

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0225U003290

Державний реєстраційний номер: 0123U101671

Відкрита

Дата реєстрації: 13-06-2025



1. Етапи виконання

Номер етапу: 1

Назва етапу: Розвиток комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій на вітчизняних підприємствах

Початок етапу: 04-2023

Закінчення етапу: 04-2025

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Київський національний університет технологій та дизайну

Код ЄДРПОУ/ІПН: 02070890

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Адреса: вул. Немировича-Данченка, буд. 2, м. Київ, 01011, Україна

Телефон: 380442800512

E-mail: knutd@knutd.edu.ua

WWW: <https://knutd.edu.ua/>

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Київський національний університет технологій та дизайну

Код ЄДРПОУ/ІПН: 02070890

Адреса: вул. Мала Шияновська, буд. 2, м. Київ, 01011, Україна

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Телефон: 380442800512

E-mail: knutd@knutd.edu.ua

WWW: <https://knutd.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:

Напрямок фінансування: 2.7 - інше (Ініціативна тема)

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)

Розвиток комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій на вітчизняних підприємствах

Назва роботи (англ)

Development of integrated marketing communications in domestic enterprises

Реферат (укр)

Об'єктом науково-дослідної роботи є процес розвитку Комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій (KIMK) на інформаційно-комунікаційно-технологічних (ІКТ) підприємствах України. Предметом дослідження є сукупність теоретичних положень, принципів, методів та інструментів забезпечення процесу розвитку KIMK на ІКТ-підприємствах України в умовах цифрової трансформації. Метою роботи стало обґрунтування теоретичних засад та розроблення науково-практичних пропозицій щодо розвитку KIMK на ІКТ-підприємствах. Методична база дослідження охоплює методи: аналізу, синтезу, узагальнення, порівняння, інтегрального оцінювання, економіко-математичного моделювання, стратегічного аналізу і системного підходу, емпіричні та графічний. Теоретичне значення роботи полягає у розробці концептуальної моделі «І-10», метою якої є продемонструвати інтеграційні процеси всередині KIMK з доведенням на основі емпіричних даних ефективності використання інструментів штучного інтелекту як складової такої моделі. Практичне значення одержаних результатів полягає в створенні класифікацію інструментів штучного інтелекту, підтверджені доцільність їх використання в діяльності департаменту маркетингу (120 інструментів – переважно SaaS-програм); в розробці практичних рекомендацій щодо використання Карти впровадження KIMK на підприємстві. Достовірність та обґрунтованість результатів дослідження підтверджується їхньою апробацією на науково-практичних заходах; науковими публікаціями фахових виданнях України та закордонних виданнях; використанням у практичній діяльності підприємств, в структурах державного управління. Галузь застосування: бізнес та управління; інформаційні технології.

Реферат (англ)

The object of the research work is the process of developing the Integrated Marketing Communications Complex (IMCC) at information, communication and technology (ICT) enterprises of Ukraine. The subject of the study is a set of theoretical provisions, principles, methods and tools for ensuring the process of developing IMCC at ICT enterprises of Ukraine in the context of digital transformation. The aim of the work was to substantiate the theoretical foundations and develop scientific and practical proposals for the development of IMCC at ICT enterprises. The methodological basis of the research includes the following methods: analysis, synthesis, generalization, comparison, integral evaluation, economic and mathematical modeling, strategic analysis and systems approach, empirical and graphical. The theoretical significance of the work lies in the development of the conceptual model "I-10", the purpose of which is to demonstrate integration processes within IMCC with the proof based on empirical data of the effectiveness of using artificial intelligence tools as a component of such a model. The practical significance of the results obtained lies in the creation of a classification of artificial intelligence tools, the confirmation of the feasibility of their use in the activities of the marketing department (120 tools - mainly SaaS programs); in the development of practical recommendations for the use of the KIMK Implementation Map at the enterprise. The reliability and validity of the research results are confirmed by their testing at scientific and practical events; scientific publications in professional publications of Ukraine and foreign publications; use in the practical activities of enterprises, in public administration structures. Field of application: business and management; information technologies.

