Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0409U002475

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 01-06-2009

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Войтович Наталія Володимирівна
2. Voitovych Nataliya Volodymyrivna

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: 19-05-2009

Спеціальність за освітою: 7.050206

Місце роботи здобувача: Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького

Код за ЄДРПОУ: 00492990

Місцезнаходження: 79010, м. Львів, 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: Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького

Код за ЄДРПОУ: 00492990

Місцезнаходження: 79010, м. Львів, вул. Пекарська, 50

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство аграрної політики України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 65.01.75

Тема дисертації:

1. Удосконалення стратегічного маркетингового планування діяльності молокопереробних підприємств

2. Improvement of strategic marketing planning of activity of the milk processing enterprises

Реферат/анотація:

1. Об’єкт дослідження: процеси розробки стратегічних маркетингових планів молокопереробних підприємств.Мета дослідження: розробка теоретико-методологічних і практичних засад удосконалення процесу стратегічного маркетингового планування, формування і реалізації маркетингових стратегій підприємств молокопереробної промисловості.Методи: системно-структурний, абстрактно-логічний, аналізу і синтезу, економіко-статистичний, монографічний, SWOT-аналіз, економіко-математичний, методи кореляційного аналізу, методи кластер-аналізу.Теоретичні і практичні результати: теоретичною та методологічною основою досліджень є положення вітчизняної та зарубіжної економічної науки з питань стратегічного маркетингового планування. Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що запропоновані напрями удосконалення стратегічного маркетингового планування розвитку молокопереробних підприємств, які враховують його позицію на ринку.Наукова новизна: вперше розроблено

способи адаптації молокопереробних підприємств до мінливого зовнішнього бізнес-середовища у довгостроковій перспективі шляхом розробки та реалізації інноваційних стратегічних маркетингових планів, забезпечення адекватності маркетингових планів ринковій ситуації на основі вибору альтернатив; обґрунтовано доцільність виділення схожих та відмінних за маркетинговими ознаками груп товарів шляхом економіко-математичного моделювання, завдяки чому забезпечується оптимізація вибору перспективних напрямів діяльності молокопереробних підприємств; удосконалено методику здійснення SWOT-аналізу і оцінки ринкових ризиків шляхом уточнення переліку можливих для молокопереробних підприємств загроз та їх кількісної оцінки, яка дозволяє розробляти більш обґрунтовані маркетингові стратегічні плани та своєчасно їх корегувати; уточнено теоретичні засади сутності стратегічного маркетингового планування як якісно визначеного, але не фіксованого напряму розвитку підприємства, які на відміну від загальноприйнятих, враховують його досягнення, маркетингові цілі та вплив на їх реалізацію чинників зовнішнього і внутрішнього маркетингового середовища; набули подальшого розвитку методичні основи формування стратегічних маркетингових планів, які враховують дискретну конкурентну позицію підприємства на ринку, а також пріоритети споживачів; способи вибору оптимальної маркетингової стратегії на основі оцінки стану і сегментації ринку, які забезпечують підприємству конкурентні переваги в умовах складного та динамічного зовнішнього маркетингового середовища.Ступінь впровадження: результати дисертаційного дослідження схвалені та використані Головним управлінням агропомислового розвитку Львівської облдержадміністрації, ВАТ “Жидачівський сирзавод” Жидачівського району Львівської області. Теоретичні розробки дисертаційного дослідження використовуються у навчальному процесі Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Ґжицького.Ефективність: результати досліджень забезпечують реалізацію стратегічних маркетингових планів та способів регуляторного впливу для сталого розвитку молокопереробних підприємств, які мають обмежені можливості гнучкого маневрування і адаптації до складної і динамічної кон’юнктури ринку та обґрунтування товарного асортименту, вибору оптимальних стратегій, які забезпечуватимуть підприємству стійкі конкурентні переваги.Сфера, галузь використання: суб’єкти підприємництва в молочній промисловості, Головне управління агропромислового розвитку Львівської обласної державної адміністрації, навчальний процес вищих навчальних закладів, навчальний процес аграрного навчального закладу.

2. The object of research: the elaboration processes of strategic marketing plans of milk processing enterprises. The purpose of research: the development of theoretic-methodological and practical bases of improvement of processes of the strategic marketing planning, forming and realization of marketing strategies of enterprises of milk processing industry. Methods: system and structural, abstract and logical, analysis and synthesis, economical and statistical, monographic, SWOT-analysis, economical and mathematical, correlation analysis, cluster analysis. Theoretical and practical results: thesis of domestic and foreign economic science as to using of the strategic marketing planning is the theoretical and methodological basis of research. The practical importance of received results is that offering directions of improvement of the strategic marketing planning of development of milk processing enterprises taking into account their positions at the market. Research novelty: the methods of adaptation of milk processing enterprises according to changeable external business environment in a long-term prospect by development and realization of innovative strategic marketing plans, providing of adequacy of marketing plans of market situation on the basis of choice of alternatives are first developed. The are argued expedience of selection according to marketing criteria’s alike and excellent groups of goods by the economical and mathematical modeling, owing to that optimization of choice of perspective directions of activity of milk processing enterprises was provided. The method of realization of SWOT-analysis and estimation of market risks by clarification of list of threats and their quantitative estimation which allows to develop more argued of marketing strategic plans and timely them to correct possible for milk processing enterprises is improved. The theoretical bases of essence of the strategic marketing planning are specified as high-quality certain, but un fixed direction of enterprise development instead generally include, its achievement, marketing aims and influence on the realization of factors of external and internal marketing environment. Further development of methodical approaches and estimation of forming of strategic marketing plans which take into account discrete competition

position of enterprise at the market acquired subsequent development, and also priorities of users is obtained; the methods of choice of optimum marketing strategy on the basis of estimation are the states and market segmentations providing to the enterprise the competitive edges in the conditions of difficult and dynamic external marketing environment. Degree of introduction: results of research are approved and used by the Main Administration of agro-industrial development of Lviv of region, company “Zhydachiv cheese factory”. Theoretical development of the research is used in the educational process of Lviv national university of veterinary medicine and biotechnologies named after S.Z.Gzytskyi. Efficiency: results of the research provide realization of strategic marketing plans and methods of the regulator influencing for steady development of milk processing enterprises, which are in limited positions of the flexible maneuvering and adaptation to the difficult and dynamic marketing situation that are argued commodity assortment, choice of optimum strategies, it will provide the proof competitive edges to the enterprises. Sphere, field of use: economic players in milk industry, Main Administration of agro-industrial development, educational process in universities.

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. Поперечний Степан Іванович
2. Poperechnyi Stepan 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. Куденко Наталія Володимирівна

2. Куденко Наталія Володимирівна

Кваліфікація: д.е.н., 08.06.01

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.