Облікова картка ДіР

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0215U009015

Державний реєстраційний номер: 0114U006427

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 12-08-2015

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Формування механізмів маркетингового управління інноваційно-інвестиційним потенціалом промислових підприємств

Початок етапу: 11.2014

Закінчення етапу: 04.2015

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:

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: (03822) 250 24 , (03822) 232 65

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): ТОВ науково-виробнича фірма «Адвіс-Маш»

Код за ЄДРПОУ: 33087990

Місцезнаходження: , м. Хмельницький, Хмельницький р-н., Хмельницька обл., 29000, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: (0382) 702245

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

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

Напрям фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

7722 - кошти підприємств, установ, організацій України

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 24

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Формування механізмів маркетингового управління інноваційно-інвестиційним потенціалом промислових підприємств

Назва роботи англійською:

Forming of mechanisms of marketing management by an innovative investment potential of industrial enterprises

Реферат українською:

Об'єкт дослідження - складові елементи механізму маркетингового управління інноваційно-інвестиційним потенціалом промислових підприємств. Метою роботи є розробка науково - методичних і практичних рекомендацій щодо формування системного підходу до застосування маркетингових підходів та побудова механізму маркетингового управління інноваційно-інвестиційним потенціалом промислових підприємств. У процесі НДР було використано системний і комплексний підходи. Методи дослідження: порівняльного аналізу, соціологічні методи, традиційні методи економічного аналізу, статистичного,економіко - математичні методи, метод експертних оцінок, графічний метод. Обробка даних здійснювалась шляхом використання комп'ютерних технологій і програмного забезпечення. У ході виконання роботи: узагальнено теоретичні підходи щодо застосування маркетинг-менеджменту в діяльності машинобудівних підприємств; визначені та згруповані організаційно - економічні фактори формування системи маркетинг-менеджменту в діяльності сучасних підприємств; досліджено та систематизовано методичні підходи оцінювання рівня маркетинг-менеджменту діяльності підприємства; розроблено науково-методичний підхід до формування системи маркетинг-менеджменту промислового підприємства; проаналізовано характер маркетингової діяльності машинобудівних підприємств, визначивши тенденції та чинники її розвитку в Україні; розроблено систему маркетинг-менеджменту діяльності промислового підприємства; практично перевірено теоретичні результати. Результати НДР: обґрунтовані рекомендації щодо підвищення рівня застосування маркетинг-менеджменту в діяльності машинобудівних підприємств. Дослідження проводилось на машинобудівних підприємствах Хмельницької області.

Реферат англійською:

Object of research - marketing components of the mechanism of innovation and investment potential of industrial enterprises. The aim is to develop scientific - methodical and practical recommendations for formation of a systemic approach to the use of marketing approaches and building marketing management mechanism innovation and investment potential of industrial enterprises. During the research we used systematic and comprehensive approaches. Methods: comparative analysis, sociological methods, traditional methods of economic analysis, statistical, economic - mathematical methods, method of expert evaluations, graphical method. Data processing was carried out using computer technology and software. During the performance: theoretical approaches on the use of marketing management in the engineering of enterprises; identified and grouped organizationally - economic factors of system marketing management of modern enterprises; studied and systematized methodical approaches evaluation of marketing management of the company; the scientifically-methodical approach to the system of marketing management industry; the nature of marketing activities engineering companies, identifying trends and factors of its development in Ukraine; the system of marketing management of industrial enterprises; practically tested theoretical results. Results of research: grounded recommendations to enhance the use of marketing management of engineering enterprises. The study was conducted on machine-building enterprises of Khmelnitsky region.

Індекс УДК: 373.61; 339.138; 658.8, 65.012.4:658.589:330:322 (477)

Коди тематичних рубрик: 06.81.03

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Ковальчук Світлана Володимирівна

Науковий ступінь:

Вчене звання:

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Механізм маркетингового управління інноваційно-інвестиційним потенціалом промислових підприємств

Назва НТП англійською: Marketing management mechanism innovation and investment potential of industrial enterprises

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: методична документація

Галузь застосування: 72.20

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Розроблені та обґрунтовані теоретико-методичні положення щодо формування та реалізації маркетингових підходів до управління інноваційно-інвестиційним потенціалом промислових підприємств. Розроблено методичний підхід до обґрунтування складових елементів та побудови механізму маркетингового управління інноваційно-інвестиційним потенціалом промислових підприємств, а також запропоновано шляхи щодо його оптимізації