Індекс УДК: 339.187; 339.13; 339.146; 658.8, 373.61; 339.138; 658.8

Коди тематичних рубрик НТІ: 06.81.55, 06.81.03

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Концептуальна модель «I-10», метою якої є інтеграція процесів всередині комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій з доведенням на основі емпіричних даних ефективності використання інструментів штучного інтелекту як складової такої моделі. Карта впровадження комплексу інтегрованих маркетингових комплексів інтегрованих маркетингових комунікацій на підприємстві.

Назва продукції (англ): Conceptual model "I-10", the purpose of which is the integration of processes within the integrated marketing communications complex with the proof based on empirical data of the effectiveness of using artificial intelligence tools as a component of such a model. Map of the implementation of the integrated marketing complex of the integrated marketing communications complex at the enterprise.

Очікувані результати: Методи, теорії, Аналітичні матеріали

Галузь застосування: М 72.20 - Професійна, наукова та технічна діяльність / Наукові дослідження та розробки / Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук

Опис продукції (укр): Досліджено значення інтегрованих маркетингових комунікацій для ефективної діяльності підприємств в умовах цифровізації; визначення ефективності використання інструментів штучного інтелекту (ШІ) у сучасному комплексі інтегрованих маркетингових комунікацій; Здійснено оцінювання впливу інструментів ШІ на скорочення часу виконання маркетингово-комунікаційних завдань, зниження витрат і підвищення якості виконання в умовах комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення продуктивності праці, Підвищення автоматизації виробничих процесів

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Впроваджено

Строки впровадження: 04.2024-04.2025

Виробник продукції: Київський національний університет технологій та дизайну

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Права інтелектуальної власності: За договорами

Форми та умови передачі продукції: Навчання персоналу

7. Бібліографічний опис

1. Svergun, I., Khaustova, Ye., Sverhun, M. (2025). Chapter 1.3. AI-Driven Digital Transformation: Enhancing Business and Economic Sustainability Across Sectors. Digital Transformation and IT Implementation: Driving Sustainable Development Across Nations, March 30, 2025. URL: <https://mono.scnchub.com/index.php/book/catalog/view/57/127/721>.
2. Bashynska, I., Khaustova, Y. (2025). Using Machine Learning Algorithms to Analyze Energy Consumption Data and Optimize Management Processes at Smart Enterprises. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds.) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies, Vol. 240. Springer, Cham. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-81557-7_7.
3. Марциновський В. В. Актуалізація підходів у дослідженні «комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій». Формування ринкових відносин в Україні, Київ. 2023. №2 (261). С. 37-44. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7895525>.
4. Марциновський В. В. Інтегровані маркетингові комунікації: історія розвитку. Формування ринкових відносин в Україні, Київ, 2023. №4 (263). С. 80-88. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8087842>.
5. Марциновський В. В. Огляд найбільш поширених концепцій інтегрованих маркетингових комунікацій. Формування ринкових відносин в Україні, Київ. 2023. №5 (264). С. 82-92. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8142248>.
6. Марциновський В. В. Огляд конкурентного середовища українського інформаційно-комунікаційно-технологічного ринку. Формування ринкових відносин в Україні, Київ. 2023. №9 (268). С. 49-69. DOI:

