

Облікова картка ДіР



I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0223U003773

Державний реєстраційний номер: 0121U113150

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 29-06-2023

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Розвиток теорії та методології інноваційних маркетингових технологій в глобальному цифровому просторі

Початок етапу: 10.2021

Закінчення етапу: 06.2023

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Національний авіаційний університет

Код за ЄДРПОУ: 01132330

Місцезнаходження: проспект Любомира Гузара, буд. 1, м. Київ, 03058, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380444067484, 380444067901

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Національний авіаційний університет

Код за ЄДРПОУ: 01132330

Місцезнаходження: проспект Любомира Гузара, буд. 1, м. Київ, 03058, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380444067484

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)

Напрямок фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

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

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Розвиток теорії та методології інноваційних маркетингових технологій в глобальному цифровому просторі

Назва роботи англійською:

Development of the innovative marketing technologies theory and methodology in the global digital space

Реферат українською:

Об'єкт дослідження – процес формування та розвитку теорії та методології інноваційних маркетингових технологій в глобальному цифровому просторі. Мета дослідження полягає у розробці та обґрунтуванні теоретико-методологічних основ і розробка науково-практичних рекомендацій щодо розвитку теорії та методології інноваційних маркетингових технологій в глобальному цифровому просторі. Методи дослідження – загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання, статистичного аналізу, порівняння, економіко-математичні та графічні методи, системного аналізу, аналізу ієрархій, аналітичного планування, експертних оцінок та ін. Теоретичні і практичні результати: розглянуто теоретико-методологічні засади дослідження ринків інноваційних продуктів та послуг в глобальному цифровому просторі. Виявлено особливості застосування інноваційних маркетингових технологій в трансформаційний період. Досліджено застосування окремих елементів інноваційних маркетингових технологій при освоєнні нових та вдосконаленні старих ринків. Надано науково-практичні рекомендації щодо розвитку систематичного моніторингу ринку інноваційних досягнень та розробок в глобальному цифровому просторі. Новизна: уточнено понятійно-категоріальний апарат, що використовується при проведенні досліджень ринків інновацій, розроблено теоретико-методологічні підходи до дослідження ринків інноваційних продуктів та послуг в глобальному цифровому просторі, запропоновано модель підвищення ефективності використання інструментів цифрового маркетингу при впровадженні нових продуктів та послуг на ринку; систематизовано та узагальнено принципи інноваційного маркетингу в контексті трансформацій глобального цифрового простору; обґрунтовано доцільність вдосконалення та оновлення теоретико-практичних методик залучення та утримання клієнтів у глобальному цифровому просторі; ідентифіковано пріоритетність систематичного моніторингу ринку інноваційних досягнень та розробок в глобальному цифровому просторі.

Реферат англійською:

Object of research is the process of formation and development of the theory and methodology of innovative marketing technologies in the global digital space. Purpose of the study is to develop and justify theoretical and methodological foundations and develop scientific and practical recommendations for the development of the theory and methodology of innovative marketing technologies in the global digital space. Research methods - general scientific and special methods of scientific knowledge, statistical analysis, comparison, economic-mathematical and graphic methods, system analysis, analysis of hierarchies, analytical planning, expert evaluations, etc. Theoretical and practical results: the theoretical and methodological principles of researching the markets of innovative products and services in the global digital space are considered. The peculiarities of the application of innovative marketing technologies in the transformation period are revealed. The application of individual elements of innovative marketing technologies in the development of new and improvement of old markets has been studied. Scientific and practical recommendations for the development of systematic market monitoring of innovative achievements and developments in the global digital space are provided. Novelty: the conceptual and categorical apparatus used in the research of innovation markets has been clarified, theoretical and methodological approaches have been developed to research the markets of innovative products and services in the global digital space, a model for increasing the effectiveness of the use of digital marketing tools when introducing new products and services on the market has been proposed; systematized and summarized the principles of innovative marketing in the context of transformations of the global digital space; the feasibility of

improving and updating theoretical and practical methods of attracting and retaining customers in the global digital space is just

Індекс УДК: 339.138:330.341.1: 004.738.5 (047)

Коди тематичних рубрик: 82.15.21.09

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Князева Тетяна В'ячеславівна

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: доц.

