Облікова картка ДіР

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0222U003232

Державний реєстраційний номер: 0118U000596

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 22-02-2022

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Тенденції використання сучасного маркетингового інструментарію в Україні

Початок етапу: 01.2018

Закінчення етапу: 12.2021

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, буд. 1, м. Львів, Львівська обл., 79000, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380322616048

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, буд. 1, м. Львів, Львівська обл., 79000, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380322616048

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

Напрям фінансування: 2.7 - інше

Джерела фінансування

7706 - безплатно (договір про науково-технічне співробітництво, тощо)

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Тенденції використання сучасного маркетингового інструментарію в Україні

Назва роботи англійською:

Trends in the use of modern marketing tools in Ukraine

Реферат українською:

Об'єкт дослідження: маркетингові інструменти, що використовуються на ринку товарів промислового призначення, агропромисловому ринку, продовольчому ринку, ринку туристичних послуг. Мета роботи – теоретико-методологічний аналіз сучасних маркетингових інструментів. Аналіз можливостей використання комплексу маркетингових заходів в аграрному секторі, на ринку товарів промислового призначення, в сфері послуг та сфері туризму. Дослідження зарубіжного досвіду використання маркетингових технологій. Методи досліджень: аналіз, синтез, дедукція, індукція метод наукового абстрагування, моделювання, методи маркетингових досліджень. Отримані результати. Обґрунтовано доцільність застосування концепції маркетингу відносин на ринку товарів промислового призначення. Визначено ключові умови та інструменти застосування маркетингових комунікацій на агропромисловому ринку. Виявлено ключові особливості впливу інструментів маркетингу на структуру споживчих видатків домогосподарств. Проаналізовано ключові тенденції розвитку логістичного менеджменту. З'ясовано особливості маркетингового підходу до вивчення «туристичного продукту».

Реферат англійською:

Object of research: marketing tools used in the market of industrial goods, agro-industrial market, food market, market of tourist services. The purpose of the work is theoretical and methodological analysis of modern marketing tools. Analysis of the possibilities of using a set of marketing activities in the agricultural sector, in the market of industrial goods, in the field of services and tourism. Research of foreign experience in the use of marketing technologies. Research methods: analysis, synthesis, deduction, induction, method of scientific abstraction, modeling, methods of marketing research. The results obtained. The expediency of applying the concept of marketing relations in the market of industrial goods is substantiated. The key conditions and tools for the application of marketing communications in the agro-industrial market are identified. The key features of the influence of marketing tools on the structure of consumer spending of households are revealed. The key trends in the development of logistics management are analyzed. The peculiarities of the marketing approach to the study of the "tourist product" are clarified.

Індекс УДК: 339.9, УДК 339.138 (477)

Коди тематичних рубрик: 06.51

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Майовець Євген Йосифович

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

IX. Бібліографічний опис

Mayovets Y. Simulation modeling of the financial risk of bankruptcy of agricultural enterprises in the context of COVID-19 / Y. Mayovets, N. Vdovenko, H. Shevchuk, M. Zos-Kior, I. Hnatenko // Journal of Hygienic Engineering and Design. – Vol. 36. – pp. 192-198.

Tkachyk L. Management of the income and business activity of the population in the context of the de-shadowing the economy of Ukraine. Colection of scientific papers / L. Tkachyk, O.T. Zamaslo, M.I. Kulchytskyy, Y. Mayovets, Y.Y. Mayovets // Financial and credit activeity: problems of theory and practice". – 2021. – Vol.3., №38. – P. 95-110.

Zintso Yu. Management peculiarities of marketing in farming households / Yu. Zintso // Science and society: Collection of scientific articles. – 2017. – P. 384-388.

Stashchuk O. Analysis of fiscal ef iciency of taxation in the systemof filing budget funds in Ukraine / O. Stashchuk, A. Boiar, M. Dziamulych, O. Skoruk, S. Tesliuk, Y.V. Zintso // AD ALTA Journal of Interdisciplinary Research. – 2021. – 1(11). – P. 47-51.

Гнилякевич-Проць І. Державне регулювання ринку нематеріальних послуг в системі забезпечення якості життя населення / І. Гнилякевич-Проць, О. Голубник, Н. Ільків // Вісник "Формування ринкової економіки в Україні". – 2018. – Вип. 40., Ч. 1. – С. 109-119.

