

Облікова картка дисертації (ОКД)

Шифр спецради: Д 26.006.03

Відкрита

Вид дисертації: 04

Державний обліковий номер: 0419U004355

Дата реєстрації: 09-10-2019



1. Відомості про здобувача

ПІБ (укр.): Куденко Олексій Віталійович

ПІБ (англ.): Kudenko Oleksii V.

Аспірантура: так

Шифр спеціальності, за якою відбувся захист: 08.00.04

Дата захисту: 18-09-2019

На здобуття наукового ступеня: Кандидат економічних наук (к. е. н.)

Спеціальність за освітою: Маркетинг

2. Відомості про установу, організацію, у вченій раді якої відбувся захист

Назва організації: ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Код ЄДРПОУ: 02070884

Адреса: проспект Перемоги, 54/1, м. Київ, Київ, 03057, Україна

Телефон: 3716276

E-mail: documents@kneu.edu.ua

WWW: <https://kneu.edu.ua/>

3. Відомості про організацію, де виконувалася (готувалася) дисертація

Назва організації: ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Код ЄДРПОУ: 02070884

Адреса: проспект Перемоги, 54/1, м. Київ, Київ, 03057, Україна

Телефон: 3716276

E-mail: documents@kneu.edu.ua

WWW: <https://kneu.edu.ua/>

4. Відомості про організацію, де працює здобувач

Назва організації: ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Код ЄДРПОУ: 02070884

Адреса: проспект Перемоги, 54/1, м. Київ, Київ, 03057, Україна

Телефон: 3716276

E-mail: documents@kneu.edu.ua

WWW: <https://kneu.edu.ua/>

5. Наукові керівники та консультанти

Наукові керівники

Шафалюк Олександр Казимирович (д. е. н., професор, 08.00.04)

6. Офіційні опоненти

Зозульов Олександр Вікторович (к. е. н., професор, 08.00.04)

Окландер Михайло Анатолійович (д. е. н., професор, 08.00.04)

7. Підсумки дослідження та кількісні показники

Підсумки дослідження: 40 - Нове вирішення актуального наукового завдання

Кількість публікацій: 11

Кількість сторінок: 186

Кількість патентів:

Кількість додатків: 5

Впровадження результатів роботи: 4

Ілюстрації: 35

Мова документа: Українська

Таблиці: 71

Зв'язок з науковими темами: 0107U00133, 01013U004265

Схеми:

Використані першоджерела: 149

8. Індекс УДК тематичних рубрик НТІ

Індекс УДК: 658, 339.13.021:004.382.7

Тематичні рубрики: 06.81

9. Тема та реферат дисертації

Тема (укр.)

Сегментація ринку в маркетингу

Тема (англ.)

Marketing segmentation in marketing

Реферат (укр.)

Дисертація присвячена обґрунтуванню теоретичних, методичних і прикладних засад сегментації ринку в маркетингу.

Поглиблено теоретико-методичні положення сегментації ринку в маркетингу, а саме: сформовано теоретичні засади та виокремлено авторське розуміння основних чинників та критеріїв ефективної маркетингової сегментації. Узагальнено теоретичні засади сегментації неоднорідного ринку на основі порівняння відмінностей, що існують в географічному, психологічному, демографічному, поведінковому, соціальному та інших факторах. Проаналізовано основні моделі, принципи сегментації ринку в маркетингу та сучасні маркетингові стратегії відповідно до рівня сегментації ринку, завдяки яким при вірному сегментуванні ринку досягається конкурентоспроможність бізнесової одиниці. Визначено ступінь привабливості цільових сегментів українських підприємств на основі комплексного тривимірного підходу. Запропоновано можливості підвищення ефективності маркетингових стратегій українських підприємств на основі сегментації ринку. Розроблена схема сегментації ринку комп'ютерних пристроїв із функцією мережевого підключення для українського підприємства, яка являється логічним завершенням набору можливостей та інструментів для підвищення ефективності маркетингової стратегії підприємств виробників мобільних пристроїв з функцією мережевого підключення і надає можливість чітко простежити шлях, який необхідно пройти в процесі оцінки ринкового сегменту для визначення маркетингової стратегії підприємства.

Реферат (англ.)

The thesis is devoted to justification of theoretical, methodological and applied principles of marketing activities of research organizations at research market. The theoretical and methodological provisions of market segmentation in marketing have been deepened, namely: the theoretical principles have been formed and the author's understanding of the main factors and criteria of effective marketing segmentation has been distinguished. The theoretical bases of heterogeneous market segmentation were summarized on the basis of comparison of differences existing in geographical, psychological, demographic, behavioral, social and other factors. The basic models, principles of market segmentation in marketing and modern marketing strategies were analyzed in accordance with the level of market segmentation, by which proper segmentation achieves the competitiveness of a business unit. The degree of attractiveness of target segments of Ukrainian enterprises was determined based on a comprehensive three-dimensional approach. Opportunities for increasing the effectiveness of marketing strategies of Ukrainian enterprises based on market segmentation were offered. The scheme of segmentation of the market of computer devices with a function of network connection for the Ukrainian enterprise was developed, which is the logical completion of the set of opportunities and tools for improving the marketing strategy of enterprises of mobile device manufacturers with the function of a network connection and provides an opportunity to clearly trace the path that needs to be followed in the evaluation process of market segment to determine the marketing strategy of the enterprise.

Голова спеціалізованої вченої ради: Колот Анатолій Михайлович (д. е. н., професор, 08.00.07)

Підпис

М.П.

Відповідальний за подання документів: Федорченко А.В. (Тел.: 4569873)

Підпис

**Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ**



Юрченко Т.А.