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 2015 - 2016 роки

Закінчення етапу:

Споживачі продукції: Товариство з обмеженою відповідальністю Науково-виробнича фірма "Адвісмаш"

Перспективні ринки: Машинобудівні підприємства регіону

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обгрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

1 Ковальчук С. В. Актуальні проблеми застосування маркетинг-менеджменту в зовнішньо економічній діяльності підприємств / С. В. Ковальчук // Вісник Хмельницького національного університету. - 2014. - № 5, т. 2. - С. 179-186. 2 Ковальчук С. В. Маркетингове оцінювання якості банківських послуг на основі методики

SERVQUAL / С. В. Ковальчук, А. Ф. Кострубська // Вісник Хмельницького національного університету. - 2014. - № 5, т. 2. - С. 76-78. 3 Гончар О. І. Оцінювання динаміки розвитку потенціалу машинобудівних підприємств України у контексті інтеграційних процесів / О. І. Гончар // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія "Економічні науки". - 2015. - № 1(83). - С. 25 - 35. 4 Гончар О. І. Управління оборотними коштами як елементом фінансового потенціалу підприємства / О. І. Гончар // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2014. - № 4, т. 3. - С. 225-228. 5 Гончар О. І. Управління ризиками в інноваційній діяльності / М. П. Войнаренко, О. І. Гончар, Трочіковскі Тадеуш // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2014. - № 4, т. 3. - С. 7 - 11. 6 Гончар О. І. Идентификация и классификация факторов влияния на формирование потенциала промышленного предприятия в условиях евроинтеграции / О. І. Гончар // Edukacja i ekonomia. - Wloclawek-Kaniewo : Krukowiak, 2015. - С. 149-154. 7 Ковальчук С. В. Концепція маркетингової стратегії інноваційного розвитку промислових підприємств / С. В. Ковальчук // Маркетинг та логістика в системі менеджменту. - 2014. - С. 168-170. 8 Битый А. Интенсификация использования автоматизированных систем в управлении информационным потенциалом предприятий / А. Битый // Edukacja i ekonomia. - Wloclawek-Kaniewo : Krukowiak, 2015. - С. 160-164. 9 Гончар М. В. Складові елементи формування ресурсного потенціалу підприємства / М. В.Гончар // Вісник Херсонського національного технічного університету. - 2014. -- № 12 (1), т. 2. - С. 57 - 60. 10 Жук Е. Развитие отрясли машиностроения в Украине / Е. Жук // Edukacja i ekonomia. - Wloclawek-Kaniewo : Krukowiak, 2015. - С. 155-159. 11 Кобець Д. Л. Організаційні аспекти маркетинг-менеджменту промислових підприємств [Електронний ресурс] / Д. Л. Кобець // Глобальні та національні проблеми економіки. - Режим доступу: http://global-national.in.ua/issue-4-2015. 12 Кобець Д. Л. Системи управління взаємовідносинами з клієнтами в маркетинговій діяльності підприємств / Д. Л. Кобець // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. - 2014. - № 8, ч. 1. - С. 92-95. 13 Кобець Д. Л. Формування системи маркетингового управління промисловими підприємствами / Д. Л. Кобець // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. - 2014. - № 7, ч. 2. - С. 206-208. 14 Попель С. А. Стан і перспективи розвитку інноваційної інфраструктури в Україні / С. А. Попель // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки.- Кіровоград : КНТУ, 2014. - Вип.. 25.- С. 267-272. 15 Попель С. А. Інтегративний підхід до формування інноваційного потенціалу підприємства / С. А. Попель, // Вісник Хмельницького національного університету. - 2014. - № 5, т. 2. - С. 242-244. 16 Голубовская О. А. Взаимодействие маркетинговых решений предприятия и банка в инновационном процессе / О. А. Голобовская // Проблемы экономики и менеджмента. - 2014. - № 4. - С. 87 - 90.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи Параска Георгій Борисович

Перелік осіб-виконавців

Битий А. В.

Голубовська О. А.

Гончар М. В.

Гончар Ольга Іванівна

Дибчук Л. В.

Жук Є. О.

Кобець Д. Л.

Ковальчук Світлана Володимирівна

Лень Т. В.

Попель С. А.

Тимофеєв Д. Г.

Шагінян Є. А.

Відповідальний за підготовку облікових документів

Телефон

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

