

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0224U002985

Державний реєстраційний номер: 0122U200518

Відкрита

Дата реєстрації: 20-03-2024



1. Етапи виконання

Номер етапу: 2

Назва етапу: Дослідження інноваційних технологій продажу та визначення ступеня їх придатності до застосування вітчизняними підприємствами

Початок етапу: 01-2023

Закінчення етапу: 12-2023

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Код ЄДРПОУ/ІПН: 05408102

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Адреса: вул. Руська, буд. 56, м. Тернопіль, Тернопільський р-н., Тернопільська обл., 46001, Україна

Телефон: 380352519701

Телефон: 380352254983

E-mail: univ@tu.edu.te.ua

WWW: <http://tntu.edu.ua>

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Код ЄДРПОУ/ІПН: 05408102

Адреса: вул. Руська, буд. 56, м. Тернопіль, Тернопільський р-н., Тернопільська обл., 46001, Україна

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Телефон: 380352519701

Телефон: 380352254983

E-mail: univ@tu.edu.te.ua

WWW: <http://tntu.edu.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:

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 комплексу маркетингових технологій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах цифрової економіки

Назва роботи (англ)

Formation of marketing technology complex to increase the competitiveness of domestic enterprises in conditions of the digital economy

Реферат (укр)

В сучасному науково-технічному середовищі, що вирізняється значною динамічністю розвитку та напруженістю конкурентної боротьби, необхідно системно докладати максимум зусиль до зміцнення конкурентоспроможності, підвищення ефективності маркетингової діяльності, що передбачає всебічне дослідження ринку з метою визначення конкурентного потенціалу підприємства, перспективних напрямів розвитку, впровадження гнучких форм взаємодії з клієнтом (споживачем) та іншими учасниками ринку, впровадження інновацій як на стадії виробництва, так і реалізації продукту з врахуванням мінливості ринкового середовища. Об'єкт дослідження – маркетингові технології підвищення конкурентоспроможності підприємства. Предметом дослідження є процес формування комплексу маркетингових заходів з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах переходу до цифрової економіки. Метою проекту є формування комплексу маркетингових технологій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств з врахуванням змін бізнес-середовища та науково-технічного розвитку. Відповідно до поставленої мети вирішено наступні завдання: – маркетинговий аналіз конкурентного потенціалу вітчизняних підприємств (складові маркетингового потенціалу, алгоритм маркетингового стратегічного аналізу потенціалу, методи оцінювання конкурентного потенціалу); – стратегічне маркетингове управління підприємством (основні завдання стратегічного управління підприємством; визначення принципів формування системи стратегічного управління підприємством; моделювання конкурентної стратегії підприємства в умовах невизначеності середовища господарювання); – дослідження інноваційних технологій продажу та визначення ступеня їх придатності до застосування вітчизняними підприємствами; – основні напрями, динаміка та стратегії розвитку електронної комерції в умовах війни та у післявоєнній розбудові; – впровадження в практику вітчизняних підприємств вимог соціальної відповідальності бізнесу.

Реферат (англ)

In the modern scientific and technical environment, enterprises are forced to systematically make maximum efforts to strengthen competitiveness, increase the efficiency of marketing activities, which involves a comprehensive market research in order to determine the competitive potential of the enterprise, promising areas of development, the introduction of flexible forms of interaction with the client (consumer) and other market participants, the introduction of innovations both at the stage of production and product implementation, taking into account the variability of the market environment. Object of research – marketing technologies to increase the competitiveness of the enterprise. The subject of the study is the process of forming a set of marketing activities in order to ensure the competitiveness of the enterprise in the context of the transition to a digital economy. The aim of the project is to form a complex of marketing technologies to increase the competitiveness of domestic enterprises. In accordance with the goal, the following tasks were solved: – marketing analysis of the competitive potential of domestic enterprises (components of the marketing potential, an algorithm for marketing strategic analysis of the potential, methods for assessing the competitive potential); – strategic marketing enterprise management (the main tasks; determination of principles of formation of the system of strategic management of enterprise; modeling of the competitive strategy of the enterprise in the conditions of uncertainty of the economic environment); – study of innovative sales technologies and

determination of their suitability for use by domestic enterprises; – main directions, dynamics and strategies of e-commerce development in the conditions of war and post-war development; п implementation in practice of domestic enterprises of the requirements of social responsibility of business.