Гнилякевич-Проць І.З. Інструменти нейромаркетингу в управління поведінкою споживачів в Інтернет-середовищі / І.З. Гнилякевич-Проць, Р. Єрушевська // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – 2020. – Випуск 58. – С. 170-180.

Гнилякевич-Проць І.З. Комплексний Digital-маркетинговий аудит як інструмент аналізу діяльності компанії в Інтернет-середовищі / І.З. Гнилякевич-Проць, С. Зінькова // Бізнес-навігатор. – 2020. – Випуск 5 (61). – С. 52-58.

Гнилякевич-Проць І. Маркетинговий підхід до визначення категорії «Туристичний продукт» / І. Гнилякевич-Проць, Н. Пушек // Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна. – 2018, – т. 28, № 4. – С. 97-101.

Гнилякевич-Проць І. Реформування сектора нематеріальних послуг: світовий досвід / І. Гнилякевич-Проць, Н. Ільків // Вісник "Формування ринкової економіки в Україні". – 2018. – Вип. 40., Ч. 1. – С. 108-119.

Гнилякевич-Проць І. Ступінь сприйняття споживачами інноваційних продуктів на ринку ресторанних послуг / І. Гнилякевич-Проць, Є. Степанова // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – Випуск 57. – 2019. – С. 193-200.

Городняк І.В. Аналіз споживання продуктів харчування домогосподарствами України та країн Центрально-Східної Європи / І.В. Городняк // Сучасні соціальні трансформації: глобальний досвід та локальні специфікації. – 2021. – С. 65-73.

Городняк І.В. Споживча поведінка домогосподарств на продовольчому ринку України / І.В. Городняк, А.Б. Терендій // Економічний простір. – 2020. – №159. – С. 39-43.

Городняк І. Вплив товарної політики підприємств на споживчу поведінку домогосподарств в Україні / І. Городняк, О. Федорончук // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – Серія: Економіка і менеджмент. – 2018. – Вип. 29. – С. 19-22.

Городняк І.В. Споживання домогосподарств в країнах Центральної та Східної Європи / І.В. Городняк, А.Б. Терендій // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2019. – Вип. 24., Ч.1. – С. 106–111.

Городняк І.В. Аналіз доходів та видатків домогосподарств України / І.В. Городняк // Бізнес-навігатор. – 2019. – Вип. 2 (51). – С. 8–12.

Городняк І.В. Аналіз інвестиційного клімату в Україні / І.В. Городняк // Збірник наукових статей за матеріалами VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформації економіки». – Дніпро, 2020. – Ч.2. – С. 35-39.

Городняк І.В. Вплив цінових змін на споживчу поведінку вітчизняних домогосподарств / І.В. Городняк // Збірник наукових статей за матеріалами IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформації економіки». – Дніпро, 2018. – Ч.1. – С. 242-246.

Городняк І.В. Особливості споживання продуктів харчування домогосподарствами України / І.В. Городняк // Інтелект XXI. – 2020. – №2. – С. 55-59.

Городняк І.В. Порівняльний аналіз впливу ціни на продукти харчування на споживання домогосподарств в Україні та країнах світу / І.В. Городняк // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2020. – Вип. 43. – С. 26-30.

Городняк І.В., Порівняльний аналіз споживання домогосподарств України та країн Євросоюзу [Електронний ресурс] / І.В. Городняк, А.Б. Терендій // Інфраструктура ринку. – 2019. – № 33. – Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/uk/33-2019 (дата звернення: 10.11.2021). – Назва з екрану.

Городняк І.В. Споживчі видатки домогосподарств України / І.В. Городняк // Збірник наукових статей за матеріалами V Всеукраїнської науково-практичної конференції (за міжнародною участю) «Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформації економіки». – Дніпро, 2019. – Ч.1. – С. 282-286.

Городняк І.В. Інституційні чинники залучення іноземних інвестицій в економіку України / І.В. Городняк, А.Б. Терендій // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2020. – Вип. 2 (25). – С. 3-10.

Жовтанецький О.М. Особливості моделі маркетингової діяльності в розрізі формування маркетингової інформаційної системи в інституціях культури / О.М. Жовтанецький, Н.В. Чуба // Формування ринкової економіки в Україні. – 2018. – Вип. 39. – С. 65–73.

Зіньцьо Ю.В. Дослідження маркетингової поведінки фермерських господарств на ринку матеріально-технічних ресурсів / Ю.В. Зіньцьо // Науково-виробничий журнал "Держава та регіони" Серія: Економіка та підприємництво. – 2020. – Вип. № 1 (112). – С. 54–58.

