

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0220U102992

Державний реєстраційний номер: 0120U100528

Відкрита

Дата реєстрації: 06-07-2020



1. Етапи виконання

Номер етапу: 1

Назва етапу: маркетинг товарів і послуг: проблеми та перспективи

Початок етапу: 09-2019

Закінчення етапу: 06-2020

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, 9-А, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61166, Україна

Телефон: 70203040

E-mail: post@hneu.edu.ua

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

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код ЄДРПОУ/ІПН: 02071211

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

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Телефон: 70203040

E-mail: post@hneu.edu.ua

WWW: <http://www.hneu.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: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

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

Фактичний обсяг фінансування за звітний етап: 0 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Маркетинг товарів і послуг: проблеми та перспективи

Назва роботи (англ)

Marketing of products and services: problems and prospects

Реферат (укр)

Мета роботи – обґрунтування теоретичних забезпечення та науково-методичних підходів щодо розвитку маркетингу товарів та послуг в Україні. Об'єкт дослідження – процес розвитку маркетингу товарів та послуг в Україні та інших країнах світу. Предмет дослідження – теоретичні та практичні рекомендації з удосконалення інструментарію маркетингу товарів та послуг. Основні результати дослідження та їх наукова новизна полягають в такому: запропоновано науково-практичні рекомендації щодо організації дослідження ринку освітніх послуг в аспекті ціноутворення та співпраці з роботодавцями на базі дискримінантного аналізу; досліджено основні напрями розвитку соціально відповідального маркетингу в умовах пандемії та нового етапу економічної кризи; розроблено теоретичне забезпечення розвитку і впровадження інноваційних технологій в маркетингу; удосконалено методичне забезпечення здійснення сегментування ринку та вибору партнерів підприємства в процесі здійснення маркетингової діяльності; ідентифіковано сутність партнерських відносин, на основі якої запропоновано визначення поняття «партнерства», під яким розуміється об'єднання двох та більше незалежних суб'єктів господарювання на основі довгострокової взаємодії з метою досягнення спільними зусиллями тих цілей та завдань, які важко реалізовувати поодиночі; визначено роль відносин з партнерами в процесі здійсненні маркетингової діяльності підприємства, яка полягає в додаткових можливостях та ресурсах, які отримує підприємство для розвитку та підвищення рівня своєї конкурентоспроможності; удосконалено методичний підхід до формування змісту навчання маркетингу в сфері муніципального управління на засадах дидактичної редукції (на прикладі сфери житлово-комунального господарства) обґрунтовано пріоритетні напрями підвищення соціальної відповідальності маркетингу на основі добросовісного рекламування продукції; розроблено рекомендацій щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства в умовах кризи шляхом побудови прогнозів еконо

Реферат (англ)

The purpose of the work is to substantiate the theoretical support and scientific and methodological approaches to the development of marketing of goods and services in Ukraine. The object of research is the process of marketing of goods and services in Ukraine and other countries. The subject of research – theoretical and practical recommendations for improving the marketing tools of goods and services. The main results of the study and their scientific novelty are as follows: proposed scientific and practical recommendations for organizing a study of the market of educational services in terms of pricing and cooperation with employers on the basis of discriminatory analysis; the main directions of development of socially responsible marketing in the conditions of pandemic and a new stage of economic crisis are investigated; developed theoretical support for the development and implementation of innovative technologies in marketing; improved methodological support for market segmentation and selection of partners of the enterprise in the process of marketing activities; the essence of partnership is identified, on the basis of which the definition of "partnership" is proposed, which means the union of two or more independent entities on the basis of long-term cooperation in order to achieve joint goals and objectives that are difficult to achieve alone; the role of relations with partners in the process of marketing activities of the enterprise is determined, which consists in additional opportunities and resources that the enterprise receives for the development and increase of its competitiveness; the methodical approach to formation of the maintenance of training of marketing in the field of municipal management on the basis of didactic reduction is improved (on an example of sphere of housing and communal services) the priority directions of increase of social responsibility of marketing on the basis of conscientious advertising of production are substantiated

Індекс УДК:

Коди тематичних рубрик НТІ: 23.01.14

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Комплекс теоретичного забезпечення та методичних підходів до розвитку маркетингу товарів та послуг в Україні.

Назва продукції (англ): A set of theoretical support and methodological approaches to the development of marketing of goods and services in Ukraine.

Очікувані результати: Методи, теорії

Галузь застосування: Підприємства виробничої сфери та сфери послуг

Опис продукції (укр): Методичні підходи та науково-практичні рекомендації щодо організації дослідження ринку освітніх послуг в аспекті ціноутворення та співпраці з роботодавцями на базі дискримінантного аналізу; розвитку і впровадження інноваційних технологій в маркетингу; здійснення сегментування ринку та вибору партнерів підприємства в процесі здійснення маркетингової діяльності; формування змісту навчання маркетингу в сфері муніципального управління на засадах дидактичної редукції (на прикладі сфери житлово-комунального господарства); обґрунтування пріоритетних напрямів підвищення соціальної відповідальності маркетингу на основі добросовісного рекламування продукції; удосконалення маркетингової діяльності підприємства в умовах кризи шляхом побудови прогнозів економічного розвитку та ідентифікації нових трендів на споживчих ринках.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення автоматизації виробничих процесів

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: Спільні НДДКР

7. Бібліографічний опис

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 152

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Белікова Надія Володимирівна (д. е. н., доц.)

Нагаївська Дар'я Юріївна

Орлов Петро Аркадійович (д. е. н., професор)

Притиченко Тамара Іванівна (к.е.н., доц.)

Рожко Віктор Іванович

Тер-Карапелянц Юлія Миколаївна

Ус Марина Ігорівна

Холодний Геннадій Олександрович (к. е. н., доц.)

Керівник організації:

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

Керівники роботи:

Орлов Петро Аркадійович (д.е.н., професор)

**Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ**



Юрченко Т.А.