Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0418U001740

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 30-05-2018

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Юрчак Едуард Володимирович
2. Yurchak Eduard Volodymyrovych

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: 24-05-2018

Спеціальність за освітою: Маркетинг

Місце роботи здобувача: ТОВ «АРМАДА ОХОРОНА СЕРВІС»

Код за ЄДРПОУ: 36241087

Місцезнаходження: вул. Молодогвардійська, 11, м. Київ, Київ, 03151, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 26.055.01

Повне найменування юридичної особи: Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: вул. Кіото, 19, м. Київ, Київська обл., 02156, 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: Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: вул. Кіото, 19, м. Київ, Київська обл., 02156, 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. Бренд-менеджмент мереж ресторанного господарства
2. The brand management of restaurant network business

Реферат/анотація:

1. У дисертаційній роботі розглянуто теоретичні засади бренд-менеджменту мереж ресторанного господарств; здійснено аналіз основних функціональних систем бренд-менеджменту в мережах ресторанного господарства м. Києва; запропоновано напрями вдосконалення бренд-менеджменту мереж ресторанного господарства. Визначено поняття «бренд-менеджмент мереж ресторанного господарства». Виокремлено показники товарної цінової ідентифікації брендів мереж ресторанного господарства та бренд-орієнтовані маркетингові комунікаційні стратегії мереж ресторанного господарства. Запропоновано модель-схему «Бар'єрний алгоритм еволюційної схеми формування успішного бренду в ресторанному господарстві» та проект «Бренд-менеджмент мереж «електронних ресторанів»» із застосуванням комплексу сучасних технологій та інструментів. Розроблено методику бенчмаркінгової порівняльної комплексної оцінки успішності бренду підприємства ресторанного господарства.

2. The thesis regards the theoretical foundations of the restaurant network business brand management; deals with the analysis of the main functional brand management systems in Kyiv's restaurant network industry; offers directions for improvement of the restaurant network business brand management. The work reveals the meaning of the «restaurant network business brand management», provides the indicators of the commodity price identification of the restaurant network business brands and brand-oriented marketing communication strategies of the restaurant business networks. Based on the primary survey of the menus of the 680 enterprises in 7 price segments of the restaurant market in Kyiv, inter-segment and intra-segment figures were built to show the quantitative characteristics of the commodity price identification of the restaurant networks. The research on the relative pricing of the dishes and drinks in the restaurants of different price categories was done. Inter-segment and intra-segment correlation-regression models of the levels of commodity and brand image identification of restaurant business enterprises are constructed. As a brand commodity-image identifier of the restaurant business enterprise, the food and drinks price level of the enterprise was chosen. This is applied as an integrated index of ensuring profitability considering the company's expenses for creating conditions for consumption of restaurant products offered to customers in accordance with the price category of the enterprise. The results of the statistical price analysis of restaurant products for the 6 drinks and 14 dishes of Ukrainian-European and foreign cuisine, that are made by portions and can be standardized for various types of enterprises of restaurant facilities, are presented. The statistical analysis of restaurant enterprises market allowed to reveal in every price segment of the restaurant business market the enterprises that: use optimally the inter-segment pricing «market line» at the optimum level of expense on marketing communications; have certain problems with attracting customers and use the area of loss of profitability due to the relatively low prices for products for their additional involvement; have no problems with attraction of the permanent segment of loyal paying customers and introduce a high level of brand margin on restaurant products and the high level expense on the maintenance and growth of its own brand. PEST-analysis of the influence of external factors of the macroeconomics of Ukraine on the dynamics of development of restaurant enterprises in 2014–2017 was conducted. The technique of histogram analysis is proposed to determine the «average check» of the consumer. It can be used as an effective tool for adjusting the demand and the offer in the restaurant market. A model-scheme «Barrier algorithm for the evolutionary scheme of the formation of a successful brand in the restaurant industry» is proposed to solve the problem. It was presented in 5 blocks, which reproduce the common scheme of the stages of brand management («planning» – «organization» – «leadership» – «control»). On the proposed model diagram the presence of the accumulation processes and analysis of data on the negative results of information barrier-filter and solvency barrier-filter, in contrast to existing models of brand management development, offers the opportunity to organize a system of feedback control. It also is the driving mechanism for the self-development processes of brand building and management of its evolutionary development from the stage of «product identity» to the stage of financial «successful brand-leader». Taking into account the trend of marketing communication tools development in the restaurant industry, the expediency and the basic ideas of the project «Electronic restaurant networks brand management» with the use of complex modern technologies and tools – «e-menu», mobile apps, etc. was suggested and explained. Unlike the already existing qualitative methods for evaluating the brand's success, a quantitative methodology of a comprehensive assessment of the brand's success was proposed to evaluate the current and future levels of brand success, based on the complex system of quantitative branding indicators developed by the author. A method for benchmarking comparative complex evaluation of the brand's success was designed. That helps to reveal the influence of the main events of the restaurant business enterprise branding on the indicator of «brand's success». That gives a measuring tool for brand management of restaurant business networks.

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. Ромат Євгеній Вікторович

2. Roman Yevgeniy Viktorovych

Кваліфікація: д. держ. упр., 25.00.02

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. Чорна Марина Віталіївна

2. Chorna Maryna Vitaliivna

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. Шевченко Олена Леонідівна

2. Shevchenko Olena Leonidivna

Кваліфікація: к. 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

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Мазаракі Анатолій Антонович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Мазаракі Анатолій Антонович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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