Зіньцьо Ю.В. Інноваційні напрями підвищення ефективності маркетингової діяльності фермерських господарств України / Ю.В. Зіньцьо, І.В. Ангелко // Digital transformation of society: Theoretical and applied approaches: Monograph. – Katowice, 2021. – С. 347-353.

Зіньцьо Ю.В. Стан забезпечення фермерських господарств продукцією вітчизняних виробників сільськогосподарської техніки / Ю.В. Зіньцьо // Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки: збірник наук. статей за матеріали V Всеукр. наук.-практ. конф., [Дніпро], 11–12 квіт. 2019. – Дніпро, 2019. – С. 311–314.

Зіньцьо Ю.В. Система управління маркетинговою діяльністю фермерських господарств / Ю.В. Зіньцьо // Науковий журнал "Причорноморські економічні студії". – 2019. – Вип. № 39-1. – С. 20–24.

Іщук Я. Сутність та завдання інвестиційного маркетингу / Я. Іщук, Ю.В. Зіньцьо // Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки. Збірник наукових статей за матеріалами VI Всеукраїнської науково-практичної конференції [Дніпро], 16-17 квіт. 2020. – Дніпро, 2020. – С. 72–75.

Кузик О.В. Інтегровані маркетингові комунікації в агробізнесі України / О.В. Кузик, Є.Й. Майовець // Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. – 2021. – № 1. – С. 67-73.

Кузик О.В. Споживач у системі маркетингових комунікацій агробізнесу України / О.В. Кузик // Інвестиції: практика та досвід. – 2021. – № 12. – С. 23-28.

Кузик О. Інноваційне середовище комунікацій у маркетингу агропромислових підприємств України / О. Кузик // Інвестиції: практика та досвід. – 2019. – №11. – С. 20–25.

Кузик О. Розвиток маркетингових комунікацій в аграрному бізнесі України / О. Кузик // Економіка та держава. – 2018. – №8. – С. 27–30.

Кузик О. Роль держави у маркетинговій комунікаційній діяльності аграрного сектора України / О Кузик // Економіка та держава. – 2020. – №4. – С. 177-181.

Кузик О. Роль маркетингових комунікацій у подоланні актуальних проблем та викликів АПК України / О. Кузик // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – №12. – С. 16–19.

Кузик О. Сторіфікований маркетинг у діяльності українських агропромислових підприємств / О. Кузик // Агросвіт. – 2020. – №13-14. – С. 47-53.

Кузик О. Управління маркетинговими комунікаціями в аграрному бізнесі України / О. Кузик // Економіка та держава. – 2019. – №4. – С. 37-41.

Кушнір Т.М. Маркетинговий підхід до дослідження політичного ринку / Т.М. Кушнір // Проблеми системного підходу в економіці. – 2021. – №1 (81). – С. 93-98.

Кушнір Т.М. Впровадження концепції маркетингу відносин в систему закупівель підприємств на ринку товарів промислового призначення [Електронний ресурс] / Т.М. Кушнір // Приазовський економічний вісник. – 2019. – №5(16). – с. 165-169. – Режим доступу: http://pev.kpu.zp.ua/ vypusk-5-16 (дата звернення: 10.11.2021). – Назва з екрану.

Кушнір Т.М. Маркетинг під час епідемії в Україні / Т.М. Кушнір // Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки: Збірник наукових статей за матеріалами VI Всеукраїнської науково-практичної конференції [Дніпро], 16–17 квітня 2020 р. / НМетАУ. – Дніпро, 2020. – Частина 1. – с. 355-360.

Кушнір Т.М. Обґрунтування доцільності використання маркетингу закупівель на ринках товарів промислового призначення [Електронний ресурс] /Т.М. Кушнір // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – Випуск 5 (16). – с. 133-137. – Режим доступу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/16_2018/25.pdf (дата звернення: 10.11.2021). – Назва з екрану.

Кушнір Т.М. Особливості застосування концепцій маркетингового управління підприємствами на ринку товарів промислового призначення України [Електронний ресурс] / Т.М. Кушнір // Інфраструктура ринку. – 2019. – №37. – с. 304-309. – Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/uk/37-2019 (дата звернення: 10.11.2021). – Назва з екрану.

