

Облікова картка ДіР



I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0220U101676

Державний реєстраційний номер: 0117U001169

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 18-02-2020

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Управління інноваціями у плануванні і маркетингу на засадах маржинального підходу

Початок етапу: 01.2017

Закінчення етапу: 12.2019

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Хмельницький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071234

Місцезнаходження: вул. Інститутська, 11, м. Хмельницький, Хмельницький р-н., Хмельницька обл., 29016, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380975546925

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Міністерство освіти і науки України

Код за ЄДРПОУ: 38621185

Місцезнаходження: просп. Перемоги, 10, м. Київ, Київська обл., 01135, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Кабінет Міністрів України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 3804444813221, 3804444814763

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 34 - договір (замовлення) з центральним органом виконавчої влади, академією наук (головними розпорядниками бюджетних коштів на проведення НДДКР)

Напрямок фінансування: 2.1 - фундаментальні дослідження

Джерела фінансування

7713 - кошти держбюджету

Код програмної класифікації видатків і кредитування (КПКВК): 2201040

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 696.9
--

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Управління інноваціями у плануванні і маркетингу на засадах маржинального підходу

Назва роботи англійською:

Management innovations in planning and marketing on the basis of marginal approach

Реферат українською:

Об'єктом НДР є процеси управління витратами, прибутком та цінами, розрахунки щодо визначення та подолання збитковості, оцінювання впливу маркетингової складової на інноваційну діяльність підприємств, управління їх потенціалом на основі концепції маржинального підходу. Метою НДР є розробка методологічних та методичних основ впровадження інноваційних технологій у маркетингову діяльність, планування та аналіз підприємницької діяльності на основі концепції маржинального підходу, на підставі яких мають формуватись методики, інструкції, методичні рекомендації стосовно оцінювання різних напрямів підприємницької діяльності. При виконанні НДР використовувались традиційні та спеціальні методи дослідження, серед яких: сукупність способів наукового пізнання, загальних методів, прийомів, а також методи планування та аналізу економічної діяльності промислових підприємств, аналіз впровадження інноваційних технологій у маркетингову діяльність. Розроблено: принципово новий підхід до проблеми розподілу постійних витрат; методику маржинального аналізу прибутку; методику аналізу подолання збитковості за умов багатомонополісного виробництва; методику ціноутворення на інноваційну продукцію виробничо-технічного призначення; методику цільового планування за умов багатопродуктового виробництва; методику гнучкого управління витратами, прибутком і цінами. Реалізація проекту на практиці дозволить створити гнучку систему управління витратами, прибутком та цінами, сприятиме прийняттю рішень за умов зміни ринкової кон'юнктури і в цьому зв'язку вирішити проблеми подолання збитковості чи її недопущення.

Реферат англійською:

The object of the research is the processes of managing costs, profits and prices, calculations for determining and overcoming losses, assessing the impact of marketing component on the innovation activity of enterprises, managing their potential based on the concept of margin approach. The purpose of scientific work is to develop methodological and methodological bases for the introduction of innovative technologies in marketing, planning and analysis of entrepreneurial activity on the basis of the concept of margin approach, on the basis of which methodologies, instructions and methodological recommendations for the evaluation of different areas of entrepreneurial activity should be formed. Traditional and specific research methods were used in the research, including: historical approach, regression-correlation and stochastic analyzes, system analysis, methods of economic and mathematical modeling, comparative analysis, institutional method, case method, method of indicative and proactive planning, and methods of evaluation of innovative projects, pricing of products, comparisons and analogies, formation of strategy of innovative development of the enterprise. Were developed: a fundamentally new approach to the problem of the distribution of fixed costs; method of profit margin analysis; the method of analysis of overcoming of losses at the conditions of multinomenclature production; the method of pricing for innovative products of industrial and technical purpose; target planning methodology for multi-product production; the methodology of flexible management of costs, profits and prices. The implementation of the project in practice will allow to create a flexible system of management of expenses, profit and prices, will facilitate decision making in the conditions of changing market conditions, and in this connection to solve problems of overcoming or preventing it.

Індекс УДК: 338.2, 338.2 : 339.138 : 330.341.1 : 005 : 658.15

Коди тематичних рубрик:82.15.01

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Орлов Олівер Олексійович

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

VIII. Наукова (науково-технічна) продукція (НТП)

Назва НТП українською: Методика гнучкого управління витратами, прибутком і цінами.