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

IX. Бібліографічний опис

I Kryvovyazuk, Smerichevskiy S., I Britchenko L Kovalska, V Dorosh, P. Kravchuk. Digital transformation and innovation in business: the impact of strategic alliances and their success factors. *Economic Studies*. /1. Вип. 32(1). 2023.C.3-17. (Scopus)

Kniazieva, T.V., Shevchenko, A.V., Inshyn, M.I., Yakovlyev, O.A. Current trends in the formation and development of insurance marketing in Ukraine. *Risk Management and Insurance Review*, Vol. 24, Issue 3, 2021, pp. 279-292. <https://doi.org/10.1111/rmir.12185> (Scopus)

Kosova, T., Smerichevskiy, S., Kostyrko, L., Kostyrko, R., Radchenko, H., & Bondarenko, O. (2021). Financial and integrated reporting of Ukraine energy holdings in the categories of sustainable development and marketing innovations. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 25(S5), 1-16. (Scopus)

Kovalchuk, S., Arefieva, O., Shevchenko, A., Kononov, O., & Subachov, M. (2023). The Use of Digital Marketing Technologies in the Commercial Activity to Increase Enterprises' Value in the COVID-19 Conditions. *Revista De La Universidad Del Zulia*, 14(40), 506-522. <https://doi.org/10.46925/rdluz.40.28> (Web of Science)

Liudmyla Verbivska, Zhanna Zhygalkevych, Yuliia Fisun, Ihor Chobitok, Volodymyr Shvedkyi Digital technologies as a tool of efficient logistics. *Revista de la Universidad del Zulia*. 3ª época. Año 14, Nº 39, 2023. pp. 492-508. URL: <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rluz/article/view/39481/44532>

Svitlana Tulchynska, Olha Popelo, Anna Pohrebniak, Olena Borysenko, Kateryna Redko, Vyacheslav Koba. Innovative and Investment Activities of Enterprises within Eco-Industrial Parks in the Circular Economy Context». *International Journal of Sustainable Development and Planning*. Vol. 18, No. 1, January, 2023, pp. 79-89. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180108> (Scopus)

Tetiana V. Kniazieva, Anna V. Shevchenko, Hanna A. Radchenko, Olena S. Komova, Liliia O. Pankova. The impact of the transnationalization process on the consumer market of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 7, No 5. 2021. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-5-268-276> (Web of Science)

Z. Zhygalkevych, V. Zalizniuk, S. Smerichevskiy, T. Zabashtanska, Zatsarynin, S, R Tulchinskiy. Features and Tendencies of the Digital Marketing Use in the Activation of the International Business Activity. *International Journal of Computer Science and Network Security*. V. 22(1). pp. 77-84 (Web of Science)

Bovsunivska I. V. Digital marketing as a modern trend of marketing communication policy in a bank. «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення»: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, НАУ, ФЕБА 20-25 травня 2022 р.). Київ : Національний авіаційний університет, 2022. С. 198–200.

Kniazieva T.V., Orochovska L.A. Ecological marketing in the paradigm of sustainable development: theoretical and methodological aspect. Механізм регулювання економіки. 2023. № 1 (99). С.17-23.

Mykhalchenko I., Tokar Yu. Digital-marketing tools in the period of crises. Сучасні проблеми економіки та бізнесу: зб. матеріалів XII міжн. наук.-практ. конф., м. Київ, 10-11 листопада 2022 р. К.: НАУ, 2022. С. 235–237.

Раменська С.Є. Чернявська А.Р. Котовська Н.В. Маркетинг соціальних мереж: сучасний виклик. Маркетинг і цифрові технології (S.I.), v.7;n.1;p. 43–51. березень 2023. <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/287&gt>

Гірченко Т.Д., Малукало О.О. Зміни інструментів оцінки маркетингового середовища під впливом діджиталізації. Матеріали XIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Фінанси, облік та оподаткування: теорія і практика». 24 листопада 2022 р. К.: НАУ, 2022. 115–116.

