

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0221U104019

Державний реєстраційний номер: 0116U002738

Відкрита

Дата реєстрації: 01-03-2021



1. Етапи виконання

Номер етапу: 1

Назва етапу: Виявити вплив факторів маркетингового макросередовища на діяльність аграрних підприємств.

Початок етапу: 01-2016

Закінчення етапу: 12-2016

Вид звітнього документа: Проміжний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Код ЄДРПОУ/ІПН: 00493698

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Адреса: пр. Б.Хмельницького, 18, м. Мелітополь, Мелітопольський р-н., Запорізька обл., 72312, Україна

Телефон: 0619422411

Телефон: 0619420618

E-mail: office@tsatu.edu.ua

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Код ЄДРПОУ/ІПН: 00493698

Адреса: пр. Б.Хмельницького, 18, м. Мелітополь, Мелітопольський р-н., Запорізька обл., 72312, Україна

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Телефон: 0619422411

Телефон: 0619420618

E-mail: office@tsatu.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: 7704 - власні кошти, кошти підприємств, установ, організацій, фізичної особи на виконання ініціативних робіт

Фактичний обсяг фінансування за звітний етап: 1.000 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Маркетингова стратегія розвитку аграрних підприємств

Назва роботи (англ)

Marketing strategy of development of agrarian enterprises.

Реферат (укр)

Мета дослідження: обґрунтування науково-практичних засад формування маркетингової стратегії розвитку аграрних підприємств на галузевих ринках. Об'єкт дослідження: процес розвитку аграрних підприємств на сільськогосподарському ринку і ринку харчової промисловості Запорізької області. Предмет дослідження: методичні та практичні засади формування маркетингової стратегії розвитку підприємств харчової промисловості Запорізької області. Методи дослідження: монографічний, розрахунково-конструктивний, наукового порівняння, методи стратегічного аналізу, графічний, прийоми статистико-економічного методу (групування, порівняння, аналіз, синтез), економіко-математичні методи (лінійного програмування із використанням ЕОМ, економіко-математичного моделювання), соціологічного опитування, спостереження, інтерв'ювання, методи прогнозування, експертних оцінок, стратегічного аналізу. Результати, їх новизна: удосконалено методичні підходи до аналізу маркетингового середовища через використання експертних оцінок. Удосконалено методичні підходи до аналізу внутрішнього середовища через використання матричних стратегічних методів, що дає можливість визначити напрями розвитку підприємств. Обґрунтовано науково-методичні підходи до визначення моделі поведінки споживачів з використанням методу анкетування, що дає можливість вивчити споживчий попит на сільськогосподарську продукцію і продукцію харчової промисловості. Обґрунтовано маркетингову стратегію розвитку підприємств. Теоретична значущість: удосконалення методичних підходів розробки маркетингової стратегії розвитку підприємств із врахуванням галузевої специфіки за рахунок кількісної оцінки впливу факторів на макро- і мікрорівнях. Практична значущість: використання результатів дослідження при формуванні маркетингової стратегії розвитку на галузевих сільськогосподарських ринках і ринках харчової промисловості.

Реферат (англ)

Purpose of the research: substantiation of scientific and practical fundamentals of formation of the marketing strategy of agrarian enterprise development in branch markets. Object of the research: the process of development of agricultural enterprises in the agricultural market and the food industry market of Zaporizhzhia region. Subject of the research: methodological and practical fundamentals of formation of the marketing strategy of development of food industry enterprises of Zaporizhzhia region. Research methods: monographic, computational, scientific comparison, methods of strategic analysis, graphic methods, statistical and economic method procedures (grouping, comparison, analysis, synthesis), economic and mathematical methods (linear programming with application of computers, economic and mathematical modeling), sociological survey, observation, interviews, forecasting methods, method of expert assessments, and strategic analysis. Results and their novelty: the methodological approaches to the analysis of the marketing environment through the use of expert assessments have been improved. The methodological approaches to the analysis of the internal environment through the use of matrix a strategic method have been improved, which provides an opportunity to determine the directions of enterprise development in sectoral agricultural markets and food industry markets. The scientific and methodological approaches to determining the model of consumer behaviour using the method of questionnaires have been substantiated, which provides an opportunity to study the consumer demand for agricultural products and food products. Theoretical significance: improvement of methodological approaches to the development of the marketing strategy for enterprise development taking into account the industry specifics of enterprises. Practical significance: the results of the study can be used in shaping the marketing strategy of development in sectoral agricultural markets an

Індекс УДК: 63:338; 631.15; 631.153:338.26; 63.001.18, (631.15+631.1.027):631.145

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Звіт про науково-дослідну роботу «Науково-методичні основи регулювання соціально-економічного розвитку регіону. Маркетингова стратегія розвитку аграрних підприємств»