Назва НТП англійською: Methods of flexible management of costs, profits and prices.

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: методична документація, Методичні документи, Методи, теорії

Галузь застосування: 72.20

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: НДР спрямована на розробку положень по розподілу постійних витрат із використанням маржинального підходу. Розроблено: інноваційний метод розподілу постійних витрат; методику маржинального аналізу прибутку; методику аналізу подолання збитковості за умов багатоміністерського виробництва; методику ціноутворення на інноваційну продукцію виробничо-технічного призначення; методику цільового планування за умов багатопродуктового виробництва; методику гнучкого управління витратами, прибутком і цінами. Запропонований інноваційний підхід до розподілу постійних витрат не вимагає додаткових ресурсів, має характер прямої дії і дозволяє по новому підійти до вирішення проблем формування прибутку, рентабельності, цільового планування, аналізу і подолання збитковості, маржинального аналізу прибутку. Метод розподілу постійних витрат пропорційно маржинальному прибутку не має аналогів ні у зарубіжній, ні у вітчизняній теорії та практиці, відрізняється простотою розрахунків, легко алгоритмізується та дозволяє практично миттєво враховувати зміни будь-якого з параметрів або всіх параметрів системи і отримувати нові показники. прибутку, рентабельності, точки беззбитковості, маржинального аналізу прибутку, що є дуже необхідним за умов швидкої зміни ринкової кон'юнктури.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення продуктивності праці

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 08.2019

Закінчення етапу: 12.2019

Споживачі продукції: ПАТ «Красилівагрош», ТДВ «Завод Адвіс», ТОВ Хмельницькхлепром-Плюс, ПрАТ ХЗКПО «Пригма-Прес»

Перспективні ринки: Промислові підприємства Хмельницької області

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи: Права не надаються

Наявність бізнес-плану: Ні

Техніко-економічне обґрунтування: Ні

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

Назва НТП українською:Методика цільового планування за умов багатопродуктового виробництва.

Назва НТП англійською: Methodology of target planning under the condition of multi-nomenclature production.

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: методична документація, Методичні документи, Методи, теорії

Галузь застосування: 72.20

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: НДР спрямована на розробку положень по розподілу постійних витрат із використанням маржинального підходу. Розроблено: інноваційний метод розподілу постійних витрат; методику маржинального аналізу прибутку; методику аналізу подолання збитковості за умов багатомономенклатурного виробництва; методику ціноутворення на інноваційну продукцію виробничо-технічного призначення; методику цільового планування за умов багатопродуктового виробництва; методику гнучкого управління витратами, прибутком і цінами. Запропонований інноваційний підхід до розподілу постійних витрат не вимагає додаткових ресурсів, має характер прямої дії і дозволяє по новому підійти до вирішення проблем формування прибутку, рентабельності, цільового планування, аналізу і подолання збитковості, маржинального аналізу прибутку. Метод розподілу постійних витрат пропорційно маржинальному прибутку не має аналогів ні у зарубіжній, ні у вітчизняній теорії та практиці, відрізняється простотою розрахунків, легко алгоритмізується та дозволяє практично миттєво враховувати зміни будь-якого з параметрів або всіх параметрів системи і отримувати нові показники. прибутку, рентабельності, точки беззбитковості, маржинального аналізу прибутку, що є дуже необхідним за умов швидкої зміни ринкової кон'юнктури.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення продуктивності праці

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 08.2019

Закінчення етапу: 12.2019

Споживачі продукції: ПАТ «Красилівагроماش», ТДВ «Завод Адвіс», ТОВ Хмельницькхлепром-Плюс, ПрАТ ХЗКПО «Пригма-Прес»

Перспективні ринки: Промислові підприємства Хмельницької області

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи: Права не надаються

Наявність бізнес-плану: Ні

Техніко-економічне обґрунтування: Ні

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

Назва НТП українською:Методика ціноутворення на інноваційну продукцію виробничо-технічного призначення.

Назва НТП англійською: Methods of pricing for innovative products for industrial and technical purposes.

