

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0425U000127

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 16-04-2025

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Каткова Тетяна Іванівна

2. Tetiyana I. Katkova

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-5209-3139

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: 24-04-2025

Спеціальність за освітою: міжнародні економічні відносини

Місце роботи здобувача: Хмельницький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071234

Місцезнаходження: вул. Інститутська, буд. 11, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 08.893.01

Повне найменування юридичної особи: Університет митної справи та фінансів

Код за ЄДРПОУ: 39568620

Місцезнаходження: вул. Володимира Вернадського, буд. 2/4, Дніпро, Дніпровський р-н., 49000, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Хмельницький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071234

Місцезнаходження: вул. Інститутська, буд. 11, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.56.31

Тема дисертації:

1. Механізм формування маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств
2. Mechanism of forming a marketing strategy for foreign economic activity of enterprises

Реферат:

1. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методичних положень, розробка наукових підходів та практичних рекомендацій щодо механізму формування маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Для досягнення поставленої мети в роботі сформульовано та виконано такі завдання: узагальнено концептуальні підходи до формування та розвитку маркетингових стратегій зовнішньоекономічної діяльності підприємств; обґрунтовано систематизацію маркетингових стратегій у зовнішньоекономічній діяльності підприємств; удосконалено методичні підходи до оцінювання маркетингових стратегій підприємства, надано параметричну характеристику маркетингового середовища зовнішньоекономічної діяльності підприємств на ринку продукції машинобудування в Україні; здійснено аналіз факторів впливу на формування ефективних маркетингових стратегій експортоорієнтованих підприємств на міжнародних ринках продукції машинобудування; надано оцінку ринкових факторів зовнішньоекономічної діяльності підприємств-імпортерів кінцевої продукції машинобудування на національному ринку; поглиблено підходи до процедури моніторингу показників стратегічного маркетингу у

зовнішньоекономічній діяльності підприємства та інші. Об'єктом дослідження є економічні процеси щодо механізму формування маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних положень та практичних засад механізму формування та удосконалення маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Наукова новизна одержаних результатів полягає у цілісному дослідженні теоретичних та методичних підходів до розв'язання науково-практичного завдання щодо механізму формування та удосконалення маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Удосконалено методичний підхід до оцінювання маркетингових концепцій з орієнтацією на споживачів. Удосконалено модель маркетингового середовища зовнішньоекономічної діяльності підприємств на національному та міжнародному ринках продукції машинобудування, яка в оптимальному стані має відображати баланс попиту та пропозиції продукції машинобудування, що виражається у збалансованості інтересів експорто- та імпортоорієнтованих підприємств на національному ринку і країн-експортерів й країн-імпортерів на міжнародних ринках. Удосконалено механізм формування маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності для різних типів експортоорієнтованих підприємств, які втратили національний ринок. Набули подальшого розвитку підходи до визначення сутності поняття «маркетингова стратегія», як комплекс заходів промислових підприємств, орієнтованих на ринкові цінності, що передбачає розробку стратегічних рішень, які сприяють ефективному досягненню цілей підприємства в середньостроковій та короткостроковій перспективі. Набув подальшого розвитку науково-практичний підхід до систематизації та групування факторів впливу мікрорівня. Набув подальшого розвитку науково-теоретичний підхід до систематизації та групування факторів впливу на процес розвитку маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Набули подальшого розвитку підходи до визначення комплексного моніторингу стратегічного маркетингу зовнішньоекономічної діяльності підприємств. У дисертації подано нове вирішення наукового завдання з розвитку теоретичних положень, розробки методичних підходів та практичних рекомендацій щодо механізму формування маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