Назва продукції (англ): Research report "Scientific and methodological foundations of regulation of social and economic development of the region. Marketing strategy for the development of agricultural enterprises"

Очікувані результати: Аналітичні матеріали

Галузь застосування: Питання врахування впливу факторів маркетингового середовища на макро- та на мікрорівні, вивчення моделі поведінки споживача, розробки комплексної маркетингової стратегії розвитку є передумовою ефективного функціонування харчової промисловості та набуває особливої актуальності при формуванні визначенні перспективних напрямів діяльності. Галузь застосування розробки: 01.11 Вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур 01.13 Вирощування овочів і баштанних культур, коренеплодів і бульбоплодів 10.13 Виробництво м'ясних продуктів 10.32 Виробництво фруктових і овочевих соків 10.39 Інші види перероблення та консервування фруктів і овочів 10.51 Перероблення молока, виробництво масла та сиру 10.71 Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання 10.72 Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання 10.82 Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів

Опис продукції (укр): Методичні підходи до аналізу маркетингового середовища через використання експертних оцінок, які згруповані за факторними ознаками. Методичні підходи до аналізу внутрішнього середовища через використання матричних стратегічних методів, що надає можливість визначити напрями розвитку підприємств на галузевих сільськогосподарських ринках та ринках харчової промисловості. Науково-методичні підходи до визначення моделі поведінки споживачів з використанням методу анкетування, що надає можливість вивчити споживчий попит на сільськогосподарську продукцію та продукцію харчової промисловості. Маркетингова стратегія розвитку підприємств та визначено напрями її реалізації.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення ступеню відповідності продукції очікуванням ринку та запитам споживачів. Зміцнення ринкової позиції виробників сільськогосподарської продукції та продуктів переробки за рахунок впровадження

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Впроваджено

Строки впровадження:

Виробник продукції: виконавці НДР

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Права інтелектуальної власності: Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір (А.с. 97012)

Форми та умови передачі продукції: Навчання персоналу

7. Бібліографічний опис

1. Коноваленко А.С. Інноваційні наукові дослідження: тенденції європейського розвитку та регіональні аспекти. Колективна монографія. Innovative scientific researches: European development trends and regional aspect. Collective monograph. / U Berezhnyska and others. – 2nd ed. – Riga, Latvia : "Baltija Publishing", 2020. – P. 108-134.

2. Арестенко Т.В. Маркетинг взаємодії в підприємствах зернопродуктового комплексу АПК. Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. – № 2 (31).

3. Шевчук О.Ю. Стратегія диференціації продукції на ринку соняшника. Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)

/ За ред. Л.В. Синяєвої. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. – № 2 (31).

4. Шквиря Н.О. Применение метода анализа иерархий для выбора стратегического управленческого решения. Сборник материалов докладов Международной научно-практической конференции «Моделирование в технике и экономике», 23-24 марта 2016г., г. Витебск – С. 455 – 457.
5. Шквиря Н.О. Маркетингове дослідження поведінки споживачів на ринку соків // Маркетингова освіта в Україні: зб. матер III Міжн. науково-практ. конф., 12-13 квітня 2016 р. – 2016. – С. 321-327.
6. Шквиря Н.О. Маркетингові дослідження споживчих переваг на ринку біопалива // Збірник наукових праць V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції студентів, аспірантів і молодих науковців «Стратегія розвитку міст: молодь і майбутнє (інноваційний ліфт)», квітень 2016р., м. Харків. – С. 234-240
7. Легеза Д.Г Organic Grain Development: Challenges for Ukraine. // Proceedings of the International Scientific and Practical conference “New Strategy of Scientific and Educational Priorities in Development of Agroindustrial Complex”(Alma-Ata, 27-28th of November, 2016) – Alma-Ata : Kazakh National Agrarian University
8. Куліш Т.В. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку молока Запорізької області // Збірник наукових праць КНЕУ. 2016.
9. Легеза Д.Г. Управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств на регіональному рівні // Економіка та підприємництво: Збірник наукових праць КНЕУ ім. В. Гетьмана – К.: КНЕУ. – 2016. – №34-35. – Ч. 2. – С. 166-179
10. Колокольчикова І.В. Привабливість галузі садівництва України // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Спецвипуск 2015 року. Полтава : ПДАА. – 2016. – 233 – 243с.
11. Кулиш Т.В. Маркетинговые исследования как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий // Материалы VII Международной научно-практической конференции: «Наука и инновации – стратегические приоритеты развития экономики государства», «Дулаков Окулары, 2015», – Казахстан, 2016. – №3-4. – 229-233
12. Кулиш Т.В. Модель формирования стратегии развития предприятия на рынке молока // Моделирование в технике и экономике: материалы международной научно-практической конференции, Витебск, 23-24 марта 2016 года / УО «ВГТУ». – Витебск, Белоруссия , 2016. –с.324-327.
13. Куліш Т.В. Маркетингові дослідження як основа інформаційного забезпечення діяльності підприємств // Теорія та практика менеджменту : матеріали Міжнар. наук.практ. конф. (19 трав. 2016 р.) Т 33 / відп. ред. проф. Л. М. Черчик. – Луцьк, 2016. – 257-258 с.
14. Куліш Т.В., Гриднева Д.Ю. Формування маркетингової стратегії молокопереробних підприємств // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва: Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 25 листопада 2016 року). Х.: ХНАДУ. Т. 3. с.32-34
15. Куліш Т.В. Методика дослідження оптимальної системи збуту молока // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України .Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес (збірник входить до переліку фахових видань України, затверджених МОН України. «Науковий вісник НУБіП України» включено до наукометричних баз USJ, PIIIC, Index Copernicus)
16. Легеза Д.Г. Вплив мікрорекламного середовища на розвиток бренду "Хлібодар" // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки). – Мелітополь, 2017– № 4
17. Легеза Д.Г. Логістичні підходи до реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах // Інноваційна економіка. – 2017. – №3-4 (68) – С. 167-174
18. Куліш Т.В. Дослідження конкурентних позицій ПП «Олком» на локальному ринку молока та молочних продуктів // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). -№ 3 (32), 2017. – с. 83-88
19. Куліш Т.В. Методика дослідження оптимальної системи збуту молока // «Журнал «Інноваційна економіка, 1-2, 2017[67], – с. 120-126 Друк. фахове РИНЦ; INDEX COPERNICUS