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: методична документація, Методичні документи, Методи, теорії

Галузь застосування: 72.20

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: НДР спрямована на розробку положень по розподілу постійних витрат із використанням маржинального підходу. Розроблено: інноваційний метод розподілу постійних витрат; методику маржинального аналізу прибутку; методику аналізу подолання збитковості за умов багатоміністерського виробництва; методику ціноутворення на інноваційну продукцію виробничо-технічного призначення; методику цільового планування за умов багатопродуктового виробництва; методику гнучкого управління витратами, прибутком і цінами. Запропонований інноваційний підхід до розподілу постійних витрат не вимагає додаткових ресурсів, має характер прямої дії і дозволяє по новому підійти до вирішення проблем формування прибутку, рентабельності, цільового планування, аналізу і подолання збитковості, маржинального аналізу прибутку. Метод розподілу постійних витрат пропорційно маржинальному прибутку не має аналогів ні у зарубіжній, ні у вітчизняній теорії та практиці, відрізняється простотою розрахунків, легко алгоритмізується та дозволяє практично миттєво враховувати зміни будь-якого з параметрів або всіх параметрів системи і отримувати нові показники. прибутку, рентабельності, точки беззбитковості, маржинального аналізу прибутку, що є дуже необхідним за умов швидкої зміни ринкової кон'юнктури.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення продуктивності праці

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 08.2019

Закінчення етапу: 12.2019

Споживачі продукції: ПАТ «Красилівагромаш», ТДВ «Завод Адвіс», ТОВ Хмельницькхлепром-Плюс, ПрАТ ХЗКПО «Пригма-Прес»

Перспективні ринки: Промислові підприємства Хмельницької області

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи: Права не надаються

Наявність бізнес-плану: Ні

Техніко-економічне обґрунтування: Ні

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

Назва НТП українською:Методика аналізу подолання збитковості за умов багатомініклатурного виробництва.

Назва НТП англійською: Methods of analysis of overcoming of losses under the condition of multi-nomenclature production.

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: методична документація, Методичні документи, Методи, теорії

Галузь застосування: 72.20

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: НДР спрямована на розробку положень по розподілу постійних витрат із використанням маржинального підходу. Розроблено: інноваційний метод розподілу постійних витрат; методику маржинального аналізу прибутку; методику аналізу подолання збитковості за умов багатомініклатурного виробництва; методику ціноутворення на інноваційну продукцію виробничо-технічного призначення; методику цільового планування за умов багатопродуктового виробництва; методику гнучкого управління витратами, прибутком і цінами. Запропонований інноваційний підхід до розподілу постійних витрат не вимагає додаткових ресурсів, має характер прямої дії і дозволяє по новому підійти до вирішення проблем формування прибутку, рентабельності, цільового планування, аналізу і подолання збитковості, маржинального аналізу прибутку. Метод розподілу постійних витрат пропорційно маржинальному прибутку не має аналогів ні у зарубіжній, ні у вітчизняній теорії та практиці, відрізняється простотою розрахунків, легко алгоритмізується та дозволяє практично миттєво враховувати зміни будь-якого з параметрів або всіх параметрів системи і отримувати нові показники. прибутку, рентабельності, точки беззбитковості, маржинального аналізу прибутку, що є дуже необхідним за умов швидкої зміни ринкової кон'юнктури.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення продуктивності праці

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 08.2019

Закінчення етапу: 12.2019

Споживачі продукції: ПАТ «Красилівагромаш», ТДВ «Завод Адвіс», ТОВ Хмельницькхлепром-Плюс, ПрАТ ХЗКПО «Пригма-Прес»

Перспективні ринки: Промислові підприємства Хмельницької області

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи: Права не надаються

Наявність бізнес-плану: Ні

Техніко-економічне обґрунтування: Ні

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

Назва НТП українською:Методика маржинального аналізу прибутку.

Назва НТП англійською: Methods of profit margin analysis.

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: методична документація, Методичні документи, Методи, теорії

Галузь застосування: 72.20

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: НДР спрямована на розробку положень по розподілу постійних витрат із використанням маржинального підходу. Розроблено: інноваційний метод розподілу постійних витрат; методику маржинального аналізу прибутку; методику аналізу подолання збитковості за умов багатономенклатурного виробництва; методику ціноутворення на інноваційну продукцію виробничо-технічного призначення; методику цільового планування за умов багатопродуктового виробництва; методику гнучкого управління витратами, прибутком і цінами. Запропонований інноваційний підхід до розподілу постійних витрат не вимагає додаткових ресурсів, має характер прямої дії і дозволяє по новому підійти до вирішення проблем формування прибутку, рентабельності, цільового планування, аналізу і подолання збитковості, маржинального аналізу прибутку. Метод розподілу постійних витрат пропорційно маржинальному прибутку не має аналогів ні у зарубіжній, ні у вітчизняній теорії та практиці, відрізняється простотою розрахунків, легко алгоритмізується та дозволяє практично миттєво враховувати зміни будь-якого з параметрів або всіх параметрів системи і отримувати нові показники. прибутку, рентабельності, точки беззбитковості, маржинального аналізу прибутку, що є дуже необхідним за умов швидкої зміни ринкової кон'юнктури.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення продуктивності праці

