Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0212U006573

Державний реєстраційний номер: 0111U004757

Відкрита

Дата реєстрації: 17-05-2012

1. Етапи виконання

Номер етапу: 1

Назва етапу: Формування маркетинг-орієнтованої системи управління страховими компаніями

Початок етапу: 04-2011

Закінчення етапу: 03-2012

Вид звітного документа: Остаточний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Хмельницький національний університет

Код ЄДРПОУ/ІПН: 02071234

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України

Адреса: 29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 11

Телефон: (03822) 250 24

Телефон: (03822)232 65

E-mail: centr@mailhub.tup.km.ua

WWW: www.tup.km.ua

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Головне управління статистики у Хмельницькій області

Код ЄДРПОУ/ІПН: 02362894

Адреса: , м. Хмельницький, Хмельницький р-н., Хмельницька обл., , Україна

Підпорядкованість: Державний комітет статистики України

Телефон: (0382)794 636

Телефон: (0382)795 813

E-mail: gus@km.ukrstat.gov.ua

WWW: www.

4. Джерела та напрями фінансування

Підстава для проведення робіт: 52 - договір з вітчизняною організацією (органами місцевої ради, фондом, асоціацією, концерном тощо)

КПКВК:

Напрям фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

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

Фактичний обсяг фінансування за звітний етап: 0 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Формування маркетинг-орієнтованої системи управління страховими компаніями

Назва роботи (англ)

Formation of marketing-oriented management by insurance companies

Реферат (укр)

За умов поглиблення економічної кризи існуючи механізми управління виявилися неспроможними забезпечити ефективне функціонування вітчизняних підприємств та фінансових установ. У докризові роки, незважаючи на негативний попит та недовіру населення, страховий ринок України демонстрував значні темпи приросту та динамічний розвиток. За умов зниження попиту на фінансові послуги загалом та, відповідно, на послуги страхування, постає питання пошуку нових механізмів забезпечення ефективності розвитку страхового бізнесу. Об'єктом проведеної роботи виступали процеси формування маркетинг-орієнтованої системи управління страховим компаніями. Метою науково-дослідної роботи стало обґрунтування теоретико-методичних засад і формування практичних рекомендацій щодо створення маркетинг-орієнтованої системи управління страховою компанією. Для досягнення поставленої мети була використана система сучасних загальнонаукових методів: системного аналізу, індукції, дедукції, класифікації, статистичного аналізу, економіко-математичного моделювання, графічний метод. Практичне значення отриманих результатів полягає у розробці теоретико-методичних засад, аналітичних й організаційних підходів, які дозволяють сформувати складові маркетинг-орієнтованої системи управління страховою компанією. Наукова новизна сформульованих і обґрунтованих положень, висновків та рекомендацій полягає в тому, що вони у сукупності вирішують важливе наукове завдання щодо формування ефективного маркетинг-орієнтованого механізму управління страховими компаніями

Реферат (англ)

At the terms of deepening of economic crisis the existent mechanisms of management appeared helpless to provide the effective functioning of domestic enterprises and financial institutions. Before crisis years, without regard to negative demand and mistrust of population, the insurance market of Ukraine demonstrated considerable growth rates and dynamic development. At the terms of decrease in demand on financial services on the whole and, accordingly, on services of insurance, the question of searching new mechanisms of providing of development efficiency of insurance business appears. The processes of forming of marketing-orientated control system by an insurance company came forward the object of the conducted work. The purpose of research work was become by a ground theoretic-methodical principles and forming of practical recommendations in relation to creation of marketing-orientated control system of an insurance company. For achievement of the put purpose there was the used system of modern scientific methods: analysis of the systems, induction, deduction, classification, statistical analysis, economic-mathematical design, and graphic method. The practical value of the research results consists in development theoretic-methodical principles, analytical and organizational approaches which allow to form the constituents of marketing-orientated control system by an insurance company. The scientific novelty of the formulated and grounded positions, conclusions and recommendations, consists in that they in an aggregate decide an important scientific task in relation to forming of effective marketing-orientated mechanism of management insurance companies

Індекс УДК: 658, 339.138:368/369

Коди тематичних рубрик НТІ: 06.81

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Механізм маркетинг-орієнтованої системи управління страховими компаніями

Назва продукції (англ): The mechanism of marketing-oriented management system insurance companies

Очікувані результати: методична документація

Галузь застосування: 73.20. 2; 74.15.0

Опис продукції (укр): Сформовано механізм маркетинг-орієнтованої системи управління страховими компаніями, який відтворює процеси організування маркетинг-орієнтованої системи управління страховими компаніями з урахуванням впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища через застосування специфічних принципів, методів та функцій за допомогою створення організаційної структури маркетингової діяльності, яка використовує специфічний маркетинговий інструментарій

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Впроваджено

Строки впровадження: 2012 - 2013 рр.

Виробник продукції: Хмельницький національний університет

Споживачі продукції: Страхові компанії ПАТ "УПСК", ПАТ СК "УСГ", ПАТ "СК "Перша"

Перспективні ринки: Регіональні представництва страхових компаній

Права інтелектуальної власності: За договорами

Форми та умови передачі продукції: Спільні НДДКР

7. Бібліографічний опис

1 Забурмеха Є. М. Етимологія та еволюціонування страхового маркетингу в контексті становлення і розвитку маркетингової діяльності в Україні / Є. М. Забурмеха // Маркетингові технології в умовах інноваційного розвитку економіки : [монографія] / за ред. С. В. Ковальчук. - Хмельницький : Поліграфіст-2, 2011. - С. 223 - 237. 2 Забурмеха Є. М. Маркетингові дослідження страхового ринку: регіональний аспект / Є. М. Забурмеха // Економіка та менеджмент : матеріали доповідей МНПК, Суми, 18-20 травня 2011. - Суми : СумДУ, 2011. - Т. 1. - С. 150-152. 3 Забурмеха Є. М. Трендовий аналіз розвитку страхового ринку України / Є. М. Забурмеха // Вісник Хмельницького національного університету. - 2011. - № 6, т. 4. - С. 115-122.

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 81

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Забурмеха Євгена Михайлівна

Ковальчук Світлана Володимирівна

Керівник організації:

Параска Георгій Борисович

Керівники роботи:

Ковальчук Світлана Володимирівна

Керівник відділу реєстрації наукової діяльності УкрІНТЕІ

Юрченко Т.А.