Облікова картка ДіР

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0220U104629

Державний реєстраційний номер: 0120U100637

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 24-12-2020

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Формування маркетингових інновацій в контексті розвитку підприємства

Початок етапу: 01.2020

Закінчення етапу: 12.2020

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: вул. Львівська, 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): Гаворчак Олег Дмитрович

Код за ЄДРПОУ: 2507910398

Місцезнаходження: вул. Зелена, 10, кв. 1, м. Чортків, Чортківський р-н., Тернопільська обл., 48500, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380970376460

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

7704 - власні кошти, кошти підприємств, установ, організацій, фізичної особи на виконання ініціативних робіт

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 25

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Формування маркетингових інновацій в контексті розвитку підприємства

Назва роботи англійською:

Formation of marketing innovations in the context of enterprise development

Реферат українською:

Об'єкт дослідження – процеси маркетингового забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Мета дослідження – обґрунтування теоретико-методичних засад застосування маркетингових інновацій на підприємстві для підвищення його конкурентоспроможності. Методи дослідження – спостереження, порівняння, оцінка, аналіз, синтез, індукції та дедукції, графічний, розрахунковий, узагальнення, систематизації. Теоретичні результати – дослідження теоретичних та науково-методичних аспектів формування маркетингових інновацій в напрямі забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Практичні результати – визначено ключові внутрішні та зовнішні маркетингові фактори які впливають на стан розвитку підприємства, досліджено досвід впровадження маркетингових інновацій підприємствами країн ЄС, запропоновано систему маркетингових інноваційних заходів та шляхів підвищення ефективності їх використання у діяльності ФОП Гаворчака О. Д. Новизна – у результаті проведеного дослідження раніше проаналізовані положення дістали подальший розвиток. Зокрема: охарактеризовано процес формування маркетингових інновацій на підприємстві, який сприятиме зменшенню витрат, підвищенню продуктивності, покращенню рівня обслуговування покупців і загалом підвищує рівень конкурентоспроможності підприємства, що так необхідно в нинішніх умовах виживання на вітчизняному ринку; визначено реалізацію інтернет-маркетингу у забезпеченні конкурентоспроможності ФОП Гаворчака О. Д., зокрема використання SM-маркетингу (SMM – Social Media Marketing), тобто проведення роботи із залученням трафіку і просування продукції у соціальних медіа: соціальні мережі, особисті блоги, відеохостінги, новинні портали, будь-які інші місця концентрації інтернет-користувачів; описано стратегію розвитку ФОП Гаворчака О. Д. під впливом інноваційних маркетингових інструментів, а саме реалізація: програмного забезпечення та обладнання для технології «вбивця черг»; автоматизації готівкового офісу в магазині.

Реферат англійською:

The object of research - the processes of marketing to ensure the competitiveness of the enterprise. The purpose of the study is to substantiate the theoretical and methodological foundations of the application of marketing innovations in the enterprise to increase its competitiveness. Research methods - observation, comparison, evaluation, analysis, synthesis, induction and deduction, graphical, computational, generalization, systematization. Theoretical results - research of theoretical and scientific-methodical aspects of formation of marketing innovations in the direction of maintenance of competitiveness of the enterprise. Practical results - the key internal and external marketing factors influencing a condition of development of the enterprise are defined, experience of introduction of marketing innovations by the enterprises of the EU countries is investigated, the system of marketing innovative actions and ways of increase of efficiency of their use in activity of FOP Gavorchaka OD is offered. research previously analyzed provisions have been further developed. In particular: the process of formation of marketing innovations at the enterprise is characterized, which will help reduce costs, increase productivity, improve customer service and generally increase the level of competitiveness of the enterprise, which is so necessary in the current conditions of survival in the domestic market; the implementation of Internet marketing in ensuring the competitiveness of FOP Gavorchaka OD, in particular the use of SM-marketing (SMM - Social Media Marketing), ie work with traffic and promotion of products in social media: social networks, personal blogs, video hosting, news portals, any other places of concentration of Internet users; describes the strategy of development of FOP Gavorchak OD under the influence of innovative marketing tools,

namely the implementation of: software and equipment for technology "queue killer"; cash office automation in the store.

Індекс УДК: 681.5.009(100); 004.009(100)

Коди тематичних рубрик: 50.01.14

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: Система маркетингових інноваційних заходів та шляхів підвищення ефективності їх використання у діяльності підприємства

Назва НТП англійською: The system of marketing innovative measures and ways to increase the efficiency of their use in the enterprise

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методичні документи

Галузь застосування: M 72 Наукові дослідження та розробки

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: В сучасних умовах традиційні маркетингові методи досліджень вже не можуть бути об'єктивними. Це зумовлено низькою якістю збирання первинних даних за допомогою анкетування і опитування, оскільки структура запитань може бути неефективною для отримання потрібної інформації, а споживачі не завжди є відвертими у своїх відповідях, або взагалі можуть просто не хотіти витрачати свій час. Розв'язати цю проблему допоможуть нові види маркетингу: інтернет-маркетинг, мобільний маркетинг, нейромаркетинг, маркетинг 3.0, знаходять своє відображення у системі маркетингових комунікацій організації.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення ефективності використання маркетингових інноваційних заходів

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 01.2020

Закінчення етапу: 12.2020

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

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. Формування маркетингових інновацій в контексті розвитку підприємства : звіт по НДР. Тернопіль, ЗУНУ, 2020. 57 с.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Крисоватий Андрій Ігорович
д. е. н., 08.00.08

Перелік осіб-виконавців

Вербіцька Інеса Ігорівна
(к. е. н., 08.00.04)

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

Кульчицька Надія Євстахівна
(к. е. н.)

Відповідальний за підготовку облікових документів

Москаль Ю. В.

Телефон

+38 (035) 247-50-59

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

