Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0409U001200

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 24-03-2009

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Бочко Олена Юріївна

2. Bochko Olena Jurijivna

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: 24-02-2009

Спеціальність за освітою: 8.050201

Місце роботи здобувача: Мукачівський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 36246368

Місцезнаходження: 89600, Закарпатська область, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

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 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: Львівський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 00493735

Місцезнаходження: 80381, Львівська область, Жовківський район, м. Дубляни, вул. В.Великого, 1

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство аграрної політики України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.81

Тема дисертації:

1. Маркетингове забезпечення функціонування сільськогосподарських підприємств.
2. Marketing providing of functioning of agricultural enterprises.

Реферат/анотація:

1. Об’єкт дослідження: процес маркетингової діяльності в сільськогосподарських підприємствах. Мета дослідження: обґрунтування науково-методологічних засад і практичних рекомендацій щодо маркетингового забезпечення сільськогосподарських підприємств. Методи: наукової абстракції, індуктивний, дедуктивний, економічного аналізу та порівняння, анкетування, графічний, розрахунково-конструктивний, абстрактно-логічний. Теоретичні і практичні результати: розробка методичних підходів та рекомендацій щодо маркетингового забезпечення функціонування сільськогосподарських підприємств, впровадження яких у практику дасть змогу підвищити рівень ефективності маркетингової діяльності. Наукова новизна: вперше розроблено модель створення національних об’єднань сільськогосподарських підприємств з гуртової торгівлі на міжрегіональному рівні та модель збільшення обсягів реалізації продукції сільськогосподарських підприємств на регіональному рівні, які в сукупності становлять єдину систему, сприяють кращому задоволенню потреб ринку та ефективному функціонуванню сільськогосподарських

підприємств; обґрунто-вано модель створення маркетингової стратегії діяльності сільськогосподарських підприємств з урахуванням комплексності постійних і змінних внутрішніх і зовнішніх чинників; удосконалено науково-методичні засади розробки маркетингового плану сільськогосподарського підприємства з урахуванням зміни попиту й пропозиції, преференцій реальних і потенційних клієнтів, особливостей сільськогосподарського виробництва та пропонованого на ринок товарного асортименту; економічні аспекти концепції маркетингу в сільськогосподарських підприємствах; набули подальшого розвитку теоретико-практичні аспекти оцінки результативності, удосконалення маркетингового забезпечення функціонування в сільськогосподарських підприємствах і вироблення стратегії маркетингового планування; рекомендації щодо розвитку маркетингової діяльності через удосконалення процесу її управління в сільськогосподарських підприємствах, формування спеціалізованих служб маркетингу та підготовки кваліфікованих спеціалістів. Ступінь впровадження: результати дослідження прийняті для впровадження сільськогосподарськими підприємствами Львівської області, СТОВ “Завидівське” Закарпатської області. Використовуються у навчальному процесі для викладання курсів: “Маркетинговий менеджмент”, “Маркетингова діяльність підприємств виробничої сфери”, “Маркетинг” Мукачівського технологічного інституту; “Маркетинг” та “Маркетингові дослідження” Львівського національного аграрного університету . Ефективність: реалізація результатів дослідження за-безпечить підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств, що відобразиться збільшен-ням прибутку господарств. Сфера, галузь використання: сільськогосподарські підприємства Львівської області, СТОВ “Завидівське” Закарпатської області, навчальний процес.

2. Object of research: is the process of marketing activity at agricultural enterprises. Aim of research: is grounding of scientific and methodological fundamentals and practical recommendations as to marketing support of agricultural enterprises. Methods: scientific abstraction, inductive, deductive, eco-nomic analysis and competition, questioning, graphical, calculation and constructional, abstract and logical. Theoretical and practical results: development of methodological approaches and recommendations as to marketing support of agricultural enterprises' activity, practicing of which enables increase of level of marketing activity effectiveness. Scientific novelty: in the work model of formation of na-tional corporations of wholesaling agricultural enterprises at regional level and model of increase of sale of agricultural enterprises' products at regional level are developed for the first time, together making the only system and favoring bet-ter satisfaction of market needs and effective functioning of agricultural enterprises; the author grounds model of formation of marketing strategy of agricultural enterprises' activity taking into account complex of constant and variable, internal and external factors; scientific and methodological fundamentals of development of marketing plan at agricultural enterprises are improved taking into account shifts in demand and supply, preferences of real and potential customers, peculiarities of agricultural production and goods proposed at the market; economic aspects of marketing conception at agricultural enterprises are described; theoretical and practical aspects of results estimation, improvement of marketing support of agricultural enterprises' activity and development of marketing planning strategy have been further developed; the author gives recommendations as to development of marketing activity through improvement of the process of its management at agricultural enterprises, formation of specialized service of marketing and training of skillful specialists. Level of introduction: results of the research are accepted for the introduction at agricultural enterprises of Lviv region, joint company „Zavydivske” in Transcarpathian region and are also used in educational process for teaching courses of „Marketing management”, „Marketing activity at productive enterprises”, „Marketing” at Mukacheve Technological Insti-tute; „Marketing” and „Marketing researches” at Lviv National Agrarian University. Effectiveness: introduction of research results will provide increase of effectiveness of agricultural enterprises activity, resulting in increase of enterprises' income. Sphere, branch of application: agricultural enterprises of Lviv region, joint company „Zavydivske” in Transcarpathian region, educational process

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. Андрушкр Манолій Іванович
2. Andrushko Manoliy Ivanovych

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

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Копитко Василь Іванович
2. Копитко Василь Іванович

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. 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.