Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0411U006194

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 14-11-2011

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Бихова Олена Михайлівна

2. Bykhova Olena Myhaylivna

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: 13-10-2011

Спеціальність за освітою: 8.050110

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. Управління торговими марками на підприємствах легкої промисловості

2. Trede mark management on the light industry enterprises

Реферат/анотація:

1. Об’єкт дослідження:Об’єкт дослідження: процес управління торговими марками в системі управління промисловим підприємством; мета роботи: розробка методичних підходів та практичних рекомендацій щодо управління торговими марками підприємств легкої промисловості з урахуванням етапів життєвого циклу торгової марки (ЕЖЦТМ); методи дослідження та апаратура: морфологічний аналіз, системний аналіз, методи логічного узагальнення і синтезу, матричні методи і метод експертних оцінок, метод таксономії та регресійного аналізу, кластерний, дискримінантний аналіз, метод аналізу ієрархій, графічний метод; теоретичні і практичні результати: зміст поняття «торгова марка», відмінність якого полягає в уявленні її як сукупності двох складових: товарного знака, який виконує функцію ідентифікації продукту, і зовнішніх атрибутів й активів марки, які з’являються в результаті певних управлінських дій відносно марочного товару, що дозволяє застосувати функціональний підхід до управління торговою маркою; методичне забезпечення

діагностування етапу життєвого циклу торгової марки («розвиток», «стабілізація», «угасання»), який базується на розробці типових умов і шкали результатів визначення ЕЖЦТМ з метою вибору оптимальної стратегії подальшого розвитку торгової марки підприємства легкої промисловості; синтезований підхід до управління торговою маркою підприємства, який враховує теоретичні положення процесного, системного, ситуаційного і субстратного підходів і дозволяє визначити пріоритетність функцій управління і складових торгової марки залежно від етапу життєвого циклу; класифікація торгових марок завдяки введенню додаткової теоретично обґрунтованої ознаки: залежно від етапу життєвого циклу торгової марки – марка на стадії «впровадження», марка на стадії «розвитку», марка на стадії «стабілізації», марка на стадії «угасання», що дозволяє розробити і запропонувати комплекс управлінських впливів на торгову марку залежно від етапу її життєвого циклу; перелік принципів управління торговими марками завдяки доповненню групи загальних – принципами емерджентності, оперативності, доцільності, і часткових – принципами юридичної захищеності, формування лояльності споживачів, стійкості до відсутності комунікаційної підтримки, відповідності якості товарів і послуг рівню сподівань і запитам споживачів, збільшення прибутковості і зниження рівня ризику, дотримання яких дозволить підвищити ефективність управлінських рішень бренд-менеджера; методичний підхід до оцінки торгової марки, відмінність якого полягає у розрахунку показників стану і сили домінування торгової марки, а також у встановленні залежності між ними, що дозволяє підвищити ефективність проведення конкурентного аналізу на підприємстві; ступінь упровадження: розробки впроваджені в практичну діяльність СТ «Текстиль-пром», ТОВ «Атом Пласт»; сфера використання: управління торговими марками на підприємствах легкої промисловості.

2. Research object: the management of trademarks in the management of industrial enterprise; the purpose of the work: To develop methodological approaches and practical guidelines for managing trademarks light industries including life-cycle stages of the trade mark (EZHTSTM); research methods and instruments: morphological analysis, system analysis, logic synthesis techniques and synthesis, matrix methods and the method of expert estimates, the method of taxonomy and regression analysis, cluster, discriminant analysis, the method of analysis of hierarchies, a graphical method; heoretical and practical results: the content of the concept of "trademark", which is the difference conceived of it as a combination of two components: the trademark, which serves as identification of product attributes and external assets and trademarks, which appear as a result of certain administrative actions relative to branded goods, which allows to apply a functional approach to brand management, methodological support diagnosis of stage life cycle of the trademark ("development", "stabilization", "uhasannya"), which, unlike the existing ones, based on the development of typical conditions and results of determining the scale EZHTSTM to select the optimal strategy for further development of brand enterprises of light industry, synthesized approach to control the brand company that, unlike the existing ones, taking into account the theoretical position of the process, system, situational and substrate approaches and to determine the priority of management functions and components of brand depending on the stage of life cycle, classification brands by introducing additional theoretical features: depending on the stage of the lifecycle of the trade mark - mark on the stage of "implementation" mark on the stage of "development" mark on the stage of "stabilization" mark on the stage "uhasannya" that allows to develop and offer a range of managerial influences on brand depending on the phase its life cycle, a list of management principles trademarks of complement by group general - principles emerdzhentnosti, efficiency, expediency, and partly - the principle of legal security, the formation of customer loyalty, resistance to lack of communication support, compliance with quality goods and service level expectations and demands of consumers, increasing profitability and reduce risk, compliance with which will improve management decisions brand manager, methodical approach to evaluating brand, a distinction is to calculate indices of dominance and brand strength, and in establishing the relationship between them, allowing greater efficiency of Competitive analysis on enterprise; subject and degree of introduction: design implemented in practice ST "Textile industry", LLC "atom reservoir"; sphere of the use: Management trademarks on light manufacturing.

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. Щербак Валерія Генадіївна
2. Scherbak Valeriya Hennadijvna

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.07

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. Кендюхов Олександр Володимирович
2. Кендюхов Олександр Володимирович

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. Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна

2. Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна

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.