Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0521U101525

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 31-05-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Наторіна Альона Олександрівна

2. Natorina Alona Oleksandrivna

Кваліфікація: к. е. н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор 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: 12-05-2021

Спеціальність за освітою: Маркетинг

Місце роботи здобувача: Заклад вищої освіти "Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая".

Код за ЄДРПОУ: 19359117

Місцезнаходження: пров. Магнітогорський, 3, м. Київ, 02094, 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): Д 79.051.01

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Чернігівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 05460798

Місцезнаходження: вул. Шевченка, буд. 95, м. Чернігів, Чернігівський р-н., Чернігівська обл., 14035, 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: Заклад вищої освіти "Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая".

Код за ЄДРПОУ: 19359117

Місцезнаходження: пров. Магнітогорський, 3, м. Київ, 02094, 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 розвитком онлайн-бізнесу ритейлерів в умовах цифрової трансформації

2. Management of retailers' online business development in digital transformation

Реферат/анотація:

1. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Національний університет «Чернігівська політехніка» Міністерства освіти і науки України, Чернігів, 2021. Дисертаційну роботу присвячено розробленню теоретико-методологічних засад та практичних рекомендацій щодо управління розвитком онлайн-бізнесу ритейлерів в умовах цифрової трансформації. Обґрунтовано концепцію та запропоновано методологічне підґрунтя інтеріорного управління розвитком онлайн-бізнесу ритейлерів на фоні цифрової трансформації. Сформовано методологічний базис реконфігурування конструкта бізнес-моделі ритейлерів у транзитивний. Сформульовано концептуальне бачення адаптивної системи управління маркетинговою товарною політикою ритейлерів в Інтернеті. Удосконалено науково-методичний підхід до ідентифікації траєкторії розвитку онлайн-бізнесу ритейлерів та розвинуто основні положення параметричних вимірів їх

інноваційної складової на базі кваліативного класифікатора. Обґрунтовано принципи та методичні підходи до HR- і ризик-менеджменту онлайн-бізнесу ритейлерів. Запропоновано систему показників оцінювання сили впливу гетерогенних складових конкурентного фону на ведення та управління розвитком онлайн-бізнесу ритейлерів на фоні цифрової трансформації. Розроблено матрицю градаційно-конверсійних зсувів дискретного та континуального етапів функціонування інтернет-магазину ритейлера. Визначено стратегічні напрями SEO-оптимізації бізнесу ритейлерів у Google. Розроблено динамічну модель критичної маси Facebook / Instagram бізнес-акаунту ритейлера і наведено прикладні аспекти кастомізації фідів у соціальних мережах на базі досвіду потенційних покупців. Запропоновано імітаційну модель реагування ритейлера на негативні відгуки / коментарі онлайн-покупців з десенсибілізацією цільової аудиторії відповідно до контексту поточної ситуації. Ключові слова: цифрова трансформація, ритейл, онлайн-бізнес, інтеріорне управління розвитком онлайн-бізнесу, маркетинг, HR- та ризик-менеджмент, інновації, моделювання, інтернет-магазин, Facebook, Instagram.

2. The dissertation for the Doctor of economic sciences degree, specialty 08.00.04 – economics and management of enterprises (by economic activities). – Chernihiv Polytechnic National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Chernihiv, 2021. The dissertation is devoted to the development of theoretical and methodological foundations and practical recommendations for the management of the retailers' online business development in digital transformation. The concept and methodological basis of interior management of retailers' online business development in digital transformation are substantiated. The main idea of that is the ability to simultaneously reconfigure the business model into a transitive one, adapt the marketing commodity policy management system, rationally implement HR and risk management, actively develop the innovative component of the business within a coherent development trajectory, based on the implementation of relevant tools. The conceptual vision of the marketing commodity policy management system is formulated against the digital transformation background of online business of retailers' online business. It takes into account heterogeneous demands, needs, preferences of online buyers and increase the efficiency of retailers' economic activity. The methodological basis for reconfiguring the business model of retailers' online business into a transitive one is improved, which provides co-adaptation to permanent changes in the external environment and based on a semantic approach to creating a value proposition for buyers in the market. The scientific and methodological approach to identifying the trajectory of retailers' online business (persistent, integration, co-adaptation) based on the clustering of priority competitors and the results of online buyers' evaluation of their marketing product policy is proposed. This approach focuses on building of product offerings pool with high online buyers' demand and value in different segments and ensures the achievement of strategic, tactical and operational goals. The two-factor morphological matrix for the marketing product strategy type identification of retailers' online business in digital transformation is developed. According to that retailers can fill the product portfolio with valuable categories and subcategories for online buyers. The system of indicators for assessing the impact strength of the competitive background heterogeneous components in the context of management of the retailers' online business development in digital transformation is proposed. It is the quintessence of markers of improving operational business processes, rethinking business values, better understanding of online buyers' preferences and establishing communication with them, creating a favorable business climate. The matrix of gradation-conversion shifts of discrete and continuous stages of online store is developed. The econometric model of the marketing commodity policy management system of the retailers' online business development in digital transformation is created. Practical recommendations for retailers' HR-management are presented and parametric measurements of the innovative component of their online business are done on the basis of a qualitative classifier with the metrics which represent the intensity of innovative projects and practices implementation. The statuses of the retailers' online business risks are identified according to the developed risk taxonomy and by the verification and qualitative assessment of the risk occurrence probability. Applied aspects to customize Facebook / Instagram feeds based on the experience of potential buyers within the implementation of the advertising campaign is represented. This increases the visibility of the retailer's online store among priority competitors and helps to attract new buyers. The dynamic model of the critical mass of the retailer's Facebook / Instagram business

account is proposed. The model provides the systematic tracking of changes in the number of active followers and identify the nature of their impact on social network users. Moreover, the model is a foundation for the rational making management decisions for retailers to choose the correct online business vector in the Internet. The simulated model of the retailer's response to negative feedback / comments from online buyers with desensitization of the target audience according to the current situation is developed. It takes into account the management of the retailers' online business development at all hierarchical levels and provides instant conversation of negative feedback / comments into positive. Keywords: digital transformation, retail, online business, interior management of online business development, marketing, HR and risk management, innovation, modeling, online store, Facebook, Instagram.

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. Худолей Вероніка Юріївна

2. Khudolei Veronika Yu

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.05

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. Худолей Вероніка Юріївна

2. Khudolei Veronika Yu

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.05

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. Газуда Михайло Васильович
2. Hazuda Mykhailo Vasylovych

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.03

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. Бояринова Катерина Олександрівна
2. Boiarynova Kateryna Oleksandrivna

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. Величко Олександр Петрович
2. Velychko Oleksandr Petrovych

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 — Бутко Микола Петрович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні — Бутко Микола Петрович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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