екологічної та соціальної відповідальності, розвиток партнерських відносин, маркетингової та інноваційної активності підприємства; понятійний апарат формування стратегічного інструментарію позиціонування підприємства відмітність якого полягає у визначенні ключових понять та взаємозв'язків між ними, де «позиціонування» розглядається як послідовність дій по визначенню, оцінці та донесенню «позиції підприємства» до «груп стратегічного впливу» зовнішнього оточення підприємства за рахунок формування та використання відповідних способів, методів та заходів «стратегічного інструментарію позиціонування»; зміст стратегічного інструментарію позиціонування підприємства, що включає значеннєву, проектну, візуалізаційну, техніко-технологічну; організаційну та аналітичну складові; класифікація видів позицій підприємства, в якій відповідно узагальненим концептуальним положенням виділено стратегічну позицію як генеруючу в процесах розвитку підприємства та розширено за рахунок обґрунтування необхідності врахування позиції підприємства відносно груп учасників стратегічного впливу (конкурентів; споживачів; постачальників; інвесторів, кредиторів, партнерів; держави); ступінь упровадження: розробки впроваджені в практичну діяльність ПрАТ «У.П.Е.К.», ДП «ФЕД», ХНЕУ ім. С. Кузнеця при викладанні навчальних дисциплін "Стратегічний аналіз" і "Дослідження стратегічного потенціалу підприємства"; сфера використання: процес стратегічного управління машинобудівних підприємств, навчальний процес.

2. Research object: the process of strategic management of machine-building enterprise; purpose: development of theoretical propositions, methodical and practical recommendations as for the formation of toolkit of enterprises strategic positioning; research methods and instruments: methods of analysis and synthesis, inductive and deductive, observation, comparison, formalization, segmentation, business analysis, web analysis, cluster analysis, expert evaluation; theoretical and practical results: methodical approach to formation of toolkit of enterprises strategic positioning, which unlike existing is based on the point of the need to identify directions of its formation through evaluation of desired and current position of an enterprise concerning key stakeholders according to criteria of competitive advantages sustainability, interorganizational relations security, marketing activities, environment and social responsibility; analytical tools of enterprises strategic positioning, the difference being the extension of the procedure of segmentation in a strategic position through the identification of groups of strategic influence; strategic tools for visualization of enterprises position, which is defined as communication tool through the use in the enterprises corporate website of information about strategic goals, obeying principles of environmental and social responsibility, partnerships development, innovative activity of an enterprise; the conceptual framework of the formation of positioning strategic toolkit, the difference of which is the identification of key concepts and relationships between them, where "positioning" is considered as a sequence of actions to define, assess and report "position" to "groups of strategic influence" through the formation and use of appropriate methods and measures of " positioning strategic toolkit"; the content of the toolkit of enterprises strategic positioninge, which includes conceptual, design, visualization, technical and technological, organizational, and analytical components; classification of enterprises positions in which according to the conceptual provisions strategic position is highlighted and identified as a generating in the processes of enterprises development and expanded through the justification of need to consider position of a company relative to the groups of strategic influence (competitors, consumers, suppliers, creditors and partners, state); level of implementation: suggestions are implemented in practice of private joint stock company «U.P.E.K.», state enterprise «FED», S. Kuznets KhNUE in teaching disciplines "Strategic analysis" and "Research potential strategic enterprises"; sphere of usage: the process of strategic management of machine-building enterprises, educational process.

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. Отенко Ірина Павлівна

2. Otenko Iryna Pavlivna

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. Вартанова Олена Вікторівна

2. Вартанова Олена Вікторівна

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. Погорелов Юрій Сергійович
2. Погорелов Юрій Сергійович

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

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.