

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0223U005697

Державний реєстраційний номер: 0123U100896

Відкрита

Дата реєстрації: 27-12-2023



1. Етапи виконання

Номер етапу: 1

Назва етапу: Стратегічне управління розвитком на засадах маркетингу

Початок етапу: 01-2023

Закінчення етапу: 12-2023

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"

Код ЄДРПОУ/ІПН: 02071180

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Адреса: вул. Кирпичова, буд. 2, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61002, Україна

Телефон: 380577076634

E-mail: omsroot@kpi.kharkov.ua

WWW: <https://www.kpi.kharkov.ua/>

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Товариство з обмеженою відповідальністю "Науково-технічний центр "Екомаш"

Код ЄДРПОУ/ІПН: 35474644

Адреса: пр. Московський 299, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61089, Україна

Підпорядкованість:

Телефон: 380503019683

E-mail: ecomass@ukr.net

WWW: <https://www.ecomass.com.ua/>

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: 10.020 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах маркетингу

Назва роботи (англ)

Strategic management of enterprise development based on marketing

Реферат (укр)

Об'єкт дослідження – розвиток маркетингової діяльності промислових підприємств України. Метою роботи є розроблення теоретичних положень, концепції, методологічного та методичного забезпечення стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності великого промислового підприємства з урахуванням особливостей його взаємодії з партнерами і споживачами та обґрунтування практичних рекомендацій для забезпечення економічного розвитку в сучасних умовах господарювання. Науковою новизною є обґрунтування й подальшому розвитку: концепції стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства, стрижнем якої є розвиток системи «споживач – підприємство – партнер»; методологічний підхід до формування маркетингових стратегій підприємства, підґрунтям якого є: конкурентоспроможність підприємства, бізнесова привабливість його партнерів щодо співпраці з ним та готовність споживачів до споживання продукції. Дістав подальшого розвитку комплекс методичного забезпечення формування маркетингових стратегій підприємства з урахуванням конкурентоспроможності підприємства, бізнесової привабливості партнерів, готовності споживачів. Обґрунтовано доцільність створення на великих машинобудівних підприємствах департаменту маркетингу і запропоновано методичний підхід до оцінки ефективності його діяльності в цілому та його підрозділів і керівників. Теоретично обґрунтовано і запропоновано методичне забезпечення інформаційної взаємодії промислового підприємства в процесі маркетингової діяльності, удосконалено стратегії її використання, розроблено методичні рекомендації до моделювання бюджету інформаційної взаємодії підприємства з партнерами і споживачами. Результати даної моделі апробовані на промислових підприємствах України, зокрема, на прикладі ТОВ «НТЦ «Екомаш», що підтверджує її практичну значущість.

Реферат (англ)

The object of the study is the development of marketing activities of industrial enterprises of Ukraine. The purpose of the work is the development of theoretical provisions, concepts, methodological and methodical support for strategic management of the development of marketing activities of a large industrial enterprise, taking into account the peculiarities of its interaction with partners and consumers, and the justification of practical recommendations for ensuring economic development in modern business conditions. The scientific novelty is the justification for the further development of: the concept of strategic management of the development of the enterprise's marketing activity, the core of which is the development of the "consumer-enterprise-partner" system; a methodological approach to the formation of marketing strategies of the enterprise, the basis of which is: the competitiveness of the enterprise, the business attractiveness of its partners in relation to cooperation with it, and the readiness of consumers to consume products. The expediency of creating a marketing department at large machine-building enterprises is substantiated, and a methodical approach to evaluating the effectiveness of its activities as a whole and its divisions and managers is proposed. Methodological support for information interaction of an industrial enterprise in the process of marketing activity was theoretically substantiated and proposed, the strategy of its use was improved, methodical recommendations were developed for modeling the budget of information interaction of the enterprise with partners and consumers. The results of this model have been tested at industrial enterprises of Ukraine, in particular, on the example of LLC "STC "Ekomash", which confirms its practical significance.

Індекс УДК: 658.5; 658.012.2, 339.187; 339.13; 339.146; 658.8, 373.61; 339.138; 658.8

Коди тематичних рубрик НТІ: 06.81.12, 06.81.55, 06.81.03

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах маркетингу

Назва продукції (англ): Strategic management of enterprise development based on marketing

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

Галузь застосування: Машинобудування

Опис продукції (укр): Розроблено комплекс теоретичних, методологічних і методичних положень стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності промислового підприємства, що передбачає визначення інтегральної оцінки трьох складових – конкурентоспроможності підприємства, бізнесової привабливості партнерів та готовності споживачів до споживання продукції виробничо-технічного призначення.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Вдосконалення системи стратегічного управління розвитком промислового підприємства

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Впроваджено

Строки впровадження: 01.2023-12.2023

Виробник продукції: Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"

Споживачі продукції: Товариство з обмеженою відповідальністю "Науково-технічний центр "Екомаш"