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 08.2019

Закінчення етапу: 12.2019

Споживачі продукції: ПАТ «Красилівагромаш», ТДВ «Завод Адвіс», ТОВ Хмельницьклекхпром-Плюс, ПрАТ ХЗКПО «Пригма-Прес»

Перспективні ринки: Промислові підприємства Хмельницької області

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи: Права не надаються

Наявність бізнес-плану: Ні

Техніко-економічне обґрунтування: Ні

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

- 1 Kovalchuk S. Modeling the choice of strategies of marketing management of enterprise personnel / S. Kovalchuk, Ye.M. Zaburmekha, D. L. Kobets // Naukovyi Visnyk NHU. – 2019. – № 2. – С. 163-173. – ISSN 2071-2227.
- 2 Features of building a managerial career based on entrepreneurship education [Electronic resource] / S. Kovalchuk, Ye.M. Zaburmekha, D. L. Kobets, Stoyan Radev Koev, Iryna Moroz, Natalia Mushynska, Olena Kovin'ko // Journal of entrepreneurship education. – 2019. – Vol. 22, Iss. 1 S. – Mode of access: <https://www.abacademies.org/articles/features-of-building-a-managerial-career-based-on-entrepreneurship-education-8050.html>.
- 3 Business scaling using the latest marketing tools / S. Kovalchuk, O. Sadchenko, L. Yakymyshyn, D. Chernenko, A. Zaitseva, A. Dudnyk // International Journal of Recent Technology and Engineering. – 2019. – No 8(4). – P. 3889-3894.
- 4 Hovorushchenko T. Information Technology for Assurance of Veracity of Quality Information in the Software Requirements Specification / T. Hovorushchenko // Advances in Intelligent Systems and Computing. – 2018. – Vol. 689. – P. 166-185. – Mode of access: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-70581-1?page=1#about>.
- 5 Hovorushchenko T. Methodology of Evaluating the Sufficiency of Information for Software Quality Assessment According to ISO 25010 / T. Hovorushchenko // Journal of Information and Organizational Sciences. – 2018. – Vol. 42, No.1. – P. 63-85. – Mode of access: <https://jios.foi.hr/index.php/jios/article/view/1113>.
- 6 Hovorushchenko T., Pomorova O. Information Technology of Evaluating the Sufficiency of Information on Quality in the Software Requirements Specifications / T. Hovorushchenko, O. Pomorova // CEUR-WS. – 2018. – Vol.2104. – P. 555-570. – Mode of access: <http://ceur-ws.org/Vol-2104/>.
- 7 Gonchar O. I. Information systems as an instrument for the enterprise potential development / O. I. Gonchar, I. V. Filipishyn, O. S. Shcherbina // Scientific bulletin of Polissia, 2017. – № 4 (12), Iss.. 2. – P. 16-21. – Mode of access: <http://nvp.stu.cn.ua/uk/2016-10-17-17-57-19/item/881-gonchar-o-i-filipishyn-i-v-shcherbina-o-s-information-systems-as-an-instrument-for-the-enterprise-potential-development.html>. – (Web of Science).
- 8 Gonchar O. I. Synergic approach in marketing potential management of the enterprise / O. I. Gonchar, I. I. Polishchuk // Scientific bulletin of Polissia. – 2017. – № 3 (11), Iss. 2. – P. 29-33. – Mode of access: <http://nvp.stu.cn.ua/uk/2016-10-17-17-57-19/item/775-gonchar-o-i-polishchuk-i-i-synergic-approach-in-marketing-potential-management-of-the-enterprise.html>. – (Web of Science).
- 9 Gonchar O. I. Management of the potential of an enterprise on the basis of graphanalytical models / O. I. Gonchar // Scientific bulletin of Polissia. – 2017. – № 2 (10), Iss. 2. – P. 61-65. – Mode of access: <http://nvp.stu.cn.ua/uk/2016-10-17-17-57-19/item/715-gonchar-o-i-management-of-the-potential-of-an-enterprise-on-the-basis-of-graph-analytical-models.html>. – (Web of Science).
- 10 Gonchar O. I. Scientific and methodical bases of perfection enterprise capacity assessment / O. I. Gonchar // Scientific bulletin of Polissia. – 2017. – № 1 (9), Iss. 2. – P. 134-139. – Mode of access: <http://nvp.stu.cn.ua/uk/2016-10-17-17-57-19/item/673-gonchar-o-i-scientific-and-methodical-bases-of-perfection-enterprise-capacity-assessment.html>. – (Web of Science).
- 11 Khachatrian V. V. Marketing management providing of entrepreneurial potential as a requirement of modern market / V. V. Khachatrian // Scientific bulletin of Polissia. – 2017. – № 1 (9), Iss. 2. – P. 162-167. – Mode of access: <https://nvp.stu.cn.ua/component/k2/item/678-khachatrian-v-v-marketing-management-providing-of-entrepreneurial-potential-as-a-requirement-of-modern-market.html>.
- 12 Kovalchuk S. Problematic aspects of trade manufacturing chains branding / Kateryna Dobrovolska, Svitlana Kovalchuk // Technology audit and production reserves. – 2019. – Vol. 5, No 4(49). – P. 36-39. – Mode of access :