Індекс УДК: 664:339.13; 664:659.1, , УДК 339.138

Коди тематичних рубрик НТІ: 65.01.14, 82.15.21.09

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Формування комплексу маркетингових технологій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах цифрової економіки

Назва продукції (англ): Formation of a complex of marketing technologies to increase the competitiveness of domestic enterprises in a digital economy

Очікувані результати: Методи, теорії

Галузь застосування: 07 "Управління та адміністрування"

Опис продукції (укр): Основні результати: – сформовано концепцію розвитку вітчизняних комерційних підприємств в сучасних умовах, визначено особливості та закономірності розвитку з урахуванням конкурентного потенціалу; – розроблено процесну структуру системи планування на комерційних підприємствах; – удосконалено алгоритм моделі формування попиту на товари та послуги на основі концепції «5Р»; – визначено основні підходи до моделювання конкурентної стратегії комерційного підприємства в умовах невизначеності конкурентного середовища; – удосконалено модель стимулювання попиту на продукцію вітчизняних промислових підприємств; – визначено методичні підходи до формування стратегії розвитку комерційного підприємства, вдосконалено методичні підходи до стратегічного управління розвитком комерційних підприємств; – теоретико-методологічні засади стратегічного управління підприємством, що базуються на комплексному врахуванні цілей розвитку, встановленні послідовності процесу розробки та прийняття управлінських рішень, формуванні вимог до стратегічних планів, які в змозі забезпечувати оптимізацію стратегічних програм і планів розвитку підприємства; – дістали подальший розвиток теоретичні положення щодо визначення поняття «конкурентний потенціал комерційного підприємства», «конкурентна стратегія» в напрямку акцентування їх на адаптації до цифрової економіки.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Формування конкурентних переваг вітчизняного бізнесу

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Не впроваджено

Строки впровадження:

Виробник продукції: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Права інтелектуальної власності: –

Форми та умови передачі продукції: Навчання персоналу, Спільні НДДКР

7. Бібліографічний опис

Yuliia Tymchenko, Mariia Proskurina, Taras Hryhorchuk, Lesya Chervinska, Vadym Ratynskiy, Svitlana Shpylyk, Olga Krause, Iryna Piniak, Iryna Lebedynets, Oleksandr Nosyriev. DETERMINING THE IMPACT OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES ON CONSUMER BEHAVIOR IN THE MARKETING STRUCTURE OF CULTURE INDUSTRIES. "Eastern-European Journal of Enterprise Technologies", (No 2/13 (122) 2023)

Rozhko N., Plekan U., Tson O., Matviishyn A. Digitalization of truck companies: current challenges and development prospects. Central Ukrainian Scientific Bulletin. Technical Sciences, 2022, Col.6(37): 208-214

Natalia Rozhko, Oleg Tson, Uliana Plekan, Anatolii Matviishyn, Assoc. Prof., Bogdan Gevko. The use of network intralogistics and fulfillment for the functioning of transport and warehouse complexes. Central Ukrainian Scientific Bulletin. Technical Sciences. 2023. Col.7(38), Part II

Burlitska Oksana, Sholomeichuk Serhii. THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE MARKETING// Development of world economy, marketing and management in modern conditions: collective monograph / Andrushko R., Zhydovska N., Myronchuk Z. etc. International Science Group. Boston: Primedia eLaunch, 2023. 226 p. - P. 145-154. Available at: DOI – 10.46299/ISG.2023.MONO.ECON.4 URL: <https://isg-konf.com/development-of-world-economy-marketing-and-management-in-modern-condit>

Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір Краузе О.І., Піняк І.Л., Шпилик С.В. «Соціальна відповідальність в контексті діджиталізації бізнесу» № 119523 від 02.06.2023 р.

Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір Краузе О.І., Юрик Н.Є. «Соціальна відповідальність суб'єктів ринку праці» № 120053 від 26.06.2023 р.

Краузе О.І., Піняк І.Л., Шпилик С.В. Маркетинговий стратегічний аналіз конкурентного потенціалу комерційного підприємства. Галицький економічний вісник. № 3. 2022. С. 81-90. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/?art=1082>

Краузе О., Піняк І., Шпилик С. CRM як джерело інформації для розробки маркетингових проєктів та стратегічного управління конкурентоспроможністю. Галицький економічний вісник. 2022. Том 77. № 4. С. 94-102. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/?art=1095>

Краузе О. І., Піняк І. Л., Шпилик С. В. Соціальна відповідальність в контексті діджиталізації бізнесу. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. №11. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8381>

Синькевич Н., Краузе О. Економічний аналіз: перспективи розвитку в умовах діджиталізації економіки. Галицький економічний вісник. 2023. № 2 (81). С 7-15. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.02.007

Краузе О. І., Юрик Н. Є. Соціальна відповідальність суб'єктів ринку праці. Електронне наукове видання «Публічне адміністрування та національна безпека». 2023. №4 (34). URL: <https://doi.org/10.25313/2617-572X-2023-4-8859>

Шведа Н., Краузе О. Трансформація бізнес-моделей в умовах цифрової економіки. Соціально-економічні проблеми і держава (електронний журнал). 2023. Вип. 1 (28). С. 86- 94. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23snmute.pdf>

Краузе О.І., Піняк І.Л., Шпилик С.В. Дотримання принципів соціальної відповідальності в електронній комерції. Галицький економічний вісник. 2023. № 4 (83). С 28-37. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.04.028

Краузе О., Піняк І., Шпилик С. Економічні та соціальні передумови розвитку системи закладів охорони здоров'я Тернопільської області. Галицький економічний вісник. 2023. Том 85. № 6. С. 51-59. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.06.051

Рожко Н.Я., Ляшук О.Л., Плекан У.М., Цьонь О.П. Удосконалення соціальної функції транспортної галузі України. Центральноросійський науковий вісник. Технічні науки. 2022. Вип. 6(37), ч.І. С. 157-166.