2. The purpose of the dissertation is to substantiate theoretical and methodological provisions, develop scientific approaches and practical recommendations regarding the mechanism for forming a marketing strategy for foreign economic activity of enterprises. To achieve the set goal, the following tasks were formulated and performed in the work: conceptual approaches to the formation and development of marketing strategies for foreign economic activity of enterprises were generalized; the systematization of marketing strategies in foreign economic activity of enterprises was substantiated; methodological approaches to evaluating marketing strategies of enterprises were improved, a parametric characteristic of the marketing environment for foreign economic activity of enterprises in the market of mechanical engineering products in Ukraine was provided; an analysis of factors influencing the formation of effective marketing strategies of export-oriented enterprises in international markets of mechanical engineering products was carried out; an assessment of market factors of foreign economic activity of enterprises-importers of final mechanical engineering products in the national market was provided; approaches to the procedure for monitoring strategic marketing indicators in the foreign economic activity of an enterprise have been deepened and others. The object of the study is economic processes regarding the mechanism for forming a marketing strategy for foreign economic activity of enterprises. The subject of the study is a set of theoretical and methodological provisions and practical principles of the mechanism for forming and improving the marketing strategy for foreign economic activity of enterprises. The scientific novelty of the results obtained lies in the holistic study of theoretical and methodological approaches to solving the scientific and practical problem regarding the mechanism for forming and improving the marketing strategy for foreign economic activity of enterprises. The methodological approach to evaluating marketing concepts with a focus on consumers has been improved. The model of the marketing environment of foreign economic activity of enterprises in the national and international markets of mechanical engineering products has been improved, which in an optimal state should reflect the balance of demand and supply of mechanical engineering products, which is expressed in the balance of interests of export- and import-oriented enterprises in the national market and exporting and importing countries in international markets. The mechanism for forming a marketing strategy

for foreign economic activity for various types of export-oriented enterprises that have lost the national market has been improved. Approaches to defining the essence of the concept of "marketing strategy" as a set of measures of industrial enterprises focused on market values, which involves the development of strategic decisions that contribute to the effective achievement of the enterprise's goals in the medium and short term, have been further developed. The scientific and practical approach to systematizing and grouping micro-level influence factors has been further developed. The scientific and theoretical approach to systematizing and grouping factors influencing the process of developing marketing strategies for foreign economic activities of enterprises has been further developed. Approaches to determining comprehensive monitoring of strategic marketing for foreign economic activities of enterprises have been further developed. The dissertation presents a new solution to the scientific task of developing theoretical provisions, developing methodological approaches and practical recommendations regarding the mechanism for forming a marketing strategy for foreign economic activities of an enterprise.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Не застосовується

Підсумки дослідження: Нове вирішення актуального наукового завдання

Публікації:

- 1. Нижник В. М., Каткова Т.І. Проблеми формування цілісності міжнародного маркетингу підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2006, №5, Т. 3 (84). С. 47–51.
- 2. Каткова Т.І. Організаційні основи застосування маркетингових стратегій виходу на міжнародні ринки промислових підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2007, №5, Т. 2 (97). С.92–97.
- 3. Каткова Т.І. Сучасна парадигма формування ефективного маркетингу на підприємстві. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2008, №5, Т. 2 (119). С.68–74.
- 4. Каткова Т.І. Чинники та динаміка прибутковості зовнішньоекономічних операцій машинобудівних підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2009, №5, Т.1 (135). С.204–207.
- 5. Каткова Т.І. Фактори формування ефективної маркетингової стратегії машинобудівних підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2010, № 6, Т. 3 (164). С.203–207.
- 6. Каткова Т.І. Моніторинг показників стратегічного маркетингу в реалізації зовнішньоекономічної політики машинобудівних підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2011, № 5, Т. 1 (180). С.150–155.
- 7. Каткова Т.І. Елементи механізму маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Таврійський економічний журнал. № 6. 2011. С.122–124.
- 8. Каткова Т.І. Підходи до формування маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності машинобудівного підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2012, №4, Т. 2 (190). С. 179–183.
- 9. Каткова Т.І. Критеріальна база вибору маркетингових стратегій зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2016. Вип.ІІІ-ІV (63–64). С.204–213.
- 10. Каткова Т.І. Вдосконалення зовнішньоекономічних маркетингових стратегій машинобудівного підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2017, №6, Т. 2 (253). С.183–189.

