Облікова картка ДіР

Image not found or type unknow

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0225U003290

Державний реєстраційний номер: 0123U101671

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 13-06-2025

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Розвиток комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій на вітчизняних підприємствах

Початок етапу: 04.2023

Закінчення етапу: 04.2025

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Київський національний університет технологій та дизайну

Код за ЄДРПОУ: 02070890

Місцезнаходження: вул. Немировича-Данченка, буд. 2, м. Київ, 01011, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380442800512

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Київський національний університет технологій та дизайну

Код за ЄДРПОУ: 02070890

Місцезнаходження: вул. Немировича-Данченка, буд. 2, м. Київ, 01011, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380442800512

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:

Розвиток комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій на вітчизняних підприємствах

Назва роботи англійською:

Development of integrated marketing communications in domestic enterprises

Реферат українською:

Об'єктом науково-дослідної роботи є процес розвитку Комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій (КІМК) на інформаційно-комунікаційно-технологічних (ІКТ) підприємствах України. Предметом дослідження є сукупність теоретичних положень, принципів, методів та інструментів забезпечення процесу розвитку КІМК на ІКТ-підприємствах України в умовах цифрової трансформації. Метою роботи стало обґрунтування теоретичних засад та розроблення науково-практичних пропозицій щодо розвитку КІМК на ІКТ-підприємствах. Методична база дослідження охоплює методи: аналізу, синтезу, узагальнення, порівняння, інтегрального оцінювання, економіко-математичного моделювання, стратегічного аналізу і системного підходу, емпіричні та графічний. Теоретичне значення роботи полягає у розробці концептуальної моделі «I-10», метою якої є продемонструвати інтеграційні процеси всередині КІМК з доведенням на основі емпіричних даних ефективності використання інструментів штучного інтелекту як складової такої моделі. Практичне значення одержаних результатів полягає в створені класифікацію інструментів штучного інтелекту, підтверджені доцільность їх використання в діяльності департаменту маркетингу (120 інструментів – переважно SaaS-програм); в розробці практичних рекомендацій щодо використання Карти впровадження КІМК на підприємстві. Достовірність та обґрунтованість результатів дослідження підтверджується їхньою апробацією на науково-практичних заходах; науковими публікаціями фахових виданнях України та закордонних виданнях; використанням у практичній діяльності підприємств, в структурах державного управління. Галузь застосування: бізнес та управління; інформаційні технології.

Реферат англійською:

The object of the research work is the process of developing the Integrated Marketing Communications Complex (IMCC) at information, communication and technology (ICT) enterprises of Ukraine. The subject of the study is a set of theoretical provisions, principles, methods and tools for ensuring the process of developing IMCC at ICT enterprises of Ukraine in the context of digital transformation. The aim of the work was to substantiate the theoretical foundations and develop scientific and practical proposals for the development of IMCC at ICT enterprises. The methodological basis of the research includes the following methods: analysis, synthesis, generalization, comparison, integral evaluation, economic and mathematical modeling, strategic analysis and systems approach, empirical and graphical. The theoretical significance of the work lies in the development of the conceptual model "I-10", the purpose of which is to demonstrate integration processes within IMCC with the proof based on empirical data of the effectiveness of using artificial intelligence tools as a component of such a model. The practical significance of the results obtained lies in the creation of a classification of artificial intelligence tools, the confirmation of the feasibility of their use in the activities of the marketing department (120 tools - mainly SaaS programs); in the development of practical recommendations for the use of the KIMK Implementation Map at the enterprise. The reliability and validity of the research results are confirmed by their testing at scientific and practical events; scientific publications in professional publications of Ukraine and foreign publications; use in the practical activities of enterprises, in public administration structures. Field of application: business and management; information technologies.

