

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0225U001287

Державний реєстраційний номер: 0123U101533

Відкрита

Дата реєстрації: 29-01-2025



1. Етапи виконання

Номер етапу: 1

Назва етапу: Формування системи лояльності споживачів підприємствами сфери обслуговування

Початок етапу: 01-2022

Закінчення етапу: 12-2024

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Чернівецький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету

Код ЄДРПОУ/ІПН: 05476322

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Адреса: Центральна площа, буд. 7, м. Чернівці, Чернівецька обл., 58002, Україна

Телефон: 380372222243

Телефон: 380372511158

E-mail: main@chtei-knteu.cv.ua

WWW: <http://www.chtei-knteu.cv.ua>

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Чернівецький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету

Код ЄДРПОУ/ІПН: 05476322

Адреса: Центральна площа, буд. 7, м. Чернівці, Чернівецька обл., 58002, Україна

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Телефон: 380372222243

Телефон: 380372511158

E-mail: main@chtei-knteu.cv.ua

WWW: <http://www.chtei-knteu.cv.ua>

4. Джерела та напрями фінансування

Підстава для проведення робіт: 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

КПКВК:

Напрямок фінансування: 2.1 - фундаментальні дослідження

Джерела фінансування

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

Фактичний обсяг фінансування за звітний етап: 0.000 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Формування системи лояльності споживачів підприємствами сфери обслуговування

Назва роботи (англ)

Formation of the consumer loyalty system by enterprises in the service sector

Реферат (укр)

Сучасні ринкові умови з високою конкуренцією та інформатизацією зумовлюють необхідність формування системи лояльності споживачів як стратегічного інструменту управління маркетинговою діяльністю. Утримання лояльних клієнтів сприяє довгостроковим конкурентним перевагам; підвищенню прибутковості; прогнозуванню поведінки цільової аудиторії; дозволяє підприємствам забезпечити стійкий розвиток у динамічному середовищі, орієнтуючись на взаємовигідні довготривалі відносини. У дослідженні проаналізовано теоретичні підходи до формування лояльності, фактори її впливу, зокрема якість обслуговування, персоналізацію, цінові стимули та цифрові технології. Розроблено рекомендації щодо інтеграції сталого розвитку в програми лояльності, оцінено їх економічну ефективність і вплив на споживачів. Результати впроваджено у навчальний процес ЧТЕІ ДТЕУ та можуть бути використані підприємствами для формування ефективних програм лояльності, що враховують сучасні потреби споживачів, підвищують задоволеність клієнтів, зміцнюють довгострокові відносини, забезпечують конкурентоспроможність і сприяють досягненню цілей сталого розвитку.

Реферат (англ)

Modern market conditions of high competition and informatization necessitate the consumer loyalty system formation as a strategic tool for managing marketing activities. Retaining loyal customers contributes to long-term competitive advantages; increasing profitability; predicting the target audience behavior; allowing enterprises to ensure sustainable development in a dynamic environment, focusing on mutually beneficial long-term relationships. The study analyzed theoretical approaches to loyalty formation, its influence factors, in particular service quality, personalization, price incentives and digital technologies. Recommendations were developed for the integration of sustainable development into loyalty programs, their economic efficiency and impact on consumers were assessed. The results were implemented in the educational process of the CHTEI SUTE and can be used by enterprises to form effective loyalty programs that take into account modern consumer needs, increase customer satisfaction, strengthen long-term relationships, ensure competitiveness and contribute to achieving sustainable development goals.

Індекс УДК: , 658.8

Коди тематичних рубрик НТІ: 82.15.21.09

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Інструменти та методи створення програм лояльності з урахуванням специфіки сфери обслуговування, впливу цифрових технологій на взаємодію зі споживачами та досягнення цілей сталого розвитку з акцентом на соціально-екологічні складники.

Назва продукції (англ): Tools and methods for developing loyalty programs, taking into account the service sector peculiarities, the digital technologies impact on consumer interaction, and achieving sustainable development goals with a focus

on social and environmental components.

Очікувані результати: Методичні документи, Аналітичні матеріали

Галузь застосування: Підприємства сфери обслуговування, торговельні компанії, фінансові установи, організації освітніх послуг, цифрові платформи

Опис продукції (укр): Створення методичних рекомендацій та інноваційних інструментів для вдосконалення системи взаємодії підприємств сфери обслуговування зі споживачами шляхом розробки адаптованих програм лояльності, орієнтованих на використання цифрових технологій, з метою підвищення рівня задоволеності споживачів, оптимізації маркетингових витрат підприємств, зміцнення їх конкурентних позицій на ринку та сприяння досягненню цілей сталого розвитку.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення рівня задоволеності споживачів, зміцнення їхньої лояльності, забезпечення стійкого економічного розвитку підприємств сфери обслуговування

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Впроваджено

Строки впровадження: 01.2022-12.2024

Виробник продукції: ЧТЕІ ДТЕУ

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Права інтелектуальної власності: В Україні

Форми та умови передачі продукції: Навчання персоналу, Спільні НДДКР

7. Бібліографічний опис

Бозуленко О. Я., Чаплінський Ю. Б. Інноваційні концепції розвитку роздрібного ритейлу // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2022. Вип. II (86). С. 79-95.

