

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0221U106022

Державний реєстраційний номер: 0121U112162

Відкрита

Дата реєстрації: 23-09-2021



1. Етапи виконання

Номер етапу: 1

Назва етапу: Розроблення теоретико-методичного та практичного забезпечення формування маркетингової стратегії розвитку поліграфічних послуг

Початок етапу: 06-2021

Закінчення етапу: 08-2021

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код ЄДРПОУ/ІПН: 02071211

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Адреса: проспект Науки, буд. 9-а, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61166, Україна

Телефон: 380577020304

Телефон: 380577020717

E-mail: post@hneu.edu.ua

WWW: <http://www.hneu.edu.ua/>

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Ясінська Євгенія Вікторівна

Код ЄДРПОУ/ІПН: 2986114321

Адреса: пр-кт Тракторобудівників, будинок 65, кв.247, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61066, Україна

Підпорядкованість:

Телефон: 0577020670

4. Джерела та напрями фінансування

Підстава для проведення робіт: 25 - договір з фізичною особою. Замовником НДР (ДКР) виступає фізична особа, за рахунок коштів якої виконується робота

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: 15.000 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Маркетингове дослідження ринку поліграфічних послуг

Назва роботи (англ)

Marketing research of the printing services market

Реферат (укр)

В умовах жорсткої конкуренції на ринку поліграфічних та друкарських послуг необхідно постійно поліпшувати вже наявний асортимент і знаходження нових інструментів впливу, залучення та утримання нових клієнтів, створення стійкої бази постійних клієнтів через підвищення впізнаваності компанії. На сьогоднішній день одним з завдань підприємств цієї сфери є формування лояльності покупців, в першу чергу, до самого бренду, а не до конкретної послуги або товару. В даний час можливість збереження фото, документів та іншої необхідної документації в віртуальних банках зберігання значно знижує потребу людей в «фізичному» їх наявності. Така ситуація, з одного боку, негативно позначається на рентабельності ринку друку, але, з іншого боку, дає можливість сформувати попит за допомогою нових методів та інструментів. Об'єктом дослідження є підприємств сфери поліграфічних послуг. Предмет дослідження маркетингова стратегія просування компаній, що спеціалізуються на виробництві поліграфічної і друкарської продукції. Мета роботи: обґрунтувати методичний підхід по створенню маркетингової стратегії просування підприємства на ринку поліграфічних послуг. Завдання роботи: вивчити маркетингової стратегії просування з урахуванням зарубіжного та вітчизняного досвіду; дослідження особливостей просування компаній на сучасному ринку поліграфічних і друкарських послуг; аналіз зовнішню і внутрішню середовища (SWOT – аналіз); розробка методики просування компанії на ринку поліграфічних послуг. Результати дослідження – робота орієнтована на вирішення актуальних проблем інтегрованих маркетингових комунікацій у зазначеній сфері. Робота може бути цікавою для фахівців в області реклами і зв'язків з громадськістю, що займаються просуванням компаній на ринку поліграфічних та друкарських послуг.

Реферат (англ)

In conditions of fierce competition in the market of printing and printing services, it is necessary to constantly improve the existing range and find new tools to influence, attract and retain new customers, create a stable base of regular customers by increasing the company's visibility. Today, one of the tasks of enterprises in this area is to form customer loyalty, primarily to the brand itself, and not to a particular service or product. Currently, the ability to store photos, documents and other necessary documentation in virtual storage banks significantly reduces people's need for "physical" availability. This situation, on the one hand, has a negative impact on the profitability of the printing market, but, on the other hand, makes it possible to generate demand using new methods and tools. The object of study are enterprises in the field of printing services. The subject of research is the marketing strategy of promotion of companies specializing in the production of printing and printing products. Purpose: to substantiate the methodological approach to creating a marketing strategy to promote the company in the market of printing services. Tasks: to study the marketing strategy of promotion, taking into account foreign and domestic experience; research of features of promotion of the companies in the modern market of polygraphic and printing services; analysis of external and internal environment (SWOT – analysis); development of methods for promoting the company in the market of printing services. The results of the study – the work is focused on solving current problems of integrated marketing communications in this area. The work may be of interest to professionals in the field of advertising and public relations, promoting companies in the market of printing and printing services.

Індекс УДК: 373.61; 339.138; 658.8

Коди тематичних рубрик НТІ: 06.81.03

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Методики просування компанії на ринку поліграфічних послуг.

Назва продукції (англ): Methods for promoting the company in the market of printing services

Очікувані результати: Аналітичні матеріали

Галузь застосування: Результати можуть бути використані в роботі підприємств та організацій, які займаються поліграфічною діяльністю.

Опис продукції (укр): Методика дозволяє залучати нових клієнтів, за рахунок розширення спектру послуг, що надає підприємство, підвищити рівень їх лояльності до підприємства та створити умови для підвищення власної конкурентоспроможності на ринку

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення продуктивності праці

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Впроваджено

Строки впровадження:

Виробник продукції: ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Права інтелектуальної власності: За договорами

Форми та умови передачі продукції: Продаж продукції

7. Бібліографічний опис

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 44

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Вовк Володимир Анатолійович (к. е. н., доц.)

Гриневич Людмила Володимирівна (д. е. н., доц.)

Рожко Віктор Іванович (к.е.н., доц.)

Ус Марина Ігорівна (к.е.н., доц.)

Чуприна Яніна Олександрівна

Керівник організації:

Пономаренко Володимир Степанович (д.е.н., професор)

Керівники роботи:

Гриневич Людмила Володимирівна (д.е.н., доц.)

**Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ**



Юрченко Т.А.