Індекс УДК: 339.187; 339.13; 339.146; 658.8, 373.61; 339.138; 658.8

Коди тематичних рубрик: 06.81.55, 06.81.03

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Хаустова Євгенія Борисівна

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Концептуальна модель «I-10», метою якої є інтеграція процесів всередині комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій з доведенням на основі емпіричних даних ефективності використання інструментів штучного інтелекту як складової такої моделі. Карта впровадження комплексу інтегрованих маркетингових комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій на підприємстві.

Назва НТП англійською: Conceptual model "I-10", the purpose of which is the integration of processes within the integrated marketing communications complex with the proof based on empirical data of the effectiveness of using artificial intelligence tools as a component of such a model. Map of the implementation of the integrated marketing complex of the integrated marketing communications complex at the enterprise.

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методи, теорії, Аналітичні матеріали

Галузь застосування: M 72.20 - Професійна, наукова та технічна діяльність / Наукові дослідження та розробки / Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Досліджно значення інтегрованих маркетингових комунікацій для ефективної діяльності підприємств в умовах цифровізації; визначення ефективність використання інструментів штучного інтелекту (ШІ) у сучасному комплексі інтегрованих маркетингових комунікацій; Здійснено оцінювання впливу інструментів ШІ на скорочення часу виконання маркетингово-комунікаційних завдань, зниження витрат і підвищення якості виконання в умовах комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення продуктивності праці, Підвищення автоматизації виробничих процесів

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 04.2024

Закінчення етапу: 04.2025

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.: 40

Права, що надаються інвестору після завершення роботи: Права не надаються

Наявність бізнес-плану: Так

Техніко-економічне обгрунтування: Ні

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.: 400

Очікуваний термін окупності (років): 1

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

1. Svergun, I., Khaustova, Ye., Sverhun, M. (2025). Chapter 1.3. AI-Driven Digital Transformation: Enhancing Business and Economic Sustainability Across Sectors. Digital Transformation and IT Implementation: Driving Sustainable Development Across Nations, March 30, 2025. URL: https://mono.scnchub.com/index.php/book/catalog/view/57/127/721.

2. Bashynska, I., Khaustova, Y. (2025). Using Machine Learning Algorithms to Analyze Energy Consumption Data and Optimize Management Processes at Smart Enterprises. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds.) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies, Vol. 240. Springer, Cham. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-81557-7_7.

3. Марциновський В. В. Актуалізація підходів у дослідженні «комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій». Формування ринкових відносин в Україні, Київ. 2023. №2 (261). С. 37-44. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.7895525.

4. Марциновський В. В. Інтегровані маркетингові комунікації: історія розвитку. Формування ринкових відносин в Україні, Київ, 2023. №4 (263). С. 80-88. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.8087842.

5. Марциновський В. В. Огляд найбільш поширених концепцій інтегрованих маркетингових комунікацій. Формування ринкових відносин в Україні, Київ. 2023. №5 (264). С. 82-92. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.8142248.

6. Марциновський В. В. Огляд конкурентного середовища українського інформаційно-комунікаційно-технологічного ринку. Формування ринкових відносин в Україні, Київ. 2023. №9 (268). С. 49-69. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.10157690.

7. Марциновський В. В. Використання SaaS-інструментів та інших на базі штучного інтелекту для підвищення ефективності комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій. Формування ринкових відносин в Україні, Київ. 2023. №11 (270). С. 74-91. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.10528705.

8. Марциновський В. В. Етапи формування комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій на підприємствах України. Формування ринкових відносин в Україні, Київ. 2023. №12 (271). DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.10664552.

9. Свергун І. М., Хаустова Є. Б., Свергун М. М. Стратегія розвитку суб'єктів у сфері комунікаційних та інформаційних технологій. Грааль науки. 2024. No. 44. С.63-68. DOI: 10.36074/grail-of-science.04.10.2024.007. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/29197.

10. Свергун І. М., Хаустова Є. Б., Свергун М. М. Вплив інструментів ШІ на процедуру формування стратегії сталого розвитку та її реалізації в сфері ІКТ. Інвестиції: практика та досвід. 2024. С.88-95. DOI: 10.32702/2306-6814.2024.13.88.