20. Куліш Т.В. Методика дослідження інноваційного потенціалу підприємств // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки» (м. Львів, 18-19 травня 2017 року): Львівська політехніка
21. Куліш Т.В. Місце маркетингових досліджень в інноваційній діяльності підприємств // Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, присвячена 50-річчю заснування ХДУХТ, 3 жовтня 2017 р. : [тези доп.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. – Х. : ХДУХТ, 2017. – 47
22. Колокольчикова І.В. Розвиток садівництва в Запорізькій області // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки), 2017.
23. Колокольчикова І.В. Розвиток садівництва в Херсонській області // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки), 2017. (у дріці)
24. Шквиря Н.О. Сутність та особливості маркетингового планування конкурентоспроможності продукції // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – № 3 (32), 2016. – С. 164-170
25. Шквиря Н.О. Ринок інновацій у сільському господарстві // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки: : Матеріали IV Міжнародна науково практичної конференції. – Львів, 2017. – С. 98-100.
26. Шквиря Н.О. Створення системи інформаційно-методичного забезпечення стратегічного планування // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – № 1, 2017 (у друці)
27. Арестенко Т.В., Арестенко В.В. Сучасний стан ринку соняшникової олії та перспективи його розвитку // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2017. – №1-2 (33-34). – С. 120-127.
28. Serskykh N.S, Rechka K.M. The Peculiarities of Human Recource Management at Ukrainian Agrarian Enterprises // K.M. Rechka, N.S. Serskykh. – 2017. – European Applied Sciences. – №3. – p. 16-19
29. Шквиря Н.О. Конкурентоспроможність підприємств на вітчизняних і зовнішніх ринку // Збірник Міжнародної науково-практичної інтернет- конференції «Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі»- Х. : ХДУХТ, 2017. –С. 351-353
30. Серських Н.С. Напрями захисту зерновиробників в умовах глобалізації економіки // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – м. Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2017. – № 1 (33).
31. Серських Н.С. Організація електронної комерції на ринку сільськогосподарської продукції // Збірник наукових праць КНЕУ ім. Вадима Гетьмана. – Серія «Економіка та підприємництво». – 2017. – №38. – с.115-126
32. Серських Н.С. Особливості розвитку інтернет-маркетингу в Україні // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – м. Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2017. – в друці
33. Кулиш Т. В. Исследование макромаркетинговой среды при формировании стратегии развития предприятий // «Приоритетные задачи и стратегии развития экономики, менеджмента и маркетинга»: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию академика Ж.Т. Сейфуллина 19 октября 2018 г. – Алматы: Алматинская академия экономики и статистики, 2018.– с. 26-30.
34. Серських Н.С. Професійні послуги в сільському господарстві // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії, 2018. – №2 (14). – С. 47-50
35. Серських Н.С. Концепція 4P в інтернет-маркетингу // Науково-практичний журнал «Економічні студії, 2018. – Вип. 3(21). – С.49-53
36. Серських Н.С. Роль переговорів в процесі надання консалтингових послуг // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки), 2018. – № 1 (36). – С. 271-276