Князева Т.В., Казанська Т.В. Маркетингова стратегія: виклики та можливості в умовах цифровізації. Економіка та суспільство, 2022, №46. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-21>

Князева Т.В., Пересунько М.М. Афілійований маркетинг: необхідність в сучасних умовах ведення бізнесу. Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку: за матер. XXIX Міжнародної науково-практ. конф. (м. Тепліце (Чехія), 07 лютого 2023 року). 2023. С.450–45.

Князева Т.В., Пересунько М.М. Цифровий маркетинг: типи, проблеми та необхідні навички. Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології: за матер. IV Міжнародної науково-практ. конф., (м. Київ, 1-3 березня 2023 року). К.: НАУ, 2023. С.432–437.

Колесник М.В., Ярмолук О.Я., Созинова І.В. Ефективність управління бізнес-процесами в ринковому середовищі цифрової інфраструктури. Науковий журнал «Цифрова економіка та економічна безпека». 2023. №3. С.97–103.

Михальченко І. Г., Москаленко Б. М. Маркетингове дослідження розвитку сфери ІТ-освіти в Україні на прикладі діяльності «Beetroot Academy». Проблеми системного підходу в економіці. 2021. Випуск 6(86). С. 87–93.

Нагиева А., Зайченко М. Екологічні інновації: підтримка сталого розвитку процесів, продуктів та послуг. Економіка та суспільство. 2022, №46. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-37>

Ороховська Л.А., Сібрук В.Л., Сібрук А.В. Специфіка соціально-ринкових комунікацій у сфері інфлюенс-маркетингу. Інфраструктура ринку. 2022. № 67. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/67-2022>

Полоус О.В. Формування ринкового потенціалу економічних систем на основі концептуальних засад циркулярної економіки. Комерціалізація інновацій: захист інтелектуального капіталу, маркетинг та комунікації : монографія / за заг. ред. канд. екон. наук, доц. Л. Ю. Сагер, канд. екон. наук, доц. Л. О. Сигиди. Суми: Сумський державний університет, 2022. 363 с.

Полоус О.В., Баранюк А.Ю. Управління екологічним маркетингом як фактор підвищення конкурентоспроможності інжинірингових послуг. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2022. № 4 (80). С. 64–71. DOI:<https://doi.org/10.33271/ebdut/80.064>

Полоус О.В., Богомол К.С. Антикризовий маркетинг в системі формування конкурентної стратегії аеропорту. Review of transport economics and management, 2022, Iss. 7(23). С. 81–89.
DOI:<https://doi.org/10.15802/rtem2022/258297>

