Облікова картка ДіР

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0222U005164

Державний реєстраційний номер: 0122U201339

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 24-12-2022

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Адаптація маркетингової стратегії суб'єкта господарювання до кризових умов

Початок етапу: 10.2022

Закінчення етапу: 11.2022

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

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

Код за ЄДРПОУ: 33680120

Місцезнаходження: вул. Львівська, буд. 11, м. Тернопіль, Тернопільський р-н., Тернопільська обл., 46009, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380352475051

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Журавецький Олександр Михайлович

Код за ЄДРПОУ: 2870313418

Місцезнаходження: -, с. Нагірянка, Чортківський р-н., Тернопільська обл., 48543, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380676853851

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 25 - договір з фізичною особою. Замовником НДР (ДКР) виступає фізична особа, за рахунок коштів якої виконується робота

Напрям фінансування: 2.7 - інше

Джерела фінансування

7705 - кошти інших джерел

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 40.000

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Адаптація маркетингової стратегії суб'єкта господарювання до кризових умов

Назва роботи англійською:

Adaptation of the business entity's marketing strategy to crisis conditions

Реферат українською:

Об'єкт дослідження – маркетингова стратегія ФОП. Мета дослідження – обґрунтування практичних рекомендацій щодо адаптації маркетингової стратегії суб'єкта господарювання до кризових умов. Методи дослідження – спостереження, порівняння, аналіз і синтез, індукції і дедукції, теоретичного узагальнення, оцінки та порівняння, абстрагування та узагальнення, графічний метод. Теоретичні результати – дослідження теоретичних та практичних напрямів адаптації маркетингової стратегії суб'єкта господарювання в напрямі забезпечення його конкурентоспроможності під впливом існуючих кризових факторів. Практичні результати – визначено перспективи формування маркетингової стратегії із врахуванням впливу кризових факторів; використання інструментів маркетингу в умовах війни; передумови формування та розвитку маркетингового потенціалу суб'єкта господарювання; Послідовність визначення складу стратегічного портфеля та планування діяльності ФОП Журавецького О. М. Новизна – у результаті проведеного дослідження раніше проаналізовані положення дістали подальший розвиток. Зокрема: визначено, що цифровий або «digital marketing» є як інтерактивний маркетинг взаємодії, заснований на застосу¬ванні інформаційно-комунікаційних техноло¬гій, пов'язаних з Інтернетом, для створення, комунікації, доставки та обміну пропозиціями, які мають цінність для покупців, користувачів та суспільства в цілому; проведено аналіз п'яти конкурентних сил галузі металопластикових вікон України за М. Портером; на основі проведеного SWOT- аналізу було сформульовано маркетингову стратегію для ФОП Журавецького О.М.; здійснено оцінку маркетингового потенціалу ФОП Журавецького О. М. та обґрунтувано заходи з його підвищення в кризових умовах.

Реферат англійською:

The object of the study is the marketing strategy of the FOP. The purpose of the study is to substantiate practical recommendations for adapting the marketing strategy of the business entity to crisis conditions. Research methods - observation, comparison, analysis and synthesis, induction and deduction, theoretical generalization, evaluation and comparison, abstraction and generalization, graphic method. Theoretical results – the study of theoretical and practical directions of adaptation of the marketing strategy of the business entity in the direction of ensuring its competitiveness under the influence of existing crisis factors. Practical results – the prospects for the formation of a marketing strategy, taking into account the impact of crisis factors, are determined; the use of marketing tools in war conditions; prerequisites for the formation and development of the marketing potential of the business entity; The sequence of determining the composition of the strategic portfolio and planning the activity of the FOP Zhuravetskyi O. M. Novyzna - as a result of the conducted research, the previously analyzed provisions received further development. In particular: it is defined that digital or "digital marketing" is an interactive interaction marketing based on the application of information and communication technologies related to the Internet for the creation, communication, delivery and exchange of offers that have value for buyers , users and society as a whole; an analysis of five competitive forces of the metal-plastic window industry of Ukraine according to M. Porter was carried out; on the basis of the conducted SWOT analysis, a marketing strategy was formulated for the FOP Zhuravetskyi O.M.; the marketing potential of O.M. Zhuravetskyi FOP was evaluated and measures to increase it in crisis conditions were substantiated.

Індекс УДК: 339.187; 339.13; 339.146; 658.8

Коди тематичних рубрик:06.81.55

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Кульчицька Надія Євстахівна

Науковий ступінь: к. е. н.

Вчене звання: доц.

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Алгоритм виявлення перспектив формування маркетингової стратегії із врахуванням впливу кризових факторів

Назва НТП англійською: Algorithm of dentification of prospects for the formation of a marketing strategy, taking into account the influence of crisis factors

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методичні документи

Галузь застосування: М 72 Наукові дослідження та розробки

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Система дослідження теоретичних та практичних напрямів адаптації маркетингової стратегії суб'єкта господарювання в напрямі забезпечення його конкурентоспроможності під впливом існуючих кризових факторів

Соціально-економічна спрямованість НТП: Поліпшення маркетингу в кризових умовах

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 10.2022

Закінчення етапу: 11.2022

Споживачі продукції: Суб'єкти підприємницької діяльності

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

Кульчицька Н.Є. та ін. Адаптація маркетингової стратегії суб'єкта господарювання до кризових умов : Звіт про НДР. Тернопіль, ЗУНУ, 2022. 71 с.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи Крисоватий Андрій Ігорович
д. е. н., 08.00.08

Перелік осіб-виконавців

Дерманська Людмила Василівна
(к. е. н., 08.00.04)

Поляк-Свергун Мар'яна Миколаївна
(к.е.н.)

Відповідальний за підготовку облікових документів Москаль Ю.В.

Телефон +38 (035) 251-75-52

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