Бозуленко О. Я., Чаплінський Ю. Б. Застосування маркетингової логістики у ритейлі // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип. I (89). С. 117-129.

Бозуленко О. Я., Чаплінський Ю. Б. Взаємозв'язок логістики та лояльності споживачів в умовах воєнного стану // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип. III (91). С. 128-147.

Вдовічена О. Г., Вдовічен Д. А. Соціальне підприємництво як актуальний напрям розвитку економіки України // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип. IV (92). С. 25-38.

Вдовічена О., Дюгованець О., Чернова І. Digital-маркетинг як інструмент ефективності та конкурентоспроможності сучасного бізнесу: особливості та перспективи впровадження в Україні // Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 2. С. 81-87.

Vdovichena O., Sanakuiev M., Mykhalchenko H., Semenda O. Information Marketing: the Essence, Characteristics, and Trends of Developmen // Futurity Economics&Law. 2023. Vol. 3. № 1. PP. 16-28.

Вдовічена О. Г. Цифрові форми бізнес-комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства // Ефективна економіка. 2024. № 5.

Вдовічена О. Г. Концепція бренд-маркетингу в діяльності компанії: зарубіжний досвід та українські реалії // Науково-виробничий журнал Бізнес-навігатор. 2023. Т. 75. Вип. 2. С.142-148.

Olha Vdovichena, Olena Hurina, Vitalii Karpenko, Liubov Lypych, Volodymyr Herylo. B2B Marketing Strategies: Value Creation, Key Customer Acquisition and Preservation // Financial & Credit Activity: Problems of Theory & Practice. 2023. V. 4, No. 52. P. 543-561.

Вдовічена О., Гой В., Харів В. Інтернет маркетинг як засіб просування бренду // Економіка та суспільство. № 53.

Королюк Ю. Г., Чичун В. А. Менеджмент кібербезпеки в системі лояльності покупців // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип. IV (92). С. 39-53.

Лошенко І. Р., Зеленюк О. В. Сучасні маркетингові інструменти просування товарів і послуг // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип. I (89). С. 130-140.

Лошенко І. Р., Лошенко О. В. Цифровий маркетинг як форма імплементації маркетингової діяльності в умовах цифровізації // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип. III (91). С. 10-22.

Лошенко О. В., Петрішина Т. О., Немировська О. В. Маркетингові комунікації в умовах цифровізації: актуальні тенденції використання соціальних мереж // Міжнародний науковий журнал. Інтернаука. Серія: Економічні науки. № 12 (68). 2022. С. 55-63.

I. Losheniuk, O. Kabanova, A. Berher, V. Karpenko, D. Didyk. The future of virtual reality in marketing and advertising: benefits and challenges for business // Futurity Economics&Law. 2023. Vol. 3, Issue 3. P. 173-186.

Лошенко І.Р., Рябоконь В. В., Коваленко-Савчук Д. П. Аналіз ефективності використання штучного інтелекту в персоналізації маркетингових стратегій // Актуальні питання економічних наук. Економічні науки. 2024. Вип. 5.

Чаплінський Ю. Б., Бозуленко О. Я. Інструменти PR у реалізації програми лояльності до бренду підприємства // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2022. Вип. IV (88). С. 55-65.

Чаплінський Ю. Б., Бозуленко О. Я. Стратегічні інструменти маркетингових комунікацій підприємств ресторанного бізнесу // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2024. Вип. II (94). С. 170-182.

Управління лояльністю споживачів : навчальний посібник / О. Г. Вдовічена та ін. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2024. 411 с.

Формування системи лояльності споживачів підприємствами сфери обслуговування : монографія / О. Г. Вдовічена та ін. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2024. 350 с.

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 54

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Бозуленко Олена Ярославівна (к. е. н., доцент)

Вдовічен Данило Анатолійович

Зеленюк Оксана Вікторівна (к. е. н.)

Козьма Еліна Олександрівна

Королюк Юрій Григорович (д.держ.упр., професор)

Лошенко Ірина Романівна (к.т.н., доц.)

Луців Ярослав Миколайович

Чаплінський Юрій Богданович (к. е. н., доцент)

Керівник організації:

Вдовічен Анатолій Анатолійович (д. е. н., професор)

Керівники роботи:

Вдовічена Ольга Геннадіївна (к. е. н., доц.)

**Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ**



Юрченко Т.А.