- Полоус О.В., Гребельник О.А. Екологічна поведінка споживача як драйвер формування соціально відповідального бізнесу. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 46. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2086>. DOI:<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-62>
- Радченко Г.А., Казанська О.О., Хороших В.В. Маркетингова інформаційна система в умовах сучасних екосистем споживання. Електронний фаховий науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» Випуск 55/2021. С. 127-131 DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct55-21>
- Радченко Г.А., Котовська Н.В. Управління клієнтським досвідом як вагома складова сфери гостинності. Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом: Матеріали XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених 27 вересня 2022 р. – Укл.: Омельченко В.Я., Балабаниць А.В., Стойка А.В. Мацука В.М., Рібейро Рамос О.О., Горюнова К.А. та інш.; За заг. редакцією д.е.н., професора – Балабаниць А.В., Київ: МДУ, 2022. С. 59-60
- Радченко Г.А., Соболева А.В. Використання системи Kanban у Agile середовищі. Міжнародна науково-практична конференція «Бренд-комунікації: проблеми та рішення», Секція «Сучасні тенденції формування й розвитку бренд-комунікацій в Україні та у світі», 25 травня 2023 р, м. Київ, Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, URL: <http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/25062023-2>
- Радченко О.А. Роль цифрових технологій у просуванні товарів і послуг на глобальних ринках Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення» 20-25 травня 2022 р. К.: НАУ, 2022. С.106-108.
- Радченко О.А., Сібрук В.Л., Левківська О.О. Роль і місце інноваційного продукту в сталому розвитку косметичної індустрії: практичний аспект. Проблеми системного підходу: зб. наук. Праць. Випуск 3(89)/2022. К. НАУ, 2022. С. 189-193.
- Радченко, Г., Левковська, Т., Соболева, А. Особливості методології kanban та scrum при реалізації принципів agile-маркетингу. Економіка та суспільство, (50), 2023. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-24>
- Сібрук В. Л., Ороховська Л. А., Сібрук А. В. Розвиток маркетингу розподілу в контексті еволюції ритейлу як складової інфраструктури товарного ринку. Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут. 2022. № 23. С.171-175.
- Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
- Смерічевська С.В., Постніков О.О. Стратегічні бізнес-моделі управління замкненими ланцюгами постачання (Closed Loop Supply Chain Management) в умовах циркулярної економіки. Conceptual principles, methods and models of greening logistics activities. Monograph / by general editor. S.I. Grytsenko, L.V. Savchenko. Poland. 2023.
- Смерічевський С.Ф., Зацаринін С.А. Маркетингова стратегія просування інноваційних продуктів. Збірник наукових праць «Маркетинг і цифрові технології», том 6, №1, 2022, С. 21-31.
- Смілянець В.В. Методичні підходи до оцінювання ефективності маркетингового забезпечення інноваційного потенціалу авіапідприємств. Проблеми системного підходу в економіці. Випуск № 3(89), 2022. С. 171-176. <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2022-3-26>
- Соболева А., Радченко Г. Цифрова концепція як трансформаційний розвиток авіаційної галузі. Proceeding of The Tenth World Congress "Aviation In The Xxi-St Century - Safety in aviation and space technology". 28-30.09.2022. м. Київ. Національний авіаційний університет. С. 5.42-5.45. URL: <https://conference.nau.edu.ua/index.php/Congress/Congress2022/paper/viewFile/8862/7294>

Созінова І.В., Соболева А.В. Ефективне використання інтернету у створенні бренду. Актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку і права: досвід та перспективи: тези доповіді Міжнародної науково-практичної конференції (м. Кропивницький, Україна, 9 березня 2023р.). Кропивницький, 2023. С.36-38.

Філіппова Т.С., Петропавловська С.Є. Аналіз просування авіакомпаній на цифровому ринку. Політ: сучасні проблеми науки. Матеріали XXIII Міжнародної науково-практичної конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених (4-7 квітня 2023 року): тези доповідей. Київ: 2023. С. 28-29

Філіппова Т.С., Фісун Ю.В., Борисенко О.С. Реалізація стратегії холістичного маркетингу омніканального ритейлу на прикладі мережі «Фокстрот». Соціально-економічні відносини в цифровому суспільстві. Вип. № 2(48) 2023.

Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Ярмолюк О.Я. Інноваційні підходи проведення маркетингових досліджень сучасних підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. науково-виробничий журнал. Запоріжжя.: КПУ, 2022. Вип. 2(125). Режим доступу до видання: <http://www.econom.stateandregions.zp.ua>

Хайдарова Т.М., Сабірова І.М. Деякі питання інноваційного бізнес-моделювання в сучасних умовах. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення. III Міжнародна науково-практична конференція, 20-25 травня 2022 р.: тези доп. Київ: НАУ, 2022. С. 154-157.

Чернишова Т.В. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства//Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення», 21 жовтня 2021 р. Том 1. К.:НАУ, 2021.404 с.

Шевченко А., Левковська Т., Хайдарова Т. Вплив цифрових технологій на розвиток маркетингових досліджень. Наукові інновації та передові технології (Серія «Управління та адміністрування»): журнал ISSN 2786-5274. 2023. Вип. № 5(19) 2023. С. 169-176. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-5\(19\)](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-5(19)).

