Облікова картка ДіР

Image not found or type unknow

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0212U006573

Державний реєстраційний номер: 0111U004757

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 17-05-2012

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Формування маркетинг-орієнтованої системи управління страховими компаніями

Початок етапу: 04.2011

Закінчення етапу: 03.2012

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, молоді та спорту 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): Головне управління статистики у Хмельницькій області

Код за ЄДРПОУ: 02362894

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

Форма власності:

Сфера управління: Державний комітет статистики України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: (0382)794 636

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

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

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Формування маркетинг-орієнтованої системи управління страховими компаніями

Назва роботи англійською:

Formation of marketing-oriented management by insurance companies

Реферат українською:

За умов поглиблення економічної кризи існуючи механізми управління виявилися неспроможними забезпечити ефективне функціонування вітчизняних підприємств та фінансових установ. У докризові роки, незважаючи на негативний попит та недовіру населення, страховий ринок України демонстрував значні темпи приросту та динамічний розвиток. За умов зниження попиту на фінансові послуги загалом та, відповідно, на послуги страхування, постає питання пошуку нових механізмів забезпечення ефективності розвитку страхового бізнесу. Об'єктом проведеної роботи виступали процеси формування маркетинг-орієнтованої системи управління страховим компаніями. Метою науково-дослідної роботи стало обґрунтування теоретико-методичних засад і формування практичних рекомендацій щодо створення маркетинг-орієнтованої системи управління страховою компанією. Для досягнення поставленої мети була використана система сучасних загальнонаукових методів: системного аналізу, індукції, дедукції, класифікації, статистичного аналізу, економіко-математичного моделювання, графічний метод. Практичне значення отриманих результатів полягає у розробці теоретико-методичних засад, аналітичних й організаційних підходів, які дозволяють сформувати складові маркетинг-орієнтованої системи управління страховою компанією. Наукова новизна сформульованих і обґрунтованих положень, висновків та рекомендацій полягає в тому, що вони у сукупності вирішують важливе наукове завдання щодо формування ефективного маркетинг-орієнтованого механізму управління страховими компаніями

Реферат англійською:

At the terms of deepening of economic crisis the existent mechanisms of management appeared helpless to provide the effective functioning of domestic enterprises and financial institutions. Before crisis years, without regard to negative demand and mistrust of population, the insurance market of Ukraine demonstrated considerable growth rates and dynamic development. At the terms of decrease in demand on financial services on the whole and, accordingly, on services of insurance, the question of searching new mechanisms of providing of development efficiency of insurance business appears. The processes of forming of marketing-orientated control system by an insurance company came forward the object of the conducted work. The purpose of research work was become by a ground theoretic-methodical principles and forming of practical recommendations in relation to creation of marketing-orientated control system of an insurance company. For achievement of the put purpose there was the used system of modern scientific methods: analysis of the systems, induction, deduction, classification, statistical analysis, economic-mathematical design, and graphic method. The practical value of the research results consists in development theoretic-methodical principles, analytical and organizational approaches which allow to form the constituents of marketing-orientated control system by an insurance company. The scientific novelty of the formulated and grounded positions, conclusions and recommendations, consists in that they in an aggregate decide an important scientific task in relation to forming of effective marketing-orientated mechanism of management insurance companies

Індекс УДК: 658, 339.138:368/369

Коди тематичних рубрик: 06.81

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 маркетинг-орієнтованої системи управління страховими компаніями

Назва НТП англійською: The mechanism of marketing-oriented management system insurance companies

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: методична документація

Галузь застосування: 73.20. 2; 74.15.0

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Сформовано механізм маркетинг-орієнтованої системи управління страховими компаніями, який відтворює процеси організування маркетинг-орієнтованої системи управління страховими компаніями з урахуванням впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища через застосування специфічних принципів, методів та функцій за допомогою створення організаційної структури маркетингової діяльності, яка використовує специфічний маркетинговий інструментарій

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 2012 - 2013 рр.

Закінчення етапу:

Споживачі продукції: Страхові компанії ПАТ "УПСК", ПАТ СК "УСГ", ПАТ "СК "Перша"

Перспективні ринки: Регіональні представництва страхових компаній

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 Забурмеха Є. М. Етимологія та еволюціонування страхового маркетингу в контексті становлення і розвитку маркетингової діяльності в Україні / Є. М. Забурмеха // Маркетингові технології в умовах інноваційного розвитку економіки : [монографія] / за ред. С. В. Ковальчук. - Хмельницький : Поліграфіст-2, 2011. - С. 223 - 237. 2 Забурмеха Є. М. Маркетингові дослідження страхового ринку: регіональний аспект / Є. М. Забурмеха // Економіка та менеджмент : матеріали доповідей МНПК, Суми, 18-20 травня 2011. - Суми : СумДУ, 2011. - Т. 1. - С. 150-152. 3 Забурмеха Є. М. Трендовий аналіз розвитку страхового ринку України / Є. М. Забурмеха // Вісник Хмельницького національного університету. - 2011. - № 6, т. 4. - С. 115-122.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи Параска Георгій Борисович

Перелік осіб-виконавців

Забурмеха Євгена Михайлівна

Ковальчук Світлана Володимирівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Телефон

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