Н.Я.Рожко, О.Л. Ляшук, У.М. Плекан, О.П. Цьонь, Б.Р. Гевко Т.Д. Навроцька, О.П. Антонюк. Вплив середовища на кон'юнктуру ринку автомобільних перевезень України. Вісник машинобудування та транспорту. Вінниця, 2022. №2(16). С. 101-109

Корчак О., Шпилик С. Дослідження впливу стратегії сучасного екомаркетингу на розвиток органічного виробництва в Україні. Галицький економічний вісник. 2023. Том 84. № 5. С. 132-141. https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.05.132

Бурліцька О.П. Еволюція концепцій маркетингу: від маркетингу 2.0 до стратегії маркетингу цінності. Електронне наукове фахове видання «Соціально-економічні проблеми і держава», 2022, Випуск 2(25). С. 316-324. <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/38780>

Бурліцька О. П., Голда Н. М. Особливості сучасних комунікативних технологій в рекламі / ICI World of journals. Nauka i studia Vol.(2). Ekonomiczne Nauki, 2023. Р. 1-7. Retrieved from <https://nauka-i->

Бурліцька О. П. Сутність трейд-маркетингу як основного інструменту стимулювання збуту. Галицький економічний вісник. Вип. 4 (83). 2023. С. 122-129.

Бурліцька О. П., Голда Н. М. Канали комунікацій зі споживачами у війсьній реальності / О. П. Бурліцька, Н. М. Голда/ ICI World of journals// Nauka i studia Vol.(10). Ekonomiczne Nauki, 2022. – P. 1-5. <https://journals.indexcopernicus.com/search/article?articleId=3482105>

Бурліцька О. П. Особливості методичного підходу до визначення цілей маркетингового ціноутворення / О. П. Бурліцька / ICI World of journals // Central European Journal for Science and Research “Středoevropský věstník pro vědu a výzkum” Vol. (10), 2022.– Praha , Publising house Education and Science. – P. 1- 6.

Бурліцька Оксана. Ціноутворення в ритейлі // Modern research in science and education. Proceedings of the 2nd International scientific and practical conference. BoScience Publisher. Chicago, USA. 2023. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/ii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-modern-research-in-science-and-education-12-14-10-2023-chikago-ssha-arhiv/>.

Бурліцька О. П. Роль ціноутворення у формуванні маркетингової політики підприємства [Сучасний маркетинг: візія, технології, інновації]: монографія / за ред. д.е.н., проф. В. А. Фаловича. Тернопіль: «Бескиди», 2023.- 495 с.]. С.6-32. (1др. арк.)

Кулик Ю.І., Фалович В.А. Особливості маркетингового потенціалу туристичної галузі./ Сучасний маркетинг: візія, технології, інновації/ монографія за ред. д.е.н., доц. В.А.Фаловича. 2023. 179с.

Піняк І.Л. Розвиток підсистеми управління маркетинговими активами в складі менеджменту інтелектуального капіталу підприємства [Сучасний маркетинг: візія, технології, інновації]: монографія / за ред. д.е.н., проф. В.А. Фаловича. Тернопіль: Бескиди, 2023.- 179 с.]. С.275-313.

Краузе О.І. Корпоративна культура соціальної відповідальності бізнесу [Сучасний маркетинг: візія, технології, інновації]: монографія / за ред. д.е.н., доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: Бескиди, 2023.- 179 с.]. С.203-210.

Шпилик С.В. Методики проведення маркетингових досліджень підприємств [Сучасний маркетинг: візія, технології, інновації]: монографія / за ред. д.е.н., доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: Бескиди, 2023.- 179 с.]. С.447-484.

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 108

Мова звіту: Українська

Умови поширення в Україні: Не заборонено

Умови передачі іншим країнам: Не заборонено

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Бурліцька Оксана Петрівна (к. е. н., доц.)

Краузе Ольга Ігорівна (к. е. н., доцент)

Кулик Юлія Ігорівна

Піняк Ірина Любомирівна (к. е. н., доц.)

Рожко Наталія Ярославівна (д. е. н., доц.)

Шпилик Світлана Василівна (к. е. н.)

Керівник організації:

Митник Микола Мирославович (к.т.н., доц.)

Керівники роботи:

Краузе Ольга Ігорівна (к. е. н., доцент)

**Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ**



Юрченко Т.А.