Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0410U006098

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 25-11-2010

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Яхкінд Вікторія Павлівна
2. Yakhkind Viktoriya Pavlivna

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: 28-10-2010

Спеціальність за освітою: 8.050106

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. Планування маркетингового потенціалу підприємтва

2. Enterprise marketing potential planning

Реферат/анотація:

1. Об’єкт дослідження: маркетингова діяльність підприємства в умовах мінливого ринкового середовища; мета роботи: розробка теоретичних положень і методичного забезпечення планування маркетингового потенціалу промислового підприємства в умовах мінливого ринкового середовища; методи дослідження та апаратура: монографічний, методи аналізу і синтезу, індукції та дедукції, статистичний й техніко-економічний аналіз, експертних оцінок й аналіз ієрархій, системний аналіз, графічний, факторний аналіз; теоретичні і практичні результати: визначення складу факторів формування маркетингового потенціалу підприємства (МПП) на основі побудови мереживної структурної моделі, відмінність якої полягає у визначенні характеру і змісту зв’язків, які існують між факторами, для обґрунтування стратегічних альтернатив реалізації маркетингового потенціалу в процесі конкурентної боротьби з іншими виробниками на певному цільовому ринку; методичний підхід до обґрунтування вибору каналів збуту продукції при

плануванні МПП, особливість якого полягає у використанні системи критеріїв та вимог за напрямками аналізу покупців, продукції (послуг), маркетингової діяльності підприємства в цілому; послідовність побудови системи моніторингу стану та ефективності використання МПП, формування якої, на відміну від інших підходів, пропонується здійснювати на трьох рівнях – продуктовому, виробничо-технологічному, господарському – із дотриманням обґрунтованих принципів визначення циклічності появи нестандартних ситуацій, структурованості й ієрархічності, узгодження цілей з ресурсами, необхідними для їхнього досягнення; визначення економічної сутності поняття «маркетинговий потенціал підприємства» як порівняльної характеристики, що, на відміну від існуючих підходів, вважається відображенням ступеня реалізації маркетингових можливостей (досягнення маркетингових цілей) підприємства в умовах конкурентного суперництва при проектуванні, виробництві, реалізації та експлуатації продукції і послуг на відкритому ринку; методичний підхід до оцінки МПП на основі використання узагальнюючого показника, особливість визначення якого полягає в узагальненні таких характеристик маркетингової діяльності: обсяги збуту продукції підприємства, привабливість ринку збуту продукції підприємства, позиція підприємства у конкурентній боротьбі, бюджет маркетингу, бюджет реклами і стимулювання збуту, кадровий потенціал маркетингових служб, прибутковість ринкових операцій, цінова політика; ступінь упровадження: розробки впроваджені в практичну діяльність ТОВ «Юпітер–В», ВАТ «Науково-дослідний проектно-конструкторський інститут засобів технологічного оснащення «ВЕЛТ»; сфера використання: маркетингова діяльність промислового підприємства в умовах мінливого ринкового середовища.

2. The object of the research: enterprise marketing management in a changing market environment; The purpose of work: To develop theoretical and methodological support planning marketing potential of industrial enterprises in a changing market environment; Research methodology and instruments: monographic, methods of analysis and synthesis, induction and deduction, statistical and techno-economic analysis, expert opinions and analysis of hierarchies, systems analysis, graphic, factor analysis; Theoretical and practical results: identification of the factors of the marketing potential of the enterprise (SPE) based on the construction of lace structural model, the difference consists in determining the nature and content relationships that exist between factors to study strategic alternatives of the marketing potential in the process of competition from other producers on a particular target market; methodical approach to the justification of the choice of marketing channels in the planning of SPE, which feature is to use benchmarks and requirements the directional analysis of customers, products (services), marketing activity of enterprise as a whole; sequence of the system for monitoring the condition and effectiveness of the SPE, of which, unlike other approaches, it is proposed to carry out on three levels - the grocery, manufacturing, technological, economic - of compliance with the reasonable determination of the principles of cyclical occurrence of unusual situations, structured and hierarchical, coordination purposes with the resources necessary to achieve them, identifying the economic essence of the concept of "marketing potential of the enterprise" as a comparative assessment, which, unlike existing approaches, is a reflection of the degree of marketing opportunities (achievement of marketing objectives) of the company in a competitive rivalry in the design, manufacture, sale and use of products and services on the open market; methodical approach to evaluation of SPE on the basis of generalizing parameter, defining feature of which is the generalization of such characteristics of marketing activities: Sales of products enterprise, market attractiveness of enterprise, the company's position in the competition, marketing budget, budget, advertising and sales promotion, marketing services, human resources, profitability, market transactions, pricing policies; Subject and degree of introduction: the findings are applied in practice Ltd Jupiter-V, JSC "Scientific Research Design Institute of technological equipment" Welt "; The sphere of application: industrial enterprise marketing management in a volatile market enterprise.

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. Українська Лариса Олегівна

2. Ukrainska Larisa Olegivna

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. Перерва Петро Григорович

2. Перерва Петро Григорович

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. Маслак Ольга Іванівна

2. Маслак Ольга Іванівна

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 — 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.