Кушнір Т.М. Раціоналізація прийняття рішення про закупівлі на ринку товарів промислового призначення / Т.М. Кушнір // Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки: Збірник наукових статей за матеріалами V Всеукраїнської науково-практичної конференції [Дніпро], 11–12 квітня 2019 р. / НМетАУ. – Дніпро, 2019. – Частина 1. – с. 350-353.

Майовець Є.Й. Інклюзивна інституційна модель інноваційного розвитку аграрної економіки / Є.Й. Майовець, Я.М. Майовець // Вісник ЧНУ ім. Б. Хмельницького. Серія «Економічні науки». – 2020. – № 4. – С. 114-122.

Майовець Є.Й. Соціальна відповідальність у системі інноваційного розвитку агробізнес / Є.Й. Майовець, Я.М. Майовець // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – 2020. – № 59. – С. 174-186.

Майовець Є.Й. Удосконалення маркетингових комунікацій банку в умовах цифрової трансформації / Є.Й. Майовець, А.В. Сохецька // Бізнес Інформ. – 2021. – №3. – С. 242-247.

Сохецька А.В. Оцінка наслідків впливу глобального карантину на динаміку логістичних операцій / А.В. Сохецька // Бізнес-навігатор. – 2020. №3 (59). – С. 24-29.

Сохецька А.В. Сучасні тенденції маркетингових досліджень / А.В. Сохецька // Бізнес Інформ. – 2020. – №7. – С. 346–352.

Сохецька А.В. Визначальні напрями та особливості застосування маркетингу в електронній торгівлі розвинених країн світу / А.В. Сохецька // Підприємництво та інновації. – 2020. – Вип. 11., Ч.1. – С. 12-18.

Сохецька А.В. Концептуальні проблеми логістичного управління в контексті підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / А.В. Сохецька // Інфраструктура ринку. – 2020. – №43. – Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/uk/43-2020 (дата звернення: 10.11.2021). – Назва з екрану.

Сохецька А.В. Логістичний менеджмент як інструмент забезпечення ефективної діяльності підприємства / А.В. Сохецька // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2020. – №2, Том 31 (70), Частина 1. – С. 8-14.

Сохецька А.В. Цифрові маркетингові інструменти для розвитку бізнесу: ретроспективний аналіз, сучасні тенденції, напрями розвитку / А.В. Сохецька // Причорноморські економічні студії. – 2020. – Вип. 50. – С. 7-12.

Фещур І.В. Екологічний маркетинг та концепція екологічно відповідального бізнесу в Україні / І.В. Фещур // Причорноморські економічні студії. – 2019. – №45. – С. 119-124.

Фещур І.В. Корпоративна соціальна відповідальність у маркетинговій діяльності українських підприємств [Електронний ресурс] / І.В. Фещур // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – №5(16). – Режим доступу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/16-2018-ukr (дата звернення: 10.11.2021). – Назва з екрану.

Чуба Н. Особливості діджитал-маркетингу у сфері культури / Н. Чуба // Вісник національного університету імені Івана Франка. Серія економічна. – 2019. – Вип. 56. – С. 475-480.

Чуба Н. Особливості застосування інструментів маркетингу у сфері культури / Н. Чуба // Менеджмент соціокультурної діяльності: колективна монографія [упоряд. Козаренко О., наук. ред. Пасічник В.]. – Львів: Растр-7, 2018. – с. 80-87.

Чуба Н. Роль інтернет-реклами у просуванні продукту у сфері культури / Н. Чуба // Вісник національного університету імені Івана Франка. Серія економічна. – 2018. – Вип. 55. – С. 487-492.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Мельник Володимир Петрович
д. філос. н.

Перелік осіб-виконавців

Бортнік Надія Василівна
(к. е. н.)

Врублевська Олена Василівна
(к. е. н.)

Гнилякевич-Проць Ірина Зіновіївна
(к. е. н.)

Городняк Ірина Василівна
(к. соц. н.)

Дзямулич Олена Сергіївна
(к. е. н.)

Зіньцьо Юлія Володимирівна
(к. е. н.)

Кузик Олег Володимирович
(к. е. н.)

Кушнір Тарас Михайлович
(к. е. н.)

Матейко Лілія Зіновіївна

Сохецька Анна Володимирівна
(к. е. н.)

Фещур Ірина Володимирівна
(к. е. н.)

Чуба Надія Вікторівна
(к. е. н.)

Щуревич Оксана Ігорівна
(к. е. н.)

Відповідальний за підготовку облікових документів

Кушнір Тарас Михайлович

Телефон

+38 (098) 451-43-17

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