Шевченко А.В., Крушинський А.В. Методи інноваційного маркетингу реалізації маркетингової стратегії підприємства. Наукові інновації та передові технології (Серія «Державне управління», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»): журнал. 2023. № 3(17) 2023. С. 251-261. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-3\(17\)-251-261](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-3(17)-251-261)

Шевченко А.В., Марчук В.В. Сучасні тренди маркетингових досліджень бізнес-середовища компаній в умовах цифрових трансформацій. III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології», 2-4 березня 2022 року. К.: НАУ, 2022.

Шевченко А.В., Марчук В.В. Сучасні тренди маркетингових досліджень бізнес-середовища компаній в умовах цифрових трансформацій. III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології», 2-4 березня 2022 року. К.: НАУ, 2022. <https://drive.google.com/file/d/1aQgzaXByFViTgR17l4TyzMNE8mUbU33t/view>

Шевченко А.В., Смілянець В.В. Маркетингові стратегії розвитку інноваційного потенціалу авіапідприємств в умовах кризових трансформацій. Матеріали XVI міжнародної науково-технічної конференції «ABIA-2023». К.: НАУ, 2023. С. 23.50-23.53. <https://conference.nau.edu.ua/index.php/AVIA/AVIA2023/schedConf/presentations>

Шевченко А.В., Стельмашенко О.О., Марчук В.В. Зміни споживчої поведінки в умовах трансформації цифрових маркетингових комунікацій. Проблеми системного підходу в економіці. Вип 1(90), 2023. С. 44-53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2023-1-6>

Шевченко А.В., Юрескул Д.Ю., Васильчук О.В. Роль цифрового маркетингу у системі бізнес-середовища компанії. Наукові інновації та передові технології (Серія «Економіка»): журнал. 2023. № 6(20) 2023.

Ярмолюк О.Я., Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Теоретико-методологічні аспекти таргетованої реклами, як інструменту комплексного інтернет-маркетингу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Херсон.: ХДУ, 2022. Вип. 46. Режим доступу до видання:

Х. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Луцький Максим Георгійович

Д. Т. Н.

Перелік осіб-виконавців

Баранюк Андрій Юрійович

Бовсунівська Ірина Володимирівна
(к.е.н., доцент)

Борисенко Олена Сергіївна
(к. е. н., доцент, 08.00.04)

Гребельник Олександр Анатолійович

Гірченко Тетяна Дмитрівна
(к. е. н., професор, 08.00.08)

Зайченко Михайло Андрійович

Зацаринін Сергій Анатолійович

Казанська Олена Олександрівна
(доц.)

Крушинський Артем Вікторович

Михальченко Інна Григорівна
(к.е.н., доцент)

Нагієва Айсель Ісмаїл гизи

Ороховська Людмила Анатоліївна
(д. філ. н., професор, 09.00.03)

Пересунько Михайло Миколайович

Петропавловська Світлана Євгенівна
(к. е. н., доц.)

Полоус Ольга Вікторівна
(д. е. н., доц., 08.00.04)

Постніков Олексій Олександрович

Радченко Ганна Анатоліївна
(к.е.н., доц.)

Радченко Олена Андріївна

Раменська Світлана Євгенівна
(к. е. н., доц.)

Сабірова Індіра Миргазімівна

Салькова Ірина Юріївна
(к.е.н., доцент)

Слободяник Анна Миколаївна
(к. е. н., доц., н.с, 08.00.04)

Смерічевський Сергій Францович
(д. е. н., професор, 08.00.04)

Смілянець Віталій Вікторович

Созинова Ірина Валентинівна
Стельмашенко Олена Олександрівна
Сібрук Віктор Леонідович
(к. е. н., доц.)
Токар Юрій Ігорович
Фісун Юлія Володимирівна
(к.е.н., доц.)
Хайдарова Тетяна Миколаївна
Хороших Вікторія Валеріївна
(к.е.н., доц.)
Чернишова Тая Валеріївна
Шевченко Анна Валеріївна
(к. е. н., доц.)
Ярмолюк Олексій Ярославович
(к. е. н., доц.)

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Телефон

Реєстратор

Рибалко Олена Леонідівна

+38 (067) 910-60-63

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**



Юрченко Тетяна Анатоліївна