37. Серських Н.С. Стратегії і тактики переговорів в консалтингу // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки), 2018. - № 2 (37). - С. 99-104
38. Шквирия Н.О. Маркетинговые исследования и оценка поведения потребителей на рынке молока и молочных продуктов // Сборник материалов X Международной научно-практической конференции «Научный взгляд в будущее – как путь модернизации общественного сознания», «Дулатовские чтения – 2018» - г. Костанай, 2018 г. - С. 176-180
39. Серських Н.С. Контракт як формальна процедура консалтингової практики // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки), 2018. - № 3 (38). - С. 110-116
40. Серських Н. С. Особливості розвитку інтернет-маркетингу послуг // Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова. 2018. Т.3. Вип 4(69), С. 159-163
41. Серських Н.С. Электронная коммерция в аграрном бизнесе // Сборник материалов X Международной научно-практической конференции «Научный взгляд в будущее – как путь модернизации общественного сознания», «Дулатовские чтения – 2018» - г. Костанай, 2018 г. - С. 173-176
42. Коноваленко А.С. Factors of the marketing macro system effecting children's food production // Economic Annals-XXI: Volume 170, Issue 3-4, Pages: 49-56, September 03, 2018
43. Legeza D. Competitive positions of eastern europe and central asia countries at the world wheat market // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки). – Мелітополь, 2018 (у друці)
44. Dunn J., Brunner T., Legeza D., Konovalenko A. Demchuk O. Factors of the marketing macro system effecting children's food production // Economic Annals-XXI; 2018; 170 (3-4); 49-56
45. Legeza D. Priss O., Yevlash V., Zhukova V., I. Ivanova The influence of antioxidant postharvest treatment on content of biologically active substances during storage of cucumbers // Food Science and Technology; 2017; 11 (4); 36-43
46. Легеза Д.Г. Управління прибутком на підприємствах хлібопекарської галузі // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки); 2018; 1(36); 161-168
47. Коноваленко А.С. Вплив бренду на поведінку споживачів на ринку дитячого харчування // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). № 2 (37), 2018. - С. 115-126
48. Коноваленко А.С. Бренд-менеджмент виробників продукції дитячого харчування // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). № 3 (38), 2018. - С. 136-149
49. Колокольчикова І.В., Олексенко Р.І. Ринковий потенціал та особливості планування маркетингової діяльності фермерських господарств на ринку плодів в Україні // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2018. - № 2 (38). С.78 - 89
50. Колокольчикова І.В. Міжнародні позиції американських фермерів як експортерів плодово – ягідної продукції // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь: Вид – во Мелітопольська типографія «Люкс». 2018. - № 2 (38). С. 91 - 98
51. Куліш Т.В. Маркетингова товарна політика сільськогосподарських підприємств на ринку соняшнику // Журнал «Інноваційна економіка, 1-2, 2018 (73). - С. 161-168
52. Колокольчикова І.В. Міжнародний досвід діяльності канадських фермерів на ринку плодово – ягідної продукції // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2018. - № 3 (39). С. 122- 133
53. Колокольчикова І.В. Міжнародні позиції американських фермерів як експортерів плодово – ягідної продукції // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2018. - № 2 (38). С. 91 - 98
54. Колокольчикова І.В., Олексенко Р. І., Ортіна Г. В., Сизоненко О. В. Антропологічні горизонти гендерної нерівності: від релігійних канонів до бізнесових викликів // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць / Гол. ред. В. Г. Воронкова. Запоріжжя : «Видавництво ЗДІА», 2018. Вип. 74.С.81 - 94

