

Облікова картка ДіР



I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0222U000628

Державний реєстраційний номер: 0119U100086

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 14-01-2022

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Маркетинг взаємодії в управлінні інноваційною діяльністю підприємства

Початок етапу: 01.2019

Закінчення етапу: 12.2021

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

Код за ЄДРПОУ: 01562987

Місцезнаходження: вул. Соборна, 87, м. Вінниця, Вінницький р-н., Вінницька обл., 21050, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 0432550400

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Товариство з обмеженою відповідальністю "БОН ВОЯЖ ПЛЮС"

Код за ЄДРПОУ: 38783070

Місцезнаходження: Вул. Архітектора Артинова, буд. 6, м. Вінниця, Вінницький р-н., Вінницька обл., 21000, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 0684336699

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 52 - договір з вітчизняною організацією (органами місцевої ради, фондом, асоціацією, концерном тощо)

Напрямок фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

7722 - кошти підприємств, установ, організацій України

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 3.000
--

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Маркетинг взаємодії в управлінні інноваційною діяльністю підприємства

Назва роботи англійською:

Marketing of interaction in innovative activity management of the enterprise

Реферат українською:

Об'єкт дослідження – процес розвитку маркетингу взаємодії підприємства. Метою науково-дослідної роботи є наукове обґрунтування теоретико-методичних та практичних рекомендацій щодо розвитку маркетингу взаємодії в управлінні інноваційною діяльністю підприємства. Для вирішення завдань наукового, методичного та практичного характеру відповідно до поставленої мети у НДР використано ряд загально-наукових і спеціальних методів (діалектичний, аналізу і синтезу, індукції та дедукції, семантичного та структурно-логічного аналізу; системного аналізу; порівняння, групування, відносних і середніх величин; рядів динаміки, графічний, економіко-статистичного аналізу, вибіркового, опитувань, експертного оцінювання; нечіткої логіки, економіко-математичного моделювання, логічного узагальнення результатів). Найсуттєвіші результати, які характеризують наукову новизну дослідження полягають у сформульованому теоретичному обґрунтуванні і вирішенні проблеми розвитку маркетингу взаємодії в управлінні інноваційною діяльністю підприємства, а саме: розроблено моделі оптимізації маркетингу взаємодії засобами клієнтоорієнтованої політики.

Реферат англійською:

The object of research is the process of development of enterprise interaction marketing. The purpose of research work is the scientific substantiation of theoretical and methodological and practical recommendations for the development of marketing interaction in the management of innovative activities of the enterprise. To solve scientific, methodological and practical tasks in accordance with the goal in the research used a number of general and special methods (dialectical, analysis and synthesis, induction and deduction, semantic and structural-logical analysis; system analysis; comparison, grouping, relative and medium values, time series, graphical, economic and statistical analysis, sampling, surveys, expert evaluation, fuzzy logic, economic and mathematical modeling, logical generalization of results). The most significant results that characterize the scientific novelty of the study are the formulated theoretical justification and solution of the problem of marketing interaction in the management of innovation, namely: developed models for optimizing marketing interaction through customer-oriented policy.

Індекс УДК: 373.61; 339.138; 658.8, 658:85

Коди тематичних рубрик: 06.81.03

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Головчук Юлія Олександрівна

Науковий ступінь: к. е. н.

Вчене звання:

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Методичні рекомендації щодо розвитку маркетингу взаємодії в управлінні інноваційною діяльністю підприємства (за матеріалами ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС»)

Назва НТП англійською: Methodical recommendations on the development of marketing interaction in the management of innovation activities of the enterprise (based on the materials of LLC «BON VOYAGE PLUS»)

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методичні документи, Методичні рекомендації, наукові статті, доповіді на конференціях

Галузь застосування: 84.13 Регулювання та сприяння ефективному веденню економічної діяльності, 85.42 Вища освіта

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Сьогодні традиційна концепція маркетингу осучаснюється до концепції маркетингу взаємодії, використання якої покликане вибудувати доброзичливе ставлення до підприємства і з боку споживачів, або ж потенційних клієнтів, і з боку інших учасників ринку. Водночас концепція маркетингу взаємодії орієнтує підприємства на побудову системи довгострокових стосунків із клієнтами, що відображається у високому рівні задоволення потреб та формуванні їхньої лояльності. У зв'язку з цим актуальності набувають питання, пов'язані із підвищенням здатності підприємств пропонувати ринку саме ті товари та послуги, що будуть користуватися попитом. Отже, для підприємств, які прагнуть зберегти і зміцнювати свої позиції в умовах зростання відкритості ринків, зумовлених реалізацією України європейського вектору розвитку, питання розвитку маркетингу взаємодії в управлінні інноваційною діяльністю допоможуть у формуванні та розвитку конкурентних переваг суб'єктів економічної діяльності.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Розвиток маркетингу взаємодії в управлінні інноваційною діяльністю підприємства

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 01.2019

Закінчення етапу: 12.2021

Споживачі продукції: Керівники підприємств, викладачі та здобувачі вищої освіти

Перспективні ринки: Викладачі та здобувачі вищої освіти

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обґрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

ІХ. Бібліографічний опис

1. Головчук Ю.О. Дослідження ринку Product Placement у ракурсі Україна – світ. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України : Збірник наукових праць VI Міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. Ч. 2. С. 101-108.
2. Головчук Ю.О. Аналіз впливу факторів на конкурентоспроможність підприємства як інструмент зниження рівня невизначеності й ризику. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу.

Х. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Замкова Наталія Леонідівна
д. філос. н., к. пед. н., 09.00.03, 13.00.04

Перелік осіб-виконавців

Громова Ольга Євгеніївна
(д. е. н., 08.00.04)

Довгань Юрій Васильович
(к. е. н., 08.00.04)

Пчелянська Галина Олегівна
(к. е. н., 08.00.03)

Середницька Людмила Петрівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Гесаль Інна Степанівна

Телефон

+38 (067) 732-45-18

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

