

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0225U002963

Державний реєстраційний номер: 0124U004821

Відкрита

Дата реєстрації: 25-04-2025



1. Етапи виконання

Номер етапу: 1

Назва етапу: Визначення теоретичних основ адаптації маркетингових інструментів. Аналіз поточного стану маркетингової діяльності підприємств в умовах дистанційної роботи. Дослідження і порівняння сучасних маркетингових інструментів для дистанційної роботи. Розробка стратегій адаптації маркетингових інструментів. Формулювання висновків та рекомендацій

Початок етапу: 11-2024

Закінчення етапу: 02-2025

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: Товариство з обмеженою відповідальністю «Агрістар»

Код ЄДРПОУ/ІПН: 37189547

Адреса: вул. Матросова ,1-А, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61124, Україна

Підпорядкованість:

Телефон: 380800210242

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: 70.000 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Стратегії адаптації маркетингових інструментів для забезпечення розвитку підприємств в умовах дистанційної роботи

Назва роботи (англ)

Strategies for adapting marketing tools to ensure the development of enterprises in the context of remote work

Реферат (укр)

Звіт про НДР: 52 с., 5 рис., 11 табл., 24 джерела літератури. Мета науково-дослідної роботи – проаналізувати процес трансформації маркетингової діяльності підприємств в умовах дистанційної роботи та розробити ефективні стратегії адаптації маркетингових інструментів для стимулювання їх розвитку у цифровому середовищі. Об'єкт дослідження – маркетингова діяльність підприємств у сучасних умовах господарювання. Предмет дослідження – стратегії адаптації маркетингових інструментів для забезпечення розвитку підприємств в умовах дистанційної роботи та цифровізації. Методи дослідження: логічного узагальнення; теоретичного узагальнення; метод порівняльного аналізу; системний підхід; аналіз та синтез; метод експертного аналізу, графічний, індексний методи. Розглянуто теоретичні засади використання маркетингових інструментів у сучасних умовах господарювання, зокрема в контексті цифровізації та динамічних змін ринкового середовища. Особливу увагу приділено трансформації маркетингової діяльності підприємств під впливом переходу на дистанційну форму роботи. У межах дослідження проаналізовано специфіку використання цифрових каналів комунікації, автоматизованих систем управління маркетингом та інструментів аналітики. Обґрунтовано стратегії адаптації маркетингових інструментів, які спрямовані на підвищення ефективності взаємодії зі споживачами, оптимізацію внутрішніх процесів та забезпечення сталого розвитку підприємств у цифровому середовищі. Основні результати дослідження реалізовані в навчальному процесі ХНЕУ ім. С. Кузнеця та впроваджено у діяльність ТОВ «Агрістар». **МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ, МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ, ДИСТАНЦІЙНА РОБОТА, РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА, ЦИФРОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ**

Реферат (англ)

Research report: 52 p., 5 figures, 11 tables, 24 sources of literature. The purpose of the research work is to analyze the process of transformation of marketing activities of enterprises in conditions of remote work and to develop effective strategies for adapting marketing tools to stimulate their development in the digital environment. The object of the research is marketing activities of enterprises in modern business conditions. The subject of the research is strategies for adapting marketing tools to ensure the development of enterprises in conditions of remote work and digitalization. Research methods: logical generalization; theoretical generalization; comparative analysis method; system approach; analysis and synthesis; expert analysis method, graphic, index methods. The theoretical principles of using marketing tools in modern business conditions are considered, in particular in the context of digitalization and dynamic changes in the market environment. Particular attention is paid to the transformation of marketing activities of enterprises under the influence of the transition to a remote form of work. The study analyzes the specifics of using digital communication channels, automated marketing management systems and analytics tools. Strategies for adapting marketing tools are substantiated, which are aimed at increasing the efficiency of interaction with consumers, optimizing internal processes and ensuring sustainable development of enterprises in the digital environment. The main results of the study are implemented in the educational process of the S. Kuznets KhNEU and implemented in the activities of Agristar LLC. **MARKETING STRATEGIES, MARKETING TOOLS, REMOTE WORK, ENTERPRISE DEVELOPMENT, DIGITAL ENVIRONMENT**

Індекс УДК: 339.187; 339.13; 339.146; 658.8

Коди тематичних рубрик НТІ: 06.81.55

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Стратегії адаптації маркетингових інструментів для забезпечення розвитку підприємств в умовах дистанційної роботи

Назва продукції (англ): Strategies for adapting marketing tools to ensure the development of enterprises in remote working conditions

Очікувані результати: Методи, теорії, Методичні документи, Аналітичні матеріали

Галузь застосування: Під час управління та розвитку вітчизняних підприємств, в освітньому процесі для покращення якості освіти спеціалістів з менеджменту всіх рівнів вищої освіти

Опис продукції (укр): Розглянуто теоретичні засади використання маркетингових інструментів у сучасних умовах господарювання, зокрема в контексті цифровізації та динамічних змін ринкового середовища. Особливу увагу приділено трансформації маркетингової діяльності підприємств під впливом переходу на дистанційну форму роботи. Проаналізовано специфіку використання цифрових каналів комунікації, автоматизованих систем управління маркетингом та інструментів аналітики. Обґрунтовано стратегії адаптації маркетингових інструментів, які спрямовані на підвищення ефективності взаємодії зі споживачами, оптимізацію внутрішніх процесів та забезпечення сталого розвитку підприємств у цифровому середовищі.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Розвиток трудового потенціалу через підтримку зайнятості в дистанційному форматі

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: 53

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Боденко Андрій Іванович

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

Мірзоев Джавід Ширзад огли (к.е.н.)

Молодецька Галина Яківна

Педоренко Дмитро Анатолійович

Холодна Юлія Євгеніївна (к. е. н., доц.)

Черкаський Олексій Юрійович

Керівник організації:

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

Керівники роботи:

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

**Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ**



Юрченко Т.А.