55. Серських Н.С. Професійні послуги в сільському господарстві // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії / ред. О. В. Коваленко. – Запоріжжя, 2018. – Вип. 2 (14). – С. 47 – 50
56. Шквиря Н.О. Стан та особливості стратегічного планування в аграрних підприємствах // Економіка та суспільство. Електронне наукове фахове видання, 2018 – випуск 16.– С. 549-553.
57. Нехай В.В. Застосування методології консолідованого маркетингу для вирішення проблем збуту підприємств галузі сільськогосподарського машинобудування // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Мелітополь, 2018. №1 (36). С. 60 – 66
58. Нехай В.В. Чинники розвитку збуту підприємств сільськогосподарського машинобудування та сільського господарства країни // Вісник Хмельницького національного університету Хмельницький, 2018. №4(260). С. 265-265
59. Нехай В.В. Синергія складових логістичної системи та маркетингу // Вісник СНАУ. Суми, 2018. №8(77). С. 51-55
60. Нехай В.В. Маркетингова політика розподілу підприємств сільськогосподарського машинобудування // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Мелітополь, 2018. №2 (37). С. 122-128
61. Вертегел С.Я. Психологічний профіль розвитку інноваційності персоналу аграрних підприємств // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки), Мелітополь. №1(36), 2018р.
62. Вертегел С.Я. Особливості розвитку аграрного маркетингу в регіоні // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки), Мелітополь. №2(37), 2018р.
63. Лерега Д.Г. The present-day approach to the development of agricultural trade along the new silk road // Innovative approaches to the new silk road. – Yangling, China, 2019.
64. Куліш Т. В., Лерега Д.Г., Коноваленко А.С. A model consumer buying behavior in relation to eointelligent products in catering // Innovative Marketing, 15(1), 54-65.
65. Куліш Т.В. Маркетинговые исследования поведения потребителей на рынке молока и молочных продуктов // Материалы. XI Межд. научно-практ.конф. – «Трансформация опыта менеджмента агробизнеса Европейского Союза в Казахстан и страны Центральной Азии», «Дулатовские чтения – Костанай». – 2019. С. 151-156.
66. Шквиря Н.О. Маркетинговые исследования поведения потребителей на рынке соков // Материалы Междун.научно-практ.конф.«Актуальные проблемы экономики, менеджмента и маркетинга в современных условиях»Алматинская академия экономики и статистики, Алматы, 2019. – с.581-584
67. Шквиря Н.О. Обоснование выбора маркетинговой стратегии предприятия // Материалы. XI Межд. научно-практ.конф. – «Трансформация опыта менеджмента агробизнеса Европейского Союза в Казахстан и страны Центральной Азии», «Дулатовские чтения – Костанай». – 2019. – С. 159-163
68. Коноваленко А.С. Влияние маркетинговой деятельности предприятий на безопасность питания детей и подростков // Материалы Межд. научно-практ. конференции «Актуальные проблемы экономики, менеджмента и маркетинга в современных условиях»Алматинская академия экономики и статистики, Алматы, 2019. – с.326-328
69. Колокольчикова І.В. Принципи сегментування ринку плодово – ягідної продукції Півдня України // Причорноморські економічні студії. 2019. Вип.45. С. 27-32.
70. Колокольчикова І.В. Поведение украинских потребителей на рынке плодово – ягодной продукции // Материалы. XI Межд. научно-практ.конф. – «Трансформация опыта менеджмента агробизнеса Европейского Союза в Казахстан и страны Центральной Азии», «Дулатовские чтения – Костанай». – 2019. – С.148-151
71. Куліш Т.В. Удосконалення системи збуту продукції плодоовочівництва // Матеріали Міжн.наук.-практ.конференції «Сучасні тренди та перспективи логістики, маркетингу, збутової діяльності плодоовочівництва в епоху цифрових технологій», Херсон, 2019. С.221-223
72. Коноваленко А.С. Особливості маркетингових досліджень у дитячому сегменті // VII Международная конференция «Актуальные проблемы теоретической и прикладной психологии», 11-13 октября 2019 р. Ереван, Армения.

73. Куліш Т.В. Маркетингове дослідження поведінки споживачів на ринку плодово-ягідної продукції // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – №1(39) 2019. С.72–81
74. Арестенко Т.В. Methodical approaches to defining marketing activity // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь, 2019. – №1(39). С.34 – 38
75. Серських Н.С. Дослідження поведінки споживачів на ринку консалтингових послуг // Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова, 2019. – Т24. Вип. 2(75). С. 60–64
76. Серських Н.С. Дослідження поведінки споживачів на ринку консалтингових послуг // Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова, 2019. – Т24. – Вип. 2(75). – С. 60–64
77. Майборода Г.О. Маркетингові особливості використання портфелю брендів // Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тренди та перспективи логістики, маркетингу, збутової діяльності плодоовочівництва в епоху цифрових технологій», м.Херсон, 20–21 вересня 2019, с.83–85.
78. Шквиря Н.О. Маркетингові дослідження поведінки споживачів на ринку ковбасних виробів // Соціально-економічні проблеми розвитку бізнесу та місцевого самоврядування: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. інтернет конф., 13–14 черв. 2019р. Мелітополь: ТДАТУ, 2019. С. 48–52.
79. Куліш Т.В. Маркетингове дослідження діяльності ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» на ринку ковбасних виробів // Збірник матеріалів Міжнарод. науково-практичного форуму "Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції", 2019. – с. 49–51
80. Коноваленко А.С. Визначення споживчого статусу дитини у маркетингу продуктів харчування // Збірник матеріалів Міжнародного науково-практичного форуму "Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції", 2019. – с. 188–190
81. Куліш Т.В. Удосконалення системи збуту продукції плодоовочівництва // Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тренди та перспективи логістики, маркетингу, збутової діяльності плодоовочівництва в епоху цифрових технологій», м.Херсон, 20–21 вересня 2019, с.221–223.
82. Колокольчикова І.В. Позиціювання плодово-ягідної продукції України на вітчизняному та міжнародному ринках // The scientific heritage. 2019. No 40. p.15 – 19.
83. Куліш Т.В. Ефективні маркетингові інструменти в системі збуту плодоовочевої продукції // Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тренди та перспективи логістики, маркетингу, збутової діяльності плодоовочівництва в епоху цифрових технологій», м.Херсон, 20–21 вересня 2019, с. 205–207
84. Шквиря Н.О. Стратегия диверсификации производства как направление развития сельскохозяйственных предприятий // Theory and practice: problems and prospects- 2020: сбор. материалов Междунар. науч.-практ. конференции, 21–22 мая 2020 г. Каунас, Литва, 2020. С. 145–148
85. Шквиря Н.О. Теоретичні основи стратегічного маркетингу підприємства // Інфраструктура ринку, 2020.– №40 URL: http://www.market.infr.od.ua/journals/2020/40_2020_ukr/59.pdf
86. Шквиря Н.О., Сокіл Я.С. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямків розвитку підприємства // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки). Мелітополь: Люкс, 2020. № 2 (42). С. 207–212.
87. Арестенко Т.В., Воронянська О.В., Арестенко В.В. Маркетингове дослідження ринку соняшникової олії та поведінки споживача на ньому // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Мелітополь: Люкс, 2020. № 2 (42). С. 213–219.
88. Куліш Т.В. Дослідження макросередовища ринку молока та молочних продуктів // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) № 2 (42), 2020. –с. 198–207
89. Коноваленко А.С. Технологічні чинники розвитку ринку продуктів харчування для дітей // Агросвіт. 2020. № 3. С. 65–72
90. Коноваленко А.С. Культурні чинники макромаркетингового середовища ринку продуктів харчування для дітей // Економіка та держава. 2020. № 2. С. 57–61.

