Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0419U002627

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 03-06-2019

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Стець Оксана Мефодіївна

2. Stets Oksana Mefodiyivna

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: 27-05-2019

Спеціальність за освітою: Маркетинг

Місце роботи здобувача: Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: вул. С. Бандери, 12, м. Львів, Львівська обл., 79013, 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 35.052.03

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: вул. С. Бандери, 12, м. Львів, Львівська обл., 79013, 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: Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: вул. С. Бандери, 12, м. Львів, Львівська обл., 79013, 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. Стратегія маркетингу цінності у формуванні потенціалу конкурентоспроможності підприємства на ринку молокопродуктів

2. The strategy of value-based marketing in shaping of the competitiveness potential of the company at the dairy market

Реферат/анотація:

1. Об’єктом дослідження є процеси формування стратегій маркетингу цінності підприємства на ринку молокопродуктів. Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних засад та практичних рекомендацій щодо формування стратегії маркетингу цінності підприємства у контексті підвищення потенціалу його конкурентоспроможності на ринку молокопродуктів. Автором використано методи: аналіз, синтез та порівняння, історичний метод, економічний, метод системного аналізу та моделювання, опитування. Теоретична цінність результатів дисертаційної роботи полягає у дослідженні теоретичних засад щодо формування стратегій маркетингу цінності підприємства на ринку молокопродуктів. Наукова новизна одержаних результатів: вперше обґрунтовано холістичну структуру маркетингу цінності підприємства за допомогою виокремлення компонент цінностей відповідальності, клієнтоорієнтованості, соціальної орієнтованості, толерантності, ефективності та рентабельності, удосконалено положення щодо

квантифікації рівня конкурентного потенціалу підприємства на ринку товарів швидкої ротації, модель впровадження стратегії маркетингу цінності підприємства на ринку товарів швидкої ротації, розвинуто метод оцінювання конкурентоспроможності товарів щоденного попиту (швидкої ротації), інструменти ідентифікації ключових чинників успіху, механізм сегментації та просування продуктів на ринку. Предметом дослідження є теоретико-методичні та прикладні засади розроблення та упровадження стратегії маркетингу цінності підприємства на ринку молокопродуктів. Рекомендації автора застосовуються щодо формування стратегії маркетингу цінності у формуванні потенціалу конкурентоспроможності підприємства на ринку молокопродуктів. Сферою використання авторських рекомендацій є підприємства на ринку молокопродуктів.

2. The object of the research is the process of formation of the strategy of value-based marketing in shaping of the competitiveness potential of the company at the dairy market. The research aims to the substantiation of theoretical and methodological and applied provisions concerning the formation of the strategy of value-based marketing in shaping of the competitiveness potential of the company at the dairy market. The author used such methods as: abilities, synthesis and comparison, isotopic method, economic, method of system analysis and programming, questioning. The theoretical value of the thesis refers to the study of the theoretical principles the formation of the strategy of value-based marketing in shaping of the competitiveness potential of the company at the dairy market. Scientific novelty of the results: for the first time the holistic structure of marketing of the value of the enterprise was substantiated by distinguishing components of the values of responsibility, client orientation, social orientation, tolerance, efficiency and profitability, the provision on quantification of the level of the competitive potential of the enterprise in the market of fast rotation goods, the model of implementation of the strategy of marketing the value of the enterprise in the market of goods of rapid rotation is improved, developed a method for assessing the competitiveness of commodities of daily demand (rapid rotation), identification tools for key factors of success, the mechanism of segmentation and promotion of products in the market. The subject of research refers to theoretical and methodological issues of formation of the strategy of value-based marketing in shaping of the competitiveness potential of the company at the dairy market. Author's recommendations are used during the formation of the strategy of value-based marketing in shaping of the competitiveness potential of the company at the dairy market. The sphere for the use of author's recommendations is revered to the company at the dairy market.

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. Крикавський Євген Васильович

2. Krykavskyi Yevhen Vasylovych

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

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Якимишин Лілія Ярославівна

2. Yakymyshyn Liliia Yaroslavivna

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. Кубрак Надія Романівна

2. Kubrak Nadiia Romanivna

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 Кузьмін Олег Євгенович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Кузьмін Олег Євгенович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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