Облікова картка ДіР

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0216U001892

Державний реєстраційний номер: 0116U002504

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 30-05-2016

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Дослідження маркетингових активностей корпорації Danon на зарубіжних ринках

Початок етапу: 02.2016

Закінчення етапу: 03.2016

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

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

Код за ЄДРПОУ: 33680120

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: (0352)47-50-59

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): ПрАТ "Тернопільський молокозавод"

Код за ЄДРПОУ: 30356917

Місцезнаходження: , м. Тернопіль, Тернопільський р-н., Тернопільська обл., , Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: (0352)561201

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: 2.7 - інше

Джерела фінансування

7722 - кошти підприємств, установ, організацій України

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 5

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Дослідження маркетингових активностей корпорації Danon на зарубіжних ринках

Назва роботи англійською:

Research Corporation Danone marketing activities in foreign markets

Реферат українською:

Об'єкт дослідження - дослідження сучасних маркетингових активностей корпорації Danone на молочних ринках країн Євросоюзу. Метою науково-дослідної роботи є бенчмаркінговий аналіз товарної, збутової, комунікаційної політики компанії Danone, її конкурентних переваг, слабких сторін, цифрових розробок та реакцій споживачів. Дане дослідження дозволить запропонувати напрямки та інструменти конкурентної боротьби як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Методи дослідження: компаративний аналіз, якісний аналіз, графічний, логічний аналіз та синтез, розрахунковий, системний метод, прогнозування, логіко-діалектичний метод пізнання. Узагальненим науковим результатом роботи є опис сучасної маркетингової діяльності Danone на ринку молочних продуктів в умовах посилення конкуренції в цій сфері господарювання, а також дослідження сильних й слабких сторін, загроз та перспектив функціонування корпорації в умовах індивідуалізації попиту. Окрім проведеного системного SWOT-аналізу, зазначено основні результати сучасних досліджень щодо ефективності просування конкретного виду продукції, тенденції поведінки споживачів та цифрового маркетингу. Наукова новизна проведених наукових досліджень відображає: зазначення провідних теоретичних та прикладних аспектів маркетингових кампаній харчової індустрії на європейських ринках, важливість аналітичного базису на основі проведених досліджень при прийнятті управлінських маркетингових рішень, характеристика зміни парадигми бізнес-активності в контексті індивідуалізації попиту на оцифровування маркетингових інтеракцій. Ступінь впровадження - на рівні розробки: практичні пропозиції та методичні рекомендації щодо удосконалення маркетингових активностей ПрАТ Тернопільський молокозавод з метою розширення його діяльності.

Реферат англійською:

Object of the research - the study of modern marketing activities of the corporation Danone in dairy markets of the European Union. The purpose of research is in Benchmarking Analysis of product policy, sales policy and communication policy of Danone, its competitive advantages, weaknesses, digital developments and reactions of consumers. This study will offer directions and tools of competition both in domestic and foreign markets. Methods: comparative analysis, qualitative analysis, graphical, logical analysis and synthesis, calculated, systematic method of forecasting, logical and dialectical method of knowledge. Generalized scientific result is the description of the modern marketing of Danone dairy products in terms of increased competition in the field of management, as well as research of its strengths and weaknesses, threats and prospects of the functioning of the corporation in terms of individualization demand. It was conducted a systematic SWOT-analysis, and outlined the results of current research on promotion effectiveness of a specific product according to trends in consumer behavior and digital marketing. Scientific novelty of research conducted displays: specifying the leading theoretical and applied aspects of the marketing campaigns of the food industry in the European markets, the importance of the analytical basis based on the studies in management marketing solutions, outlining paradigm shift in business activity in the context of individualization demand for digital marketing interactions. The degree of implementation - on the level of development: practical suggestions and guidelines for improving marketing activities of PrAT Ternopilskyy molokozavod (JSC Ternopil dairy factory) to expand its activities.

Індекс УДК: 339.5, 339.138

Коди тематичних рубрик: 06.51.65

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Сохацька Олена Миколаївна

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Практичні пропозиції та методичні рекомендації щодо удосконалення маркетингових активностей ПрАТ Тернопільський молокозавод

Назва НТП англійською: Practical suggestions and guidelines for improving marketing activities of PrAT Ternopilskyy Molokozavod (JSC Ternopil' dairy factory)

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методичні рекомендації

Галузь застосування: М 72 Наукові дослідження та розробки

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: У процесі дослідження було розглянуто бенчмаркінговий аналіз товарної, збутової, комунікаційної політики корпорації Danone, її конкурентних переваг, слабких сторін, цифрових розробок та реакцій споживачів, що дало змогу запропонувати напрямки та інструменти конкурентної боротьби як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках; розроблені практичні пропозиції та методичні рекомендації щодо удосконалення маркетингових активностей ПрАТ Тернопільський молокозавод.

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 2016

Закінчення етапу:

Споживачі продукції: підприємства молочної галузі харчової промисловості

Перспективні ринки: Україна

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

Дослідження маркетингових активностей корпорації Danone на європейських ринках [Текст] : звіт про НДР (закл.) / Тернопільський національний економічний університет ; О.М. Сохацька, І. О. Блажей, О. А. Легкий. - Тернопіль, 2016. - 43 с.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи Крисоватий Андрій Ігорович

Перелік осіб-виконавців

Блажей Ірина Олегівна

Легкий Олег Андрійович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Телефон

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