91. Коноваленко А.С. Гейміфікація як модель маркетингового механізму управління безпекою харчування дітей // Маркетинг і цифрові технології. – 2020. – Том 4. – № 1. – С. 29-43.
92. Коноваленко А.С. Взаємодія суб'єктів маркетингового механізму // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, 2020. – №1. – С. 129-136.
93. Коноваленко А.С. Управління безпекою харчування дітей // Економіка харчової промисловості. – Том 12, №1/2020. – С. 28-34.
94. Коноваленко А.С. Методика аналізу чинників макромаркетингового середовища ринку // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки), 2020. – № 2(42). – С. 190-197.
95. Коноваленко А.С. Маркетинговий аспект споживчої соціалізації дітей // Інноваційна економіка, 2020. – № 7-8. – С. 180-189.
96. Коноваленко А.С. Сучасний стан ринку продуктів та послуг харчування дітей // Проблеми і перспективи економіки та управління, 2020. – №2 (22). – С. 64-74.
97. Коноваленко А.С. Оцінка управління безпекою харчування дітей: методичні підходи // Європейський вектор економічного розвитку, 2020. – №2. – С. 114-125.
98. Арестенко Т. В., Васин К.К., Ходюк Е.С. Маркетинговое управление проектом цветоводства // Международная научно-практическая конференция, проведенная в рамках «Международной магистерской летней школы», 26 мая-9 июня 2020г. Алматы, Казахстан, 2020. С. 181-188.
99. Куліш Т.В. Влияние факторов макросреды на рынок молока и молочных продуктов // Материалы XVI Международной научно-практической конференции «Экономика и инжиниринг: от теории к практике», 16 апреля 2020 г., г. Минск . Белоруссия – с. 128-130.
100. Куліш Т.В., Бокренко Е.С. Маркетинговая стратегия продвижения продукции пчеловодства // Международная научно-практическая конференция, проведенная в рамках «Международной магистерской летней школы», 26 мая-9июня 2020г. Алматы, Казахстан, 2020. С. 219-223
101. Шквирия Н.О. Маркетинговое исследование потребительских предпочтений при выборе шоколада // Экономика и инжиниринг: от теории к практике: сбор. материалов XVI Междунар. науч.-практ. конференции, 16 апреля 2020г. Минск, Белоруссия, 2020. С. 195-196.
102. Шквирия Н.О., Шрамко О.В. Обоснование выбора маркетинговой стратегии овощеводческого предприятия // Международная научно-практическая конференция, проведенная в рамках «Международной магистерской летней школы», 26 мая-9июня 2020г. Алматы, Казахстан, 2020. С. 244-247
103. Сокіл Я.С., Агарков Д.Ю. Перспективы развития рынка водоочистительного оборудования в Украине // Международная научно-практическая конференция, проведенная в рамках «Международной магистерской летней школы», 26 мая-9июня 2020г. Алматы, Казахстан, 2020. С. 232-236
104. Бинчева П.Г. Совершенствование комплекса маркетинга предприятий на рынке плодово-ягодной продукции // Международная научно-практическая конференция, проведенная в рамках «Международной магистерской летней школы», 26 мая-9июня 2020г. Алматы, Казахстан, 2020. С.248-251
105. Майборода А.А. Стоимость бренда как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия // Международная научно-практическая конференция, проведенная в рамках «Международной магистерской летней школы», 26 мая-9июня 2020г. Алматы, Казахстан, 2020. С.223-228
106. Шквирия Н.О. Маркетингові дослідження споживчих переваг на ринку пива // Актуальні проблеми маркетингового менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конференції студентів та молодих вчених, 8 травня 2020р. Луцьк, 2020. С. 271-273.
107. Коноваленко А.С., Канкія В.Г., Канкія О.В. Актуальность развития бизнеса на рынке сувенирной продукции в Украине // Международная научно-практическая конференция, проведенная в рамках «Международной магистерской летней школы», 26 мая-9июня 2020г. Алматы, Казахстан, 2020. С.264-268