<http://journals.uran.ua/tarp/article/view/181965>.

13 Forecasting Strategies For Economic Mechanism Innovative Activities Of Enterprises / Voynarenko M., Cherep A., Gonchar O., Cherep A., Krylov D. and Oleynikova L. // Advanced computer information technologies (ACIT'2019) : 9th International Conference, (Ceske Budejovice, Czech Republic, June 5-7, 2019). – Ceske Budejovice, 2019. – P. 362-365. – Mode of access: <https://easychair.org/conferences/overview?a=21185615>.

14 Voynarenko M. Formation of company's economic activity context in the strategic positioning process in emergent environment conditions / M. Voynarenko, K. Dumanska, N. Ponomaryova // Advanced computer information technologies (M3E2 2019). – 2019. – No 65 (04005). – P. 1-7. – Doi.org/10.1051/shsconf/20196504005. – Mode of access: https://www.shsconferences.org/articles/shsconf/abs/2019/06/shsconf_m3e22019_04005/shsconf_m3e22019_04005.html.

15 Marketing Provision of Transformational Economic Processes / S. Kovalchuk, A. Tanasiichuk, S. Sirenko, Y. Zaburmekha // Atlantis Press. Series: Advances in Economics, Business and Management Research,. 6th International Conference on Strategies, Models and Technologies of Economic Systems Management (SMTESM 2019). – 2019. – Vol. 95. – Mode of access: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/smtesm-19/125917612>.

16 Орлов О. О. Зміна парадигми управління витратами, прибутком та цінами на машинобудівних підприємствах / Е. Г. Рясних, О. О. Орлов // Вісник ХНУ. – 2019. – Т. 3. – С. 7-12.

17 Orlov O. The concept of marginal income in multiassortment production conditions / O. Orlov, Y. Ryasnykh, K. Dumanska // Materials of the XV International Scientific and Practical Conference "Science and Civilization". Economic Science, (Sheffield, Yorkshire, 30 January – 07 February 2019). – Vol. 5. – Sheffield, Yorkshire : Science and Education LTD, 2019. – P. 28-32. – Mode of access: <http://www.rusnauka.com/pdf/247207.pdf>.

18 Гончар О. І. Мотивація як фактор економічного росту підприємства та інструмент розвитку його підприємницького потенціалу / О. І. Гончар, В. В. Хачатрян // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – № 5. – 2019. – С. 85 -89.

19 Гончар О. І. Маркетинговий аудит як інструмент забезпечення механізму управління потенціалом підприємства / О. І. Гончар, І. І. Поліщук // BLACK SEA. – TALLINN : EESTI, 2019. – № 47. – P. 53–58.

20 Gonchar O. Integration factors of today as a prerequisite for forming a mechanism for managing the marketing potential of the enterprise / O. Gonchar, I. Polishchuk // Journal of European Economy. – 2019. – № 2 (69), Vol. 18. – P. 213-225. – Mode of access: <http://jeej.tneu.edu.ua/index.php/enjee/article/view/1378>.

21 Gonchar O. Management of the company's potential in conditions of enhancement of business risks / O. Gonchar, V. Khachatrian // BLACK SEA. – TALLINN : EESTI, 2019. – № 47. – P. 59–62.

