Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0408U004585

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 13-11-2008

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Левків Галина Ярославівна

2. Levkiv Halina Yaroslavivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат 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: 23-10-2008

Спеціальність за освітою: 7.050108

Місце роботи здобувача: Львівська державна академія ветеринарної медицини ім. С.З. Гжицького

Код за ЄДРПОУ: 00492990

Місцезнаходження: 79010, Україна, Львів-10, вул. Пекарська, 50

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство аграрної політики України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 36.814.02

Повне найменування юридичної особи: Львівський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 00493735

Місцезнаходження: вул. Володимира Великого, 1, м. Дубляни, Жовківський р-н., Львівська обл., 80381, 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: Львівська державна академія ветеринарної медицини ім. С.З. Гжицького

Код за ЄДРПОУ: 00492990

Місцезнаходження: 79010, Україна, Львів-10, вул. Пекарська, 50

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство аграрної політики України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.71.07

Тема дисертації:

1. Маркетингове управління товаропросуванням молокопродукції аграрних формувань на споживчому ринку.
2. Marketing management of promotion of farms diary goods at consumption market.

Реферат/анотація:

1. Об'єкт дослідження: економічні відносини в процесі пос¬тачання та товаропросування молокопродукції аграрних формувань на споживчому ринку. Мета дослідження: розробка теоретико-методичних та прик¬ладних аспектів маркетингового управління товаропросуванням молокопродукції аграрних формувань на споживчому ринку, а також шляхів підвищення їх ефективності. Методи: абстрактно-логічний; монографічний; графічний; ста¬тистико-економічний; системного та порівняльного аналізу. Достовірність отриманих результатів, висновків і пропозицій забезпечується глибоким аналізом емпіричних даних. Теоретичні і практичні результати: спрямовані на створення й ефективне функціонування механізму маркетингового управління процесом товаропросування молокопродукції аграрних формувань на споживчому ринку, що дозволяє чітко визначити основні напрями підвищення його ефективності і безпосередньо сприяти формуванню оптимальних маркетингових стратегій розвитку ринку

молокопродукції та підготовці й прийняттю ефективних маркетингових управлінських рішень. Отримані результати дають змогу вдосконалювати систему маркетингового управління процесами постачання та товаропросування молокопродукції на основі, запропонованих положень щодо моделювання по¬ведінки споживача продовольчих товарів, а також визначених підходів до формування оптимальних логістичних систем у процесі маркетингового управління постачанням та товаропросуванням молокопродукції на споживчому ринку. Наукова новизна: вперше визначено шляхи вдосконалення маркетингового управління товаропросуванням молокопро¬дук¬ції аграрних формувань на споживчому ринку, в основу яких покладено використання економіко-математичних мо¬делей оптимізації закупівель молочної сировини заготівель¬ними пунктами та оптимізації транспортування виробленої продукції до кінцевих споживачів. Удосконалено модель структуризації процесу маркетингового управління товаро¬просуванням молокопродукції на споживчому ринку і мето¬дичні підходи до побудови і використання оптимальних ло¬гістичних систем у процесі маркетинговогоуправління то¬ва¬ро¬просуванням молокопродукції на споживчому ринку. На¬були подальшого розвитку: теоретичні основи процесу пос¬тачання як об'єкту маркетингового управління у сфері АПК, що об'єднує в себе аналітичну, оперативну та виробничу ста¬дії; концепція партнерського маркетингу при організації сис¬теми постачання та товаропросування молокопродукції на ри¬нок; маркетингова сегментація ринку молочної продукції як детермінанти підготовки і прийняття ефективних марке¬тингових управлінських рішень; положення щодо вдоскона¬лення системи маркетингового управління процесом заку¬півлі молокопродукції на основі моделювання поведінки спо¬живача продовольчих товарів; пропозиції щодо форму¬вання оптимальної маркетингового стратегії управління про¬цесами постачання та товаропросування на ринку молочної продукції. Ступінь впровадження: Головним управлінням агропро¬мис¬лового розвитку Львівської обласної державної адмініс¬трації, управлінням агропромислового розвитку Пустоми¬тівської райдержадміністрації, Буським молокозаводом, Товариство з обмеженою відповідальністю „Галмолторг" Ефективність: реалізація результатів дослідження забезпечить покращення маркетингового управління товаропросу¬ванням молокопродукції аграрних формувань на спожив¬чому ринку. Сфера, галузь використання: Головним управлінням агропромислового розвитку Львівської обласної державної адміністрації, управлінням агропромислового розвитку Пус¬томи¬тів¬ської райдержадміністрації, Буським молокозаводом, Това¬рис¬твом з обмеженою відповідальністю „Галмолторг", а також в навчальному процесі Львівського національного університе¬тету ветеринарної медицини та біотех¬но¬логій імені С.З. Гжицького.

