Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0408U003018

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 26-06-2008

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Присяжнюк Оксана Федорівна
2. Prysyazhniuk Oxana Fedorivna

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: 16-06-2008

Спеціальність за освітою: 7.050200

Місце роботи здобувача: Державний вищий навчальний заклад "Державний агроекологічний університет"

Код за ЄДРПОУ: 00493681

Місцезнаходження: 10008 , м.Житомир,Бульвар Старий, 7

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): К 14.083.02

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Державний вищий навчальний заклад "Державний агроекологічний університет"

Код за ЄДРПОУ: 00493681

Місцезнаходження: 10008 , м.Житомир,Бульвар Старий, 7

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. Формування маркетингової стратегії молокопереробних підприємств

2. The Formation of marketing strategy of the dairy processing enterprises

Реферат/анотація:

1. Об'єкт дослідження: процес формування маркетингової стратегії молокопереробних підприємств. Мета дослідження: обґрунтування теоретико-методичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо формування маркетингової стратегії молокопереробних підприємств, спрямованих на підвищення ефективності їх діяльності. Методи: абстрактно-логічний, наукової абстракції, аналіз, синтез, системний аналіз, метод соціологічного опитування, монографічний, економіко-статистичний, економіко-математичний. Теоретичні і практичні результати: теоретичні результати полягають у збагаченні науки новими теоретичними і методологічними підходами до вирішення проблеми раціональної діяльності підприємств на основі розробки та реалізації ними ефективної маркетингової стратегії. Практичне значення одержаних результатів визначається сукупністю розроблених рекомендацій і пропозицій щодо вирішення загальних і специфічних проблем, ефективності проведення маркетингової діяльності молокопереробними підприємствами через розробку ефективної маркетингової стратегії, що базується на взаємоузгодженості

стратегічного та оперативного маркетингу. Наукова новизна: вперше запропоновано методологічний підхід до формування маркетингової стратегії молокопереробних підприємств, який базується на взаємоузгодженості і компліментарності стратегічного та оперативного маркетингу; удосконалено трактування поняття "стратегія маркетингу", що на відміну від існуючого, розглядає її як цільове спрямування діяльності підприємств на максимальне задоволення потреб кінцевих споживачів у доступній за ціною, високоякісній та екологічно чистій продукції; алгоритм процесу формування маркетингової стратегії підприємств, що враховує екологічні чинники при розробці елементів маркетингу; одержали подальший розвиток обґрунтування впливу на вибір стратегії маркетингу ряду економічних показників, таких як валовий дохід, чистий прибуток, рентабельність, ціна на сировину, рівень завантаження виробничих потужностей, вартість валової та товарної продукції; використання трендового методупри прогнозуванні чистого прибутку, що враховує його кореляційну залежність від рівня завантаження виробничих потужностей, валової продукції та середнього рівня цін на молоко; пропозиції щодо управління реалізацією маркетингової стратегії, які передбачають диференційований підхід для підприємств з різним рівнем організації маркетингової діяльності. Ступінь впровадження: результати наукових досліджень використовуються органами виконавчої влади Житомирської області при впровадженні маркетингової діяльності на підприємствах, виборі ефективної стратегії маркетингу, яка б максимально враховувала потреби споживачів та шляхів практичної її реалізації молокопереробними підприємствами області, при розробці перспективних планів розвитку, а також використовуються в навчальному процесі ДВНЗ "Державний агроекологічний університет" при викладанні окремих дисциплін. Ефективність: результати досліджень дозволяють обґрунтувати концепцію підвищення ефективності функціонування молокопереробних підприємств на основі розробленоїмаркетингової стратегії, яка базується на взаємоузгодженості і компліментарності стратегічного та оперативного маркетингу. Сфера, галузь використання: Головні управління економіки та агропромислового розвитку, Управління сільського господарства та продовольства райдержадміністрації, вищі навчальні заклади, молокопереробні підприємства.

2. Object of the research: the process of forming the marketing strategy of milk processing enterprises. Purpose of the research: the substantiation of the theoretical and methodological basis and working-out of practical recommendations as to the formation of the marketing strategy of milk processing enterprises aimed at the enhancement of their activity efficiency. Methods: abstract-and-logical, monographic, economic-and-statistical, economic-and-mathematical, those of scientific abstraction, analysis, synthesis, systems analysis and sociological interview. Theoretical and practical results: the theoretical results consist in enriching science with some new theoretical and methodological approaches to the solution of the problem of rational activities of enterprises based on the development and implementation of their effective marketing strategy. The practical importance of the results obtained is determined by the totality of the recommendations and suggestions developed concerning the solution of general and specific problems, efficiency of carrying out marketing activities by milk processing enterprises through the development of the mutually agreed strategic and operational marketing. Scientific novelty: the paper for the first time suggests the methodological approach to the formation of the marketing strategy of milk processing enterprises which is based on mutually agreed and complementary strategic and operational marketing; it improves the interpretation of the term 'marketing strategy' which contrary to the existing ones considers it as the purposeful orientation of enterprise activity to the maximum final consumer satisfaction in price-reasonable, high quality and ecologically safe products. The paper also improves the algorithm of the process of forming the marketing strategy of enterprises which takes into account ecological factors when developing the elements of marketing. The further development of the substantiation of the influence of a number of economic indicators such as gross income,net profit, profitability, price of raw materials, level of utilization of production capacities, gross and commercial output cost on market strategy choice has been received. When forecasting net profit the trend method which takes into account its correlation dependence on the level of utilization of production capacities, gross output and average milk price level has been used. Some suggestions as to the marketing strategy implementation management which envisage a differentiated approach for enterprises

with different level of marketing activity organization have been made. Degree of introduction: the research results are being used by executive bodies of power of Zhytomyr region when introducing marketing activity at enterprises, choosing the effective market strategy which would maximally take into account consumption requirements and the ways of its practical implementation by milk processing enterprises of the region and when elaborating long-term development plans. They are also being used in the educational process at the State Agroecological University when teaching some special subjects. Effectiveness: the research results make it possible to substantiate the concept of raising the efficiency of milk processing enterprise operation on the basis of the developed marketing strategy which is grounded on the mutually agreed and complementary strategic and operational marketing. Sphere, field of application: Central Departments of Economics and Agroindustrial Development, Departments of Agriculture and Foodstuffs of District State Administration, higher educational establishments, milk processing enterprises.

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. Поліщук Микола Петрович
2. Polishchuk Mykola Petrovych

Кваліфікація: д.е.н., 08.07.02

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. Ходаківський Євгеній Іванович

2. Khodakivsky Yevgeniy Ivanovych

Кваліфікація: д.е.н., 08.07.02

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. Сахацький Микола Павлович

2. Сахацький Микола Павлович

Кваліфікація: д.е.н., 08.07.02

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. Мороз Олег Васильович

2. Мороз Олег Васильович

Кваліфікація: д.е.н., 08.07.02

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 Зіновчук Віталій Володимирович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Зіновчук Віталій Володимирович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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