Перспективні ринки: Ринки України

Права інтелектуальної власності: За договорами

Форми та умови передачі продукції: Продаж продукції

7. Бібліографічний опис

1. Шаульська, Л., Райко, Д., Дюжев, В., & Долина, І. (2022). Моніторинг комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних бізнес-структур. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), (4), 72–78. URL: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.4>.
2. Райко Д. В., Кролівець І. В. Особливості формування маркетингового персоналу щодо людського капіталу осіб з особливими потребами у системі управління персоналу. Ефективна економіка. 2023. № 8. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71665>
3. Райко, Д., Дюжев, В., Косенко, А., & Ткачова, Н. (2023). Дослідження ринкових детермінант процесу комерціалізації інноваційних технологій. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), (4), 43–49. URL: <http://es.khpi.edu.ua/article/view/292079>
4. Кролівець І. В., Райко Д. В., Шевченко М. Аналіз маркетингових комунікацій підприємства в умовах цифровізації. Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених: зб. тез доп. 17-ї Міжнар. наук.-практ. конф. магістрантів та аспірантів, 28-30 листоп. 2023 р. / гол. Є. І. Сокол; оргком.: Р. П. Мигущенко [та ін.]; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. Харків, 2023. С. 285–286. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71613>
5. Райко Д. В., Кролівець І. В., Паймаш Г. В. Особливості управління конкурентоспроможністю інноваційно-орієнтованого підприємства. Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики: тези доп. 8-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 24 листоп. 2023 р. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2023. С. 672–676. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71669>
6. Дрепін І., Райко Д. В. Цифрові технології в маркетингу – нові можливості для бізнесу. Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін: тези доп. міжнар. наук.-практ. конф., 27–29 квіт. 2023 р. / ред. кол. С. В. Ковальчук. Хмельницький: ХКТЕІ, 2023. С. 57–59. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71668>
7. Райко Д. В., Кролівець І. В., Паймаш Г. В. Вплив цифровізації маркетингу на ефективність виробництва. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доп. 2-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листоп. 2023 р. / гол. ред. В. М. Михайлов. Харків, 2023. С. 174–176. URL:

8. Райко Д. В., Кролівець І. В. Вплив цифрових технологій на промисловий маркетинг підприємства. Маркетинг в Україні: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 20 жовт. 2023 р. / ред. кол.: А. В. Федорченко [та ін.]. Київ, 2023. С. 279–281. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71455>
9. Raiko D.V., Salionovych L.M. Use of digital technologies in marketing. Marketing of innovations. Innovations in marketing. Materials of the International Scientific Internet Conference / Illashenko S. Bielsko-Biala, 2023: WSEH. [E-edition] C.144-149
10. Райко Д.В., Масалаб О.В. Сучасний погляд на маркетингові цифрові комунікаційні інструменти: еволюція та інновації Marketing of innovations. Innovations in marketing. Materials of the International Scientific Internet Conference / Illashenko S. Bielsko-Biala, 2023: WSEH. [E-edition] C.176-181
11. Raiko, D., Shypulina, Y., Vasylytova, S., Oborina, A., & Fedorenko, I. (2023). Development of a system of motivation for employees of the marketing department of the enterprise for product promotion using tools of informational interaction of virtual space. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 3(13 (123), 59–75. URL: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.282056>
12. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Ілляшенко Н. С. Інноваційний капітал і інноваційна культура в управлінні інноваційним розвитком підприємств в умовах технологічних трансформацій. Проблеми економіки. 2023. №1. С. 96–104. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-1-96-104>
13. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетингові комунікації в системі інноваційного розвитку організацій. Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Суми, 6-7 червня 2023 р.). Суми: СНАУ, 2023. С. 189-191.
14. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Web-культура як передумова розвитку організації в цифровій економіці. Управління проектами. Перспективи розвитку проектного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності, трансферу технологій: збірник наукових праць за матеріалами V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (23-24 березня 2023 р.). УДУНТ, УКРНЕТ, НДІІВ НАПрН України, Дніпро: Юрсервіс, 2023. С. 666
15. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. Стратегічні підходи до комерціалізації знань як завершального етапу інноваційного процесу. Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Частина 2. м. Полтава, 30 – 31 березня 2023 р. Полтава, 2023. С.89-91.
16. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Розподільча логістика: вибір посередників з урахуванням факторів неповної визначеності і ризику. Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку: Матеріали V Міжнародної наукової конференції. 18 вересня 2023, Національний університет «Одеська політехніка». Одеса : ОНПУ. 2023. С. 82-83.
17. Філяєв П.А., Романчик Т.В. Управління маркетинговою діяльністю підприємства. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXI міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2023, 17-20 травня 2023 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». – С. 802
18. Струк Д.М., Романчик Т.В. Маркетингові ризики ринкової взаємодії. Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених: тези XVII Міжнар. наук.-практ. конф. магістрантів та аспірантів, 28 – 30 листопада 2023 року, НТУ «ХПІ». – С. 318-319

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 38

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Романчик Тетяна Володимирівна (к. е. н., доц.)

Шипуліна Юлія Сергіївна (д. е. н., професор)

Керівник організації:

Марченко Андрій Петрович (д. т. н., професор)

Керівники роботи:

Райко Діана Валеріївна (д. е. н., професор)

Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ



Юрченко Т.А.