2. Object of research: is economic relations in the process of supply and promotion of dairy products of agrarian units at consumption market. The purpose of research: is development of theoretical, methodological and applied aspects of marketing management of promotion of dairy products of agrarian units at consumption market, as well as ways of their effectiveness increase. Methods: abstract and logical, monographic, statistical and economic, systematical and comparative analysis. Trustworthiness of the received results, conclusions and proposals is provided by deep analysis of empirical data. Theoretical and practical results: are directed at establishment and effective functioning of mechanism of marketing management of the process of promotion of dairy products of agrarian units at consumption market, which allow clear determination of main directions of its effectiveness increase and contribution to the establishment of optimum marketing strategies of the development of dairy market as well as preparation and making effective marketing managerial decisions. The received results allows improvement of the system of marketing management of processes of supply and dairy products promotion basing on proposed fundamentals as to modeling of behavior of food consumer, as well as determined approaches as to formation of optimal logistic system in the process of marketing management of supply and promotion of dairy products of agrarian units at consumption market. Scientific novelty: for the first time ways of improvement of mar¬keting management of promotion of dairy products of agrarian units at consumption market, basing on the use of economic and mathematic models of optimization of purchase of milk raw ma¬terial by purveying centers and optimization of ready products transportation to an ultimate consumer are determined. Mo¬del of structuring of the process of marketing management of dairy products promotion at consumption market and methodological approaches as to formation of optimal logistic systems in the process of marketing management of dairy products

promotion at consumption market is improved. The following points have been further developed: theoretical basis of the process of sup-ply as an object of marketing management in the sphere of AIC, including analytical, operative and production stages; concept of partnership marketing in the process of organization of supply system and dairy products promotion at consumption market; mar¬keting segmentation of dairy market as determinants of prepara-tion and making effective marketing managerial decisions; fundamentals as to improvement of system of marketing man-agement of the process of purchase of dairy products basing on modeling of behavior of food consumer; proposals as to forma-tion of optimal marketing strategy of management of processes of supply and promotion at dairy market Level of introduction: main department of agro industrial development in Lviv regional state administration, department of agro industrial development of Pustomyty district state administration, Busk milk plant, limited company „Galmoltorg" Effectiveness: application of the research results allows improvement of marketing management of promotion of dairy products of agrarian units at consumption market. Sphere, field of usage: main department of agro industrial development of regional and district state administrations, department of agro industrial development of Pustomyty district state administration, Busk milk plant, limited company „Galmoltorg" as well as educational process of Lviv National University of Veterinary Medicine named after S.Z.Gzhytskyy.

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. Піцур Ярослав Степанович
2. Pitsur Yaroslav Stepanovych

Кваліфікація: к.е.н., 08.00.01

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. Липчук Василь Васильович

2. Липчук Василь Васильович

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. Овдіюк Олена Миколаївна

2. Овдіюк Олена Миколаївна

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	Березівський Петро Степанович
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Березівський Петро Степанович
Відповідальний за підготовку облікових документів	
Реєстратор	
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Т.А.