Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0821U102901

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 21-12-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Омаров Ельвін Шахін огли

2. Omarov Elvin

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 073

Назва наукової спеціальності: Управління та адміністрування. Менеджмент

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 17-12-2021

Спеціальність за освітою: Бізнес-адміністрування

Місце роботи здобувача: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: проспект Науки, буд. 9-а, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61166, Україна

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): ДФ 64.055.025

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

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: проспект Науки, буд. 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: проспект Науки, буд. 9-а, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61166, Україна

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. Управління поведінкою споживачів на торговельному підприємстві.

2. Management of Consumer Behavior in Trading Enterprise.

Реферат/анотація:

1. Дисертація присвячена узагальненню та розвитку теоретичних положень, розробці методичних підходів та практичних рекомендацій щодо управління поведінкою споживачів на торговельному підприємстві. У першому розділі проведено морфологічний аналіз терміну «поведінка споживача» за родовим поняттям, суб'єктом, об'єктом споживчої поведінки, дією суб'єкта щодо об'єкта, що дозволив надати авторське визначення поведінки споживача як сукупності фізичних, психологічних, емоційних, пізнавальних і соціальних процесів, включаючи виявлення потреби, пошук інформації, подальший вибір, придбання, використання, обслуговування, оцінку, розпорядження товарами, послугами, ідеями, часом, подіями, досвідом чи будь-якими іншими об'єктами, а також подальший обмін інформацією, що здійснюються окремими особами, групами чи організаціями з метою задоволення їхніх потреб і побажань у контексті внутрішніх і зовнішніх факторів, які керують такими процесами, та їх впливу на споживача та його оточення.

Проведене дослідження підтвердило, що одним із найбільш суперечливих питань в управлінні поведінкою споживачів є моральна дилема щодо того, наскільки компанія може впливати на споживачів. Разом з екологічними, конкурентними проблемами, проблемою захисту прав працівників, тощо ця дилема призвела до появи соціально-етичного маркетингу як відображення концепції корпоративної соціальної відповідальності, яка сьогодні еволюціонує у концепцію соціального підприємництва. На основі інтеграції принципів маркетингу та принципів поведінки споживачів, в роботі сформульовано перелік принципів управління поведінкою споживачів, а саме: орієнтованість на споживача, гнучкість та креативність, міждисциплінарний науковий підхід, комплексність, довгострокова орієнтація, соціальне підприємництво. Ці принципи були інтегровані в розроблену модель управління поведінкою споживачів на торговельному підприємстві, яка об'єднує етапи та фактори поведінки споживачів, інструменти управління поведінкою споживачів та потребує інтеграції елементів соціального підприємництва до маркетингової стратегії. У другому розділі дисертації було проведено емпіричне дослідження ключових факторів, що впливають на поведінку споживачів на торговельному підприємстві. З метою обмеження кількості факторів та визначення тих із них, які найбільше впливають на поведінку споживачів на торговельних підприємствах, було проведене експертне опитування. В роботі обґрунтовано поділ факторів 3 групи для проведення опитування: внутрішні фактори, зовнішні фактори та поведінкові реакції споживача. На основі переліку відібраних експертами факторів розроблена анкета для оцінки факторів впливу на поведінку споживачів. Враховуючи структуру споживчих витрат та роздрібної торгівлі в Україні, зроблено висновок, що оптимальним форматом точок роздрібної торгівлі виходячи з завдань нашого дослідження є неспеціалізовані роздрібні магазини. У третьому розділі дисертації до результатів проведеного опитування споживачів застосовано метод факторного аналізу з метою визначення взаємозв'язків між кожною групою факторів поведінки споживачів та їх об'єднання в інтегральні фактори. На наступному етапі розроблено кореляційну матрицю інтегральних факторів споживчої поведінки, що дозволила визначити міжгрупові зв'язки та обґрунтувати висновки та рекомендації для торгових підприємств щодо управління поведінкою споживачів. Розроблено науково-практичний підхід до вибору інструментів управління поведінкою споживачів. В якості реалізації такого підходу на основі факторів споживчої поведінки, що є складовими комплексу маркетингу, визначено попередній перелік інструментів управління поведінкою споживачів. На основі такого переліку сформульовано набір гіпотез щодо позитивного впливу на поведінку споживачів у торговельних підприємствах таких інструментів як музичне оформлення, попередня реклама відомого продукту, методика неокруглених цін, кольорове оформлення цінників товарів, чесні поради продавців щодо особистого позитивного досвіду споживання продукту, особистий досвід споживання продукту та благодійність, що здійснюється магазином. Узагальнюючи результати проведених досліджень, розроблено методичний підхід до управління поведінкою споживачів на торговельному підприємстві. Поряд з ключовими складовими розробленої моделі управління поведінкою споживачів, він містить етапи вибору інструментів управління поведінкою споживачів, а також методичні положення щодо оцінки економічного ефекту від впровадження інструментів управління поведінкою споживачів. Практична цінність результатів дослідження підтверджується їх впровадженням у діяльність ТОВ «Хазар» ЛТД успішно впровадило підхід до управління поведінкою споживачів (довідка № 86 від 27.08.2021 р.); ТОВ «Харків-Інвест» (довідка № 35/21 від 27.08.2021 р.). У навчальний процес ХНЕУ ім. С. Кузнеця під час викладання дисципліни «Управління маркетингом і збутом» для підготовки магістрів за спеціальністю 073 «Менеджмент» (довідка № 28/86-21-99 від 27.08.2021 р.).