- 11. Любохинець Л. С., Каткова Т. І., Кравчик Ю. В. Аналіз фінансово-економічних передумов забезпечення економічної безпеки промислового підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. № 2 (1). С. 167–173.
- 12. Каткова Т.І., Кравчик Ю. В. Організаційно-економічні аспекти управління маркетинговим забезпеченням розвитку зовнішньоекономічних операцій підприємства. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Т. 7. № 1. С. 52–61.
- 13. Каткова Т.І. Стратегічні пріоритети маркетингової політики в системі забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Modeling the development of the economic systems. 2022. №1. С. 72–79.
- 14. Джерелюк Ю., Кравчик Ю., Гарафонова О., Каткова Т. Оцінювання конкурентоспроможності продукції машинобудівного підприємства як інтегральна характеристика ефективності його маркетингової діяльності. Modeling the development of the economic systems. 2022. №2. С.101–108.
- 15. Каткова Т.І. Автоматизація процесів збору і обробки маркетингової інформації у зовнішньоекономічній діяльності. International Journal of Economics and Society. 2016. Vol.2. Iss.6. P.108–114.
- 16. Kovalchuk S., Tsurska B., Nianko V., Katkova T., Baran R. Prospects of the marketing communication development of trade enterprises in current conditions. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2022. Vol. 44(2). P. 201–208.
- 17. Каткова Т.І. Підходи до автоматизації обробки маркетингової інформації зовнішньоекономічної діяльності. Економічна безпека країни: загрози та виклики в умовах глобалізації: збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих учених (м. Київ, 20–21 листопада 2015 р.). У 2-х частинах. К.: Аналітичний центр «Нова економіка», 2015. Ч.2. С.86–90.
- 18. Каткова Т.І. Завдання та цілі автоматизації процесів збору маркетингової інформації зовнішньоекономічної діяльності. Наука та інновації як основні шляхи вирішення проблем модернізації економіки: збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 18–19 грудня 2015 р.) / ГО «Центр економічних досліджень та розвитку». У 2-х частинах. О. : ЦЕДР, 2015. Ч. 1. С.87–90.
- 19. Каткова Т.І. Елементи сучасної маркетингової стратегії в системі показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств. State university of Yan Kochanowski International Scientific Conference Modernization of socio-economic systems: the new economic conditions: Conference Proceedings, Part 1, September 28, 2016. Kielce, Poland: Baltija Publishing. P.101–104.
- 20. Каткова Т.І. Елементи формування маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Сучасні проблеми та перспективи розвитку підприємництва та фінансово-економічного потенціалу регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 11 листопада 2016 р.). У 2-х частинах. Запоріжжя: Запорізька державна інженерна академія, 2016. Ч.1. С.119–123.

Наукова (науково-технічна) продукція: аналітичні матеріали

Соціально-економічна спрямованість: нове вирішення наукового завдання з розвитку теоретичних положень, розробки методичних підходів та практичних рекомендацій щодо механізму формування маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Охоронні документи на ОПВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0110U002218 0112U002248

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Нижник Віктор Михайлович
2. Viktor M. Nyzhnyuk

Кваліфікація: д.е.н., професор, 08.09.01

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-8624-6444

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Хмельницький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071234

Місцезнаходження: вул. Інститутська, буд. 11, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Білик Вікторія Вікторівна
2. Viktoriia V. Bilyk

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-1809-0804

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Код за ЄДРПОУ: 02125622

Місцезнаходження: бульвар Шевченка, буд. 81, Черкаси, Черкаський р-н., 18031, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Єпіфанова Ірина Юріївна
2. IRYNA YEPIFANOVA

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-0391-9026

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Вінницький національний технічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02070693

Місцезнаходження: вул. Хмельницьке шосе, буд. 95, Вінниця, Вінницький р-н., 21021, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради

Сердюков Костянтин Георгійович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні

Сердюков Костянтин Георгійович

Відповідальний за підготовку
облікових документів

Мар'ян Олена Анатоліївна

Реєстратор

УкрІНТЕІ

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності



Юрченко Тетяна Анатоліївна