

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0225U000112

Державний реєстраційний номер: 0122U000314

Відкрита

Дата реєстрації: 05-01-2025



1. Етапи виконання

Номер етапу: 1

Назва етапу: Вплив маркетингового стратегічного управління на конкурентоздатність підприємства

Початок етапу: 01-2022

Закінчення етапу: 12-2024

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

Код ЄДРПОУ/ІПН: 01562987

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Адреса: вул. Соборна, буд. 87, м. Вінниця, Вінницький р-н., Вінницька обл., 21050, Україна

Телефон: 380432550400

E-mail: vtei@vtei.edu.ua

WWW: <http://www.vtei.com.ua/index.php/ua/>

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

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

Код ЄДРПОУ/ІПН: 01562987

Адреса: вул. Соборна, буд. 87, м. Вінниця, Вінницький р-н., Вінницька обл., 21050, Україна

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Телефон: 380432550400

E-mail: vtei@vtei.edu.ua

WWW: <http://www.vtei.com.ua/index.php/ua/>

Назва організації: Товариство з обмеженою відповідальністю "Етрон"

Код ЄДРПОУ/ІПН: 43487202

Адреса: вул. Ватутіна, буд. 25, м. Вінниця, Вінницький р-н., Вінницька обл., 21011, Україна

Підпорядкованість:

Телефон: 380689089999

4. Джерела та напрями фінансування

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

КПКВК:

Напрямок фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

Джерело фінансування: 7722 - кошти підприємств, установ, організацій України

Фактичний обсяг фінансування за звітний етап: 9.000 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Вплив маркетингового стратегічного управління на конкурентоздатність підприємства

Назва роботи (англ)

The impact of marketing strategic management on the competitiveness of the enterprise

Реферат (укр)

Об'єктом дослідження є процеси стратегічного управління конкурентоздатністю підприємств, які цілеспрямовані на підвищення ефективності їх функціонування. Предметом дослідження є теоретико-методологічні, науково-практичні, концептуальні основи формування структури системи та структурно-логічної моделі маркетингового стратегічного управління конкурентоздатністю підприємств. Метою роботи є систематизація і формування теоретико-методологічних, концептуальних основ та практичних рекомендацій щодо побудови та впровадження структурно-логічної моделі маркетингового стратегічного управління конкурентоздатністю підприємств в умовах посиленої конкурентної боротьби та впливу багатьох зовнішніх чинників на ведення бізнесу. Методи дослідження – загальнонаукові і спеціальні методи дослідження, зокрема, аналізу і синтезу, діалектичний, індукції й дедукції, семантичного та структурно-логічного аналізу, абстрактно-логічний, порівняльний аналіз, графічний та табличний. Обґрунтовано взаємозумовленість маркетингових стратегій в управлінні конкурентоздатністю підприємств; досліджено методи та моделі маркетингових стратегій підвищення конкурентоздатності сучасних підприємств; узагальнено принципи та критерії формування конкурентоздатності на основі формування маркетингових стратегій; побудовано структурно-логічну модель маркетингового стратегічного управління конкурентоздатністю підприємств. Теоретичні та практичні результати, висновки та пропозиції дослідження можуть бути використані в побудові маркетингової стратегії управління конкурентоздатністю підприємства та підвищити ефективність їх діяльності.

Реферат (англ)

The object of the study is the processes of strategic management of competitiveness of enterprises, aimed at improving the efficiency of their functioning. The subject of the study is the theoretical, methodological, scientific and practical, conceptual foundations for the formation of the system structure and structural and logical model of marketing strategic management of enterprise competitiveness. The purpose of the study is to systematise and formulate theoretical and methodological, conceptual foundations and practical recommendations for building and implementing a structural and logical model of marketing strategic management of enterprise competitiveness in the context of increased competition and the impact of many external factors on business. Research methods – general scientific and special research methods, in particular, analysis and synthesis, dialectical, induction and deduction, semantic and structural-logical analysis, abstract-logical, comparative analysis, graphical and tabular. The interdependence of marketing strategies in managing the competitiveness of enterprises is substantiated; methods and models of marketing strategies for improving the competitiveness of modern enterprises are studied; the principles and criteria for forming competitiveness based on the formation of marketing strategies are summarised; a structural and logical model of marketing strategic management of enterprise competitiveness is built. The theoretical and practical results, conclusions and suggestions of the study can be used in building a marketing strategy for managing the competitiveness of enterprises and increase the efficiency of their activities.

Індекс УДК: 339.187; 339.13; 339.146; 658.8, 005.2:658.821

Коди тематичних рубрик НТІ: 06.81.55

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Методичні рекомендації з маркетингових аспектів стратегічного управління конкурентоздатністю підприємства

Назва продукції (англ): Methodological recommendations on marketing aspects of strategic management of enterprise competitiveness

Очікувані результати: Методичні документи, Методичні рекомендації, наукові статті, участь у конференціях

Галузь застосування: 84.13 Регулювання та сприяння ефективному веденню економічної діяльності

Опис продукції (укр): Методичні рекомендації спрямовані на супровід впровадження маркетингових інструментів та стратегій підвищення конкурентоздатності підприємства

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення конкурентоздатності підприємства

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Впроваджено

Строки впровадження: 01.2022-12.2024

Виробник продукції: ВТЕІ ДТЕУ

Споживачі продукції: Керівники, менеджери, маркетологи підприємств

Перспективні ринки: Ринок маркетингових послуг

Права інтелектуальної власності: В Україні

Форми та умови передачі продукції: Спільні НДДКР

7. Бібліографічний опис

1. Березянюк Т., Костиця О., Дорошенко В. Фінансовий ризик при формуванні стратегії сталого розвитку підприємства. Економіка та суспільство. 2022. № 35. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1010/968>.
2. Брінь П. В., Голтвянська Ю. В. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. Підприємництво та інновації. 2021. № 21. С. 31-34. URL: <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/465/452>.
3. Василюк С. М. Особливості формування стратегій

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 70

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Середницька Людмила Петрівна

Якушевська Оксана Володимирівна (к. е. н.)

Керівник організації:

Замкова Наталія Леонідівна (д. філос. н., к. пед. н., професор)

Керівники роботи:

Громова Ольга Євгенівна (д. е. н., доц.)

**Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ**



Юрченко Т.А.