22 Ковальчук С. В. Медіаграмотність як сучасний інструмент боротьби з маніпуляторами та фейками / С. Ковальчук, О. Мороз // Маркетинг в Україні. – 2019. – № 5. – С. 55-64. – Джерело доступу: <http://uam.in.ua/upload/iblock/ffb/ffb2da492f0762b70517e8bf380155c6.pdf>.

23 Ковальчук С. В. Конкуренція та інноваційний розвиток: зв'язок і залежність / С. В. Ковальчук, Г. І. Рзаєв // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки,. – 2019. – № 4. – С. 147-150.

24 Слободян Т. В. Компоненти системи управління ризиками на підприємстві в умовах світової інтеграції. / Т. В. Слободян // BLACK SEA. – TALLINN : EESTI, 2019. – № 47. – P. 26–28.

25 Остапчук О. В. Інструменти просування продукції в мережі інтернет / О. В. Остапчук, С. К. Адамакін // Управлінська діяльність: досвід, тенденції, перспективи: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. У 2 ч. Ч. 1. Управлінська діяльність у бізнесових структурах / за заг. ред. А. В. Серікова. – Харків : ХНУБА, 2019. – С. 128–129.

26 Бердичевський А. В. Фінансові аспекти формування потенціалу підприємства / А. В. Бердичевський, К. Я. Мельничук // VIII Ukrainian-Polish Scientific dialogues: Conference Proceedings. International scientific

- conference, 16-19 October 2019, Khmelnytskyi (Ukraine). – Khmelnytskyi National University, 2019. – P. 171-172.
- 27 Гавенко М. С. Маркетингові дослідження конкурентної позиції підприємств торгівлі / М. С. Гавенко, О. О. Орлов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2019. – № 5 (274), т. 2. – С. 46-56.
- 28 Дибчук Л. В. Тренди та прогнози розвитку електронної комерції в світі та в Україні / Л. В. Дибчук // Регіональна економіка та управління : науково-практичний журнал. – 2019. – № 1(23). – С. 50-60.
- 29 Семенов К. Л. Формування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі ядра бізнесу / К. Л. Семенов // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – 2019. – Вип. 28, ч. 2. – С. 91-97.
- 30 Семенов К. Л. Концептуальні засади формування комплексного підходу до маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах / К. Л. Семенов // Причорноморські економічні студії. – 2019. – Вип. 47. – С. 82-89.
- 31 Галюк Я. Д. Методи залучення уваги споживачів за допомогою технологій SMM / Я. Д. Галюк, А. А. Горда, Є. М. Забурмеха // Вісник ХНУ. – 2019. – № 5. – С. 57-60.
- 32 Галюк Я. Д. Оцінювання ефективності показників комерційної діяльності виробничого підприємства / Я. Д. Галюк, Л. А. Бичікова // Вісник ХНУ. – 2019. – № 5. – С. 65-69.
- 32 Галюк Я. Д. Оцінювання ефективності показників комерційної діяльності виробничого підприємства / Я. Д. Галюк, Л. А. Бичікова // Вісник ХНУ. – 2019. – № 5. – С. 65-69.
- 33 Орлов О. О. Является ли себестоимость аналитическим инструментом для формирования и корректировки цен на выпускаемую продукцию / О. О. Орлов, Е. Г. Рясных // Вісник ХНУ. – 2018. – № 5, т. 2. – С. 116-121.
- 34 Орлов О. О. Інновації в плануванні на основі концепції маржинального підходу / О. О. Орлов // Економіка України. – 2018. – № 5 (670). – С. 23-26.
- 35 Рясних Є. Маржинальний підхід до аналізу асортименту продукції підприємства / Є. Рясних, О. Савченко // Маркетинг в Україні. – 2018. – № 6 (111). – С. 35-45.
- 36 Орлов О. О. Проблеми кількісного виміру економічних процесів / О. Орлов // Вісник Хмельницького національного університету. – 2018. – Т. 2, № 3. – С. 7-10.
- 37 Гончар О.І. Інноваційність – сучасна умова розвитку підприємницького потенціалу / О. І. Гончар, В. В. Хачатрян // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. – Львів : Вид-во Львівського торговельно- економічного університету, 2018. – Вип. 23. – С. 77-81.
- 38 Ковальчук С. В. Управління брендами у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств / С. В. Ковальчук, О. М. Ковінько, Н. О. Шевченко // Вісник НУ Львівська політехніка. Серія: Логістика. – 2018. – № 892. – С. 114-120.
- 39 Ковальчук С. В. Формування механізму управління аграрним підприємством в умовах міжнародної диверсифікації / С. В. Ковальчук, О. М. Ковінько // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 5, т. 2. – С. 7-10.
- 40 Ковальчук С. В. Вплив некомерційних організацій на бізнес-середовище українських підприємств / С. В. Ковальчук, М. С. Принько // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 3, т. 2. – С. 104-112.
- 41 Ковальчук С. В. Проблемні аспекти побудови механізму формування комплексу маркетингових комунікацій підприємства / С. В. Ковальчук, М. Р. Лазебник // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2018. – № 15. – С. 104-112.