108. Легега Д.Г., Бичинін Д.С. Перспективи створення унікального товарного пропозиції в ресторанному бізнесі // Міжнародна науково-практична конференція, проведена в рамках «Міжнародної магістерської літньої школи», 26 травня-9 червня 2020г. Алмати, Казахстан, 2020. С.268-273
109. Шквиря Н.О., Лебедка А.А. Удосконалення товарної стратегії підприємства // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конференції, 18 лютого 2020 р. Луцьк, 2020. С. 141-144.
110. Шквиря Н.О. Дослідження факторів споживачької поведінки на ринку сиру // Маркетинг ХХІ століття: виклики змін: зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю заснування кафедри маркетингу і комерційної діяльності ХДУХТ, 8-10 жовтня 2020р. Харків, 2020. С.140-141.
111. Шквиря Н.О., Синиця С.В. Обґрунтування основних етапів організації промислового рибництва та його ефективності // Збірник тез І Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проєктів малого та середнього бізнесу» учасників проєкту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему» (NUPASS) - Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С. 33-34
112. Шквиря Н.О., Черкашин В.Ю. Економічне обґрунтування виробництва соків // Збірник тез І Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проєктів малого та середнього бізнесу» учасників проєкту NUPASS - Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С. 43-44
113. Шквиря Н.О., Чеботарьов В.М. Маркетингові дослідження споживчих переваг на ринку хліба та хлібобулочних виробів // Збірник тез І Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проєктів малого та середнього бізнесу» учасників проєкту NUPASS - Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С. 41-42
114. Куліш Т.В., Силенок В.В. Перспективи розвитку вендингового бізнесу в Україні // Збірник тез І Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проєктів малого та середнього бізнесу» учасників проєкту NUPASS - Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С.31-33
115. Арестенко Т.В., Корецький С.А. Основні етапи організації водовозного бізнесу та його ефективність // Збірник тез І Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проєктів малого та середнього бізнесу» учасників проєкту NUPASS - Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С. 21-23.
116. Арестенко Т.В., Скоробогатко О.І. Маркетингове управління проєктом «Бізнес на зелені» // Збірник тез І Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проєктів малого та середнього бізнесу» учасників проєкту NUPASS - Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С. 35-37.
117. Коноваленко А.С. Політичні аспекти розвитку ринку продуктів дитячого харчування // Напрями та сучасний розвиток міжнародних відносин: економічні та політичні аспекти: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 15 лютого 2020 р.). – Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2020. – С. 68-71.
118. Арестенко Т.В., Клімова А.С., Вікторова В.С. Інтернет-маркетинг як спосіб просування товарів на ринку // PRIORITY DIRECTIONS OF SCIENCE AND TECHNOLOGY DEVELOPMENT: зб.матеріалів ІІІ Міжнародної наук.-практ. конференції 22 – 24 листопада, 2020 р, Київ. – С. 1130 – 1136.
119. Шквиря Н.О. Удосконалення маркетингової комунікаційної політики шляхом проведення дегустації // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конференції, 18 лютого 2020 р. Луцьк, 2020. С. 138-141.
120. Шквиря Н.О. Розробка маркетингової стратегії сільськогосподарського підприємства // Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент: зб. матеріалів І Міжнар. наук.-практ. конференції, 12-13 лютого 2020 р. Запоріжжя, 2020. С. 502-504
121. Коноваленко А.С., Пономаренко А.І. Тенденції розвитку бізнесу у сфері фастфуду // Збірник тез І Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проєктів малого та середнього бізнесу» учасників проєкту NUPASS - Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С.27-29
122. Куліш Т.В., Голубко В.М., Голубко Н.Ю. Перспективи розвитку ринку малини // Збірник тез І Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проєктів малого та середнього бізнесу» учасників