2. The dissertation is devoted to the generalization and development of theoretical provisions, to the development of methodological approaches and practical recommendations for the management of consumer behavior in trading enterprise. In the first chapter, the morphological analysis of the term “consumer behavior” by genus, subject, object of consumer behavior and by the actions conducted by subject towards the object is performed, allowing to provide the author’s definition of consumer behavior as a set of physical, psychological, emotional, cognitive and social processes including need recognition, information search, selection, purchase, use, service, evaluation, disposal of goods, services, ideas, time, events, experiences, or any other entities, and further

information sharing, performed by individuals, groups, or organizations in order to meet their needs and wants in context of internal and external factors driving such processes and their impacts on consumer and environment. Analysis of existing definitions of consumer behavior management has shown that there is no definition that describes this category comprehensively. So the author's definition of consumer behavior management is formulated in the dissertation: a subsystem of marketing management that embodies principles, methods, instruments and practices of interacting with customers in all the stages of their consumer behavior in order to both achieve a company's strategic and tactical marketing goals and satisfy customer needs in a socially responsible way. Basing on the integration of marketing principles and the principles of consumer behavior, the list of principles of consumer behavior management is formulated in the dissertation, namely: consumer orientation, flexibility and creativity, cross-disciplinary scientific approach, complexity, long-term orientation, social entrepreneurship. Those principles were integrated into the developed model of consumer behavior management in trading enterprise which aggregates stages and factors of consumer behavior, instruments of consumer behavior management and requires integration of social entrepreneurship elements to the marketing strategy. In the second chapter of the dissertation, the empirical research of key factors impacting consumer behavior in trading enterprises was conducted. In order to limit the number of factors and define those causing the strongest impact on consumer behavior in trading enterprises, the experts were interviewed. In the dissertation, the subdivision of factors in 3 groups for the interviewing purposes was substantiated, and such groups of factors were defined: internal factors, external factors and behavioral responses of consumer. Basing on the list of factors, selected by experts, the questionnaire for evaluation of consumer behavior factors was developed. Taking into account the structure of consumer expenses and the structure of retail trade in Ukraine, it was concluded that the optimal format for points of sales in terms of our research is non-specialized retail stores. In the third chapter of the dissertation, the method of factor analysis is applied to the results of consumers' interviewing, in order to define the relationships within every group of factors of consumer behavior and to join them into integral factors. On the next step, the correlation matrix for the integral factors of consumer behavior was developed, allowing to define intergroup relationships and to develop conclusions and recommendations on consumer behavior management by trading enterprises. The scientific and practical approach to choosing of instruments of consumer behavior management was developed. The set of hypotheses on the positive effect of list of instruments on consumer behavior in trading enterprises was formulated, namely: music sound, preliminary advertisement of the known product, colouring the product's price label, fair reference of personal positive experience regarding the product, personal experience of using the product, and of charity performed by the shop. Generalizing the results of researches being conducted, the methodical approach to consumer behavior management in trading enterprise was developed. Along with the key components of the developed consumer behavior management model, it contains the stages of choosing the instruments of consumer behavior management and the methodical provisions to evaluate the economic effect of implementation the instruments of consumer behavior management. The practical value of the research results is confirmed by their implementation into the activities of Hazar LLC has successfully implemented the approach to managing consumer behavior (reference № 86 from 27.08.2021); Kharkiv-Invest LLC (reference № 35/21 from 27.08.2021). In the educational process of Simon Kuznets KNUE in the course of teaching of the discipline "Marketing and Sales Management" for masters in specialty 073 "Management" (reference № 28/86-21-99 from 27.08.2021).

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. Лепейко Тетяна Іванівна

2. Lepeyko Tetyana Ivanivna

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. Ілляшенко Сергій Миколайович

2. Illiashenko Sergei Nikolaevich

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. Капінус Лариса Василівна

2. Kapinus Larysa Vasylivna

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

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Назарова Галина Валентинівна

2. Nazarova Galyna Valentynivna

Кваліфікація: д.е.н., 08.06.01

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. Дорохов Олександр Васильович

2. Dorochov Oleksandr Vasylovych

Кваліфікація: к. т. н., 05.22.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Раєвнєва Олена Валентинівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Раєвнєва Олена Валентинівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.