- 42 Ковальчук С. В. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств / С. В. Ковальчук, Л. В. Дибчук // Вісник НУВГП. Серія: Економічні науки. – 2018. – № 2 (82). – С. 382–392.
- 43 Ковальчук С. В. Сучасні тренди електронної комерції / С. В. Ковальчук, Є. М. Забурмеха, О. Б. Вальков // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 3, т. 2. – С. 254–256.
- 44 Ковальчук С. В. Сучасні тренди маркетингу гостинності / С. В. Ковальчук, Є. М. Забурмеха, Т. В. Яремчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 3, т. 2. – С. 204–209.
- 45 Ковальчук С. В. Концепція розвитку маркетингової діяльності фірми / С. В. Ковальчук, С. В. Біліченко, Т. І. Каткова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 5, т. 2. – С. 99–101.
- 46 Ковальчук С. В. Алгоритмізація формування комплексу маркетингових комунікацій харчових підприємств / С. В. Ковальчук, М. Р. Лазебник // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. – 2018. – № 29 (18). – С. 40–48.
- 47 Добровольська К. А. Бренд як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства / К. А. Добровольська // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. – 2018. – № 29 (18), т. 2 – С. 52–59.
- 48 Дибчук Л. В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі маркетингових комунікацій / Л. В. Дибчук, Ю. М. Паночишин // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. Серія: Економічні науки. – 2018. – № 21. – С. 106–111.
- 49 Дибчук Л. В. Інформаційні комунікаційні технології як потужний інструмент системи дистрибуції / Л. В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 5, т. 2. – С. 54–58.
- 50 Зелена М. І. Планування соціального пакету в системі персонал маркетингу на підприємствах машинобудування / М. Д. Ведерніков, Л. В. Волянська-Савчук, М. І. Зелена // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 3, т. 3. – С. 85–90.
- 51 Ковальчук С. В. Маркетингові цифрові технології у дослідженні споживачів органічної продукції / С. В. Ковальчук, Є. М. Забурмеха // Маркетинг і цифрові технології. – 2017. – Т. 1, № 1. – С. 34–51.
- 52 Ковальчук С. В. Застосування сценарного підходу до впровадження маркетингових стратегій управління персоналом у діяльність машинобудівних підприємств / С. В. Ковальчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – №6, т. 1. – С. 7–16.
- 53 Особливості маркетингу органічної продукції / С.В. Ковальчук, К. Добровольська, В. Калина, Ю. Кравчик // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – № 4, т. 1. – С. 90–98.
- 54 Говорущенко Т. О. Інформаційна технологія оцінювання достатності інформації для визначення якості програмного забезпечення / Т. О. Говорущенко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Технічні науки». – 2017. – № 3. – С. 186–195.
- 55 Говорущенко Т. О. Моделювання процесу оцінювання достатності інформації щодо якості у специфікаціях вимог до програмного забезпечення / Т. О. Говорущенко, О. В. Поморова // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Технічні науки». – 2017. – № 6. – С. 70–80.
- 56 Gonchar O. I. The development features of enterprise's capacity building strategy / O. I. Gonchar // Scientific letters of Academic society of Michal Baludansky. – 2017. – № 2, Vol. 5. – P. 43–46. – Mode of access: <http://asmiba.sk>. – (Словаччина).
- 57 Гончар О. Планування розвитку підприємництва: сучасний науковий підхід / О. Гончар // Економіст. – 2017. – № 9 (371). – С. 40–41.