7. Марциновський В. В. Використання SaaS-інструментів та інших на базі штучного інтелекту для підвищення ефективності комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій. Формування ринкових відносин в Україні, Київ. 2023. №11 (270). С. 74-91. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10528705>.
8. Марциновський В. В. Етапи формування комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій на підприємствах України. Формування ринкових відносин в Україні, Київ. 2023. №12 (271). DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10664552>.
9. Свергун І. М., Хаустова Є. Б., Свергун М. М. Стратегія розвитку суб'єктів у сфері комунікаційних та інформаційних технологій. Грааль науки. 2024. No. 44. С.63-68. DOI: 10.36074/grail-of-science.04.10.2024.007. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/29197>.
10. Свергун І. М., Хаустова Є. Б., Свергун М. М. Вплив інструментів ІІІ на процедуру формування стратегії сталого розвитку та її реалізації в сфері ІКТ. Інвестиції: практика та досвід. 2024. С.88-95. DOI: 10.32702/2306-6814.2024.13.88.
11. Сосновський Г. Ю., Хаустова Є. Б. Особливості впливу ІІІ на розвиток бізнесу в сфері послуг. Економіка та суспільство. 2024. Вип. 63. С. 1-8. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-63-90.
12. Khaustova, Y., Riabokin, T. (2024). Integration of Artificial Intelligence into the Corporate Management System. Economics, Finance and Management Review, № 4 (20), С. 68-79. DOI: <https://doi.org/10.36690/2674-5208-2024-4-68-79>.
13. Марциновський В. В. Складові сегменту ІТ-послуг і його перспективи в контексті ІКТ-ринку України. Збірник Міжнародної наукової інтернет-конференції «Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення. Випуск 83». Тернопіль, Україна, Ополе, Польща. Вища школа управління та адміністрування (Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu). 07-08.12.2023. С. 52-56. URL: <http://www.konferenciaonline.org.ua/ua/article/id-1476/>
14. Марциновський В. В. Клієнтоцентричні моделі комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій як важливий елемент програми сучасної маркетингової освіти. Збірник V Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації» (Київ, КНУТД, 06.10.2023).
15. Марциновський В. В. Інтегровані маркетингові комунікації та інтегровані комунікації: термінологічна опозиція та питання теорії. Збірник Міжнародної мультидисциплінарної інтернет-конференції «Світ наукових досліджень. Випуск 24». Тернопіль, Україна, Ополе, Польща. Вища школа управління та адміністрування (Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu). 21-22.11.2023. С. 66-72. URL: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/5074/>
16. Сосновський Г. Ю., Свергун І. М., Хаустова Є. Б. Смарт-економіка як фундамент розвитку сучасної системи господарювання: перспективи та виклики цифрових технологій. Проблеми управління підприємствами в сучасних умовах: Матеріали XX Міжнарод. наук.-практ. конф. (Київ, 17-18 квітня 2024 р.): тези доп. К.: НУХТ, 2024. С. 147-148.
17. Свергун І. М., Хаустова Є. Б., Свергун М. М. Проблеми та перспективи застосування штучного інтелекту у сфері комунікаційних та інформаційних технологій. Штучний інтелект у науці та освіті (AISE 2024, Київ, 1-2 березня 2024 р.). Упоряд: А. Яцишин, В. Матусевич, В. Коваленко. Київ: УкрІНТЕІ, 2024. С. 400-404.
18. Сосновський Г., Свергун М., Хаустова Є. Особливості впливу штучного інтелекту на розвиток бізнес-технологій. Штучний інтелект у науці та освіті (AISE 2024, Київ, 1-2 березня 2024 р.). Упоряд: А. Яцишин, В. Матусевич, В. Коваленко. Київ: УкрІНТЕІ, 2024. С. 496-498.
19. Свергун І. М., Хаустова Є. Б., Левченко О. М. Основні чинники формування стратегії розвитку бізнесу в сфері ІКТ. Сучасні проблеми менеджменту: матеріали XX міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 2024). Редакційна колегія: О. Кириленко та інші. К.: НАУ, 2024. С. 271-274.
20. Сосновський Г. Ю., Хаустова Є. Б., Денисенко М. П. Стратегія цифровізації бізнесу в контексті повоєнного відновлення України. Сучасні проблеми менеджменту: матеріали XX міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 2024). Редакційна колегія: О. Кириленко та інші. К.: НАУ, 2024. С. 361-362.

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 112

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Марценовський Володимир Валерійович (аспірант)

Свергун Ірина Миколаївна (аспірант)

Хаустова Євгенія Борисівна (д. е. н., професор)

Керівник організації:

Грищенко Іван Михайлович (д. е. н., професор)

Керівники роботи:

Хаустова Євгенія Борисівна (д. е. н., професор)

Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ



Юрченко Т.А.