11. Сосновський Г. Ю., Хаустова Є. Б. Особливості впливу ШІ на розвиток бізнесу в сфері послуг. Економіка та суспільство. 2024. Вип. 63. С. 1-8. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-63-90.

12. Khaustova, Y., Riabokin, T. (2024). Integration of Artificial Intelligence into the Corporate Management System. Economics, Finance and Management Review, № 4 (20), С. 68-79. DOI: https://doi.org/10.36690/2674-5208-2024-4-68-79.

13. Марциновський В. В. Складові сегменту ІТ-послуг і його перспективи в контексті ІКТ-ринку України. Збірник Міжнародної наукової інтернет-конференції «Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення. Випуск 83». Тернопіль, Україна, Ополе, Польща. Вища школа управління та адміністрування (Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu). 07-08.12.2023. С. 52-56. URL: http://www.konferenciaonline.org.ua/ua/article/id-1476/

14. Марциновський В. В. Клієнтоцентричні моделі комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій як важливий елемент програми сучасної маркетингової освіти. Збірник V Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації» (Київ, КНУТД, 06.10.2023).

15. Марциновський В. В. Інтегровані маркетингові комунікації та інтегровані комунікації: термінологічна опозиція та питання теорії. Збірник Міжнародної мультидисциплінарної інтернет-конференції «Світ наукових досліджень. Випуск 24». Тернопіль, Україна, Ополе, Польща. Вища школа управління та адміністрування (Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu). 21-22.11.2023. С. 66-72. URL: http://www.economy-confer.com.ua/full-article/5074/

16. Сосновський Г. Ю., Свергун І. М., Хаустова Є. Б. Смарт-економіка як фундамент розвитку сучасної системи господарювання: перспективи та виклики цифрових технологій. Проблеми управління підприємствами в сучасних умовах: Матеріали XX Міжнарод. наук.-практ. конф. (Київ, 17-18 квітня 2024 р.): тези доп. К.: НУХТ, 2024. С. 147-148.

17. Свергун І. М., Хаустова Є. Б., Свергун М. М. Проблеми та перспективи застосування штучного інтелекту у сфері комунікаційних та інформаційний технологій. Штучний інтелект у науці та освіті (AISE 2024, Київ, 1-2 березня 2024 р.). Упоряд: А. Яцишин, В. Матусевич, В. Коваленко. Київ: УкрІНТЕІ, 2024. С. 400-404.

18. Сосновський Г., Свергун М., Хаустова Є. Особливості впливу штучного інтелекту на розвиток бізнес-технологій. Штучний інтелект у науці та освіті (AISE 2024, Київ, 1-2 березня 2024 р.). Упоряд: А. Яцишин, В. Матусевич, В. Коваленко. Київ: УкрІНТЕІ, 2024. С. 496-498.

19. Свергун І. М., Хаустова Є. Б., Левченко О. М. Основні чинники формування стратегії розвитку бізнесу в сфері ІКТ. Сучасні проблеми менеджменту: матеріали XX міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 2024). Редакційна колегія: О. Кириленко та інші. К.: НАУ, 2024. С. 271-274.

20. Сосновський Г. Ю., Хаустова Є. Б., Денисенко М. П. Стратегія цифровізації бізнесу в контексті повоєнного відновлення України. Сучасні проблеми менеджменту: матеріали XX міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 2024). Редакційна колегія: О. Кириленко та інші. К.: НАУ, 2024. С. 361-362.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи — Грищенко Іван Михайлович
д. е. н., 08.00.03

Перелік осіб-виконавців

Марценовський Володимир Валерійович
(аспірант)

Свергун Ірина Миколаївна
(аспірант)

Хаустова Євгенія Борисівна
(д. е. н., 08.06.01)

Відповідальний за підготовку облікових документів — Кривонос Олена Олександрівна

Телефон — +38 (063) 808-91-62

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