- 58 Гончар О. Економічні інструменти оптимізації антикризового управління підприємством / О. Гончар // Вісник Львівської комерційної академії. Серія Економічна. – Львів : Львівська комерційна академія, 2017. – Вип.57. – С. 41-55.
- 59 Гвоздецька І. В. Особливості застосування інноваційних підходів до інтернет-маркетингу на вітчизняному ринку / І. В. Гвоздецька, О. О. Дисик, О. В. Сітрачук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2017. – № 6, т. 1. – С. 603-64.
- 60 Гвоздецька І. В. Тенденції зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств: маркетинговий аспект / І. В. Гвоздецька / Економіст. – 2017. – № 9 (371). – С. 32-36.
- 61 Кобець Д. Л. Теоретичні підходи до виявлення та вибору стратегічних альтернатив розвитку підприємства / Д. Л. Кобець // БІЗНЕС-НАВІГАТОР. – 2017. – Вип. 4 (43). – С. 76-79.
- 62 Нам'ясенко В. М. Проблеми бюджетування (планування) в умовах ринкової економіки [Електронний ресурс] / В. М. Нам'ясенко // Економіка: реалії часу. – 2017. – № 5 (33). – С. 36-42. – Режим доступу: <https://economics.opu.ua/533-2>.
- 63 Kovin'ko O. M. As prerequisite program marketing international business diversification of agricultural enterprises of Ukraine / O. M. Kovin'ko // Scientific bulletin of Polissia. – 2017. – № 2(10), Vol. 1. – P. 185-194.
- 64 Ковінько О. М. Методика проектування міжнародних диверсифікованих структур аграрного бізнесу / О. М. Ковінько // Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. – 2017. – Вип.41. – С. 215-224.
- 65 Ковінько О. М. Маркетингова оцінка стану ринку аграрної продукції України: передумови активізації міжнародної бізнес-діяльності вітчизняних аграрних підприємств / О. М. Ковінько // Маркетинг в Україні. – 2017. – № 4. – С. 32-47.
- 66 Prynko M. The features of marketing mix for non-profit organisations / M. Prynko, J. Chudzian // Annals of Marketing Management & Economics. – 2017. – Vol. 3, No 1. – P. 89-107.
- 67 Дибчук Л. В. Роль інтернет-комунікацій в формуванні сфери ресторанного обслуговування / Л. В. Дибчук, О. В. Пітик // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2017. – № 3 (55). – С. 62-68.

Х. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Синюк Олег Миколайович

Д. Т. Н.

Перелік осіб-виконавців

Бадюк Оксана Геннадіївна

Бердичевський Антон Віталійович

Битий Андрій Валерійович

Гавенко Михайло Сергійович

Галюк Яна Дмитрівна

Гвоздецька Ірина Василівна

(к. е. н.)

Говорущенко Тетяна Олександрівна

(д. т. н., 05.13.06)

Гончар Ольга Іванівна

(д. е. н., 08.00.04)

Дибчук Людмила Василівна

(к. і. н.)

Добровольська Катерина Анатоліївна

Думанська Катерина Сергіївна

(к. е. н.)

Жук Єва Олексіївна

Забурмеха Євгена Михайлівна

(к. е. н.)

Забурмеха Лариса Ігорівна

Зелена Марія Іванівна

Казакова Алла Ананіївна

Карпенко Віталій Леонідович

(к. е. н., 08.06.01)

Кобець Дмитро Леонтійович

(к. е. н.)

Ковальчук Світлана Володимирівна

(д. е. н., 08.00.04)

Ковінько Альона Миколаївна

(к. е. н.)

Корольков Володимир Олексійович

Костюк Микола Васильович

Кримчак Людмила Анатоліївна

Лазебник Максим Романович

Левицька Мар'яна Віталіївна

Лиса Тамара Валеріївна

Мельничук Катерина Ярославівна

Нам'ясенко Віктор Миколайович

Орлов Олівер Олексійович

(д. е. н., 08.00.03)

Остапчук Ольга Василівна

(к. е. н.)

Поліщук Ірина Ігорівна

(к. е. н.)

Принько Мар'яна Сергіївна

Рясних Євгенія Григорівна

(к. е. н., 08.00.04)

Семенов Костянтин Леонідович

Слободян Тетяна Віталіївна

Сурмай Данило Данилович

Сухораб Вікторія Василівна

Хачатрян Валентина Валентинівна

(к. е. н., 08.00.04)

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Горященко С. Л.

Телефон

+38 (098) 477-27-99

Реєстратор

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**