123. Легеза Д.Г., Береславський О.С. Маркетингові підходи до виробництва макаронних виробів в регіоні // Збірник тез I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С.9-11
124. Сокіл Я.С., Бурдін О.М. BUSINESS MODEL CANVAS як інноваційний інструмент бізнес-планування // Збірник тез I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С.11-13
125. Сокіл Я.С., Заїченко С.В., Заїченко О.Г. Основні тенденції розвитку ринку рослинного молока в Україні // Збірник тез I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С.15-17
126. Коноваленко А.С., Лущик А.О. Ринкові переваги реалізації вакуумованих продуктів харчування // Збірник тез I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С.23-25
127. Сокіл Я.С., Мельничук С.Р. Побудова бізнес-моделі підприємства з продажу засобів захисту рослин на основі BUSINESS MODEL CANVAS // Збірник тез I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С.25-27
128. Коноваленко А.С., Соловійов А.О. Товарна політика підприємства з виробництва сухофруктів // Збірник тез I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С.37-39
129. Майборода Г.О. Оцінювання конкурентної позиції бренду хлібопекарської галузі за допомогою бенчмаркетингу // Міжнародна науково-практична конференція «Напрями та сучасні чинники розвитку міжнародних відносин: економічні та політичні аспекти» – м. Ужгород, 2020. – С. 167 – 170
130. Легеза Д.Г., Чабан А.О. Формування унікальної товарної пропозиції у сфері маркетингу послуг // Збірник тез I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С.39-41
131. Куліш Т.В., Бовкун О. Л., Воронін І. О., Сердюк С. О. Маркетингові інструменти в просуванні продукції бджільництва // Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020.
132. Шквиря Н.О. Обґрунтування вибору маркетингової товарної стратегії підприємства // Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління: зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 19-20 листопада 2020р. Полтава. 2020.
133. Шквиря Н.О., Лебедка А.А. Анкетування як інструмент розробки маркетингової стратегії підприємства // Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент: зб. матеріалів I Міжнар. наук.-практ. конференції, 12-13 лютого 2020 р. Запоріжжя, 2020. С. 272-274.
134. Коноваленко А.С. Застосування поняття «механізм» в економіці // Всеукраїнська науково-практична конференція «Формування економічної системи країни на світовому, державному та регіональному рівнях»: зб. матер. конференц. – Київ. – 2020.
135. Коноваленко А.С. Співвідношення понять маркетингу та маркетингового механізму // Всеукраїнська науково-практична конференція «Дослідження ефективності факторів зростання конкурентоспроможності економіки: теорії та пропозиції»: зб. матер. конференц. – Київ. – 2020.
136. Арестенко Т. В., Грищенко О. В., Глебов А. Ю. Ефективність нетрадиційних носіїв реклами // Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020.
137. Сокіл Я.С., Гаценко М. О., Валентиров І. В. Інтернет-маркетинг як ефективний інструмент розвитку сучасних

підприємств та підвищення їх маркетингової компетентності // Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020.

138. Коноваленко А.С. Стратегічні аспекти управління безпекою харчування дітей // Матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «П'ятдесят другі економічно-правові дискусії». – Україна, 25 листопада Львів. – 2020.

139. Легеза Д.Г., Грушко А.О., Малев Є. В., Трижон Я. О. Маркетингові аспекти створення нової моделі аграрного туризму // Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020.

140. Куліш Т.В., Гушин О. В., Доновський В. В. Маркетингові аспекти реалізації ягід полуниці // Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020.

141. Коноваленко А.С., Іванченко О. О., Іванченко С. С. Можливості просування продуктів харчування в інтернеті // Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020.

142. Арестенко Т.В., Полякова О. Ю., Антюшина О. В., Рибалко І. О. Маркетингове управління проектом «Бізнес на квітах» // Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020.

143. Сокіл Я.С., Пушкар О. В., Райков Р. А. Маркетингові аспекти вирощування мікрозелені // Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020.

144. Шквиря Н.О. Ткаченко В. В., Шпилька М. В. Проект з виробництва та реалізації сирів // Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020.

145. Легеза Д.Г. Трохимчук М. П., Мінко В. Д. Маркетинговий менеджмент проекту крафтових макаронних виробів // Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020.

146. Шквиря Н.О. Чепурний С. А., Чудаков А. О. Маркетингові дослідження поведінки споживачів плодоовочевої продукції // Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту NUPASS – Мелітополь: ТДАТУ, 2020.

147. Шквиря Н.О. Розробка маркетингової стратегії сільськогосподарського підприємства // Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент: зб. матеріалів I Міжнар. наук.-практ. конференції, 12-13 лютого 2020 р. Запоріжжя, 2020. С. 502-504

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 376

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Керівник організації:

Кюрчев Володимир Миколайович

Керівники роботи:

Легеза Дар'я Георгіївна (д. е. н., професор)

**Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ**



Юрченко Т.А.