

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0223U003651

Державний реєстраційний номер: 0119U000446

Відкрита

Дата реєстрації: 07-06-2023



1. Етапи виконання

Номер етапу: 1

Назва етапу: Формування клієнтоорієнтованої системи маркетингу в суб'єктів підприємницької діяльності сфери послуг

Початок етапу: 06-2018

Закінчення етапу: 12-2019

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Вищий навчальний заклад Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі"

Код ЄДРПОУ/ІПН: 01597997

Підпорядкованість: Укоопспілка

Адреса: вул. Ковалю, буд. 3, м. Полтава, Полтавський р-н., Полтавська обл., 36014, Україна

Телефон: 380532509170

Телефон: 380532500222

Телефон: 380532509178

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Вищий навчальний заклад Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі"

Код ЄДРПОУ/ІПН: 01597997

Адреса: вул. Ковалю, буд. 3, м. Полтава, Полтавський р-н., Полтавська обл., 36014, Україна

Підпорядкованість: Укоопспілка

Телефон: 380532509170

Телефон: 380532500222

Телефон: 380532509178

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: 10.000 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Формування клієнтоорієнтованої системи маркетингу в суб'єктів підприємницької діяльності сфери послуг

Назва роботи (англ)

Formation of client-oriented marketing system in the subjects of entrepreneurial activity in the sphere of services

Реферат (укр)

Мета роботи – теоретико-методичне обґрунтування положень та розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності шляхом впровадження клієнтоорієнтованого підходу на підприємствах сфери розваг і відпочинку. Об'єкт дослідження – процес маркетингової діяльності на підприємствах сфери розваг і відпочинку. Предмет дослідження – теоретико-методичні й практичні засади впровадження клієнтоорієнтованого маркетингу на підприємствах сфери розваг і відпочинку. Методи дослідження – логічне узагальнення, теоретичне узагальнення, метод порівняльного аналізу, системний аналіз, аналіз та синтез, фінансовий аналіз, аналіз ієрархій, графічний метод, статистичний аналіз, індексний метод, експертні методи. Систематизовані сучасні концепції маркетингу, набув подальшого розвитку категоріальний апарат маркетингу послуг, розроблена класифікація підприємств сфери послуг на засадах критерію клієнтоорієнтованості як маркетингового фактора. Удосконалений методичний підхід до маркетингового дослідження підприємств сфери розваг і відпочинку. Розроблений концептуальний підхід до впровадження клієнтоорієнтованого маркетингу. Удосконалений методичний підхід до визначення найбільш клієнтоорієнтованого підприємства. Розширений методичний інструментарій клієнтоорієнтованого маркетингу. Розроблені рекомендації щодо оптимального застосування інструментів клієнтоорієнтованого маркетингу.

Реферат (англ)

The purpose of the work is the theoretical and methodological substantiation of the provisions and the development of practical recommendations for improving marketing activities by implementing a client-oriented approach at enterprises in the field of entertainment and recreation. The object of the study is the process of marketing activities at enterprises in the field of entertainment and recreation. The subject of the study is the theoretical, methodological and practical principles of the implementation of client-oriented marketing at enterprises in the field of entertainment and recreation. Research methods – logical generalization, theoretical generalization, method of comparative analysis, system analysis, analysis and synthesis, financial analysis, analysis of hierarchies, graphic method, statistical analysis, index method, expert methods. Modern concepts of marketing were systematized, the categorical apparatus of service marketing was further developed, the classification of enterprises in the field of services was developed based on the criterion of customer orientation as a marketing factor. An improved methodical approach to marketing research of enterprises in the field of entertainment and recreation. A conceptual approach to the implementation of client-oriented marketing has been developed. An improved methodical approach to determining the most client-oriented enterprise. Advanced methodological tools of client-oriented marketing. Recommendations on the optimal use of client-oriented marketing tools have been developed.

Індекс УДК: 658.8, 658.8, 658.8:[338.46:793]

Коди тематичних рубрик НТІ: 81.89.13.13, 06.75.55

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): ФОРМУВАННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОЇ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ В СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СФЕРИ ПОСЛУГ

Назва продукції (англ): ENSURING THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL ENTITIES IN THE CONTEXT OF TRANSFORMATION OF ECONOMIC RELATIONS IN UKRAINE

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

Галузь застосування: 72 – Наукові дослідження та розробки; 73 – Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку; 74 – Інша професійна, наукова та технічна діяльність; 85 – Освіта; 90 – Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг; 93 – Діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг

Опис продукції (укр): Визначені ключові теоретичні положення маркетингу підприємств сфери послуг у наявних суспільно-економічних умовах. Сформований зміст концепції клієнтоорієнтованого маркетингу, яка ґрунтується на комбінуванні принципів і методик підходів, об'єднаних з позиції максимізації споживчої цінності, із застосуванням інструментів когнітивної психології. Обґрунтовані основні теоретико-методичні засади маркетингу підприємств сфери розваг і відпочинку. Визначені особливості споживацької поведінки та проведений аналіз якості обслуговування на підприємствах сфери розваг і відпочинку. Визначені ключові фактори задоволеності роботою персоналу для політики внутрішнього маркетингу. Запропоновано концептуальний підхід до впровадження клієнтоорієнтованого маркетингу на підприємствах сфери розваг і відпочинку. Удосконалено методичний підхід щодо визначення рівня клієнтоорієнтованості підприємств. Обґрунтовано організаційно-методичне забезпечення клієнтоорієнтованого маркетингу підприємств сфери розваг і відпочинку.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Рекомендації щодо впровадження клієнтоорієнтованого маркетингу на підприємствах сфери розваг і відпочинку.

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Впроваджено

Строки впровадження: 06.2018-12.2019

Виробник продукції: Полтавський університет економіки і торгівлі

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Права інтелектуальної власності: За договорами, в Україні

Форми та умови передачі продукції: Спільні НДДКР

7. Бібліографічний опис

1. Устьян О.Ю. Дослідження особливостей споживацької поведінки та маркетингової діяльності підприємств сфери розваг і відпочинку. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. Економічні науки. 2018. № 1 (86). С. 56–61.
2. Устьян О.Ю. Визначення рівня клієнтоорієнтованості підприємства сфери розваг і відпочинку методом аналізу ієрархій. Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку : матеріали XXXII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, м. Переяслав-Хмельницький, 19 квітня, 2017 р. Переяслав-Хмельницький, 2017. Вип. 32. С. 49–52.
3. Устьян О.Ю. Концептуальний підхід до впровадження клієнтоорієнтованого маркетингу на підприємстві сфери розваг і відпочинку. Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць. 2017. № 2–3 (63–64). С. 61 – 68.
4. Устьян О. Тенденції розвитку сфери розваг і відпочинку України. Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Полтава, 27–28 квітня 2017р., Полтава: ПУЕТ, 2017. С. 127–130
5. Спориш О.А., Іржавська Л.В. Застосування маркетингу для розвитку підприємств туристично-рекреаційного бізнесу в області// Науковий вісник ПУЕТ: Серія: Економічні науки, 2017, - №6(78). – 314 с.
6. Лісіца В.В. Управління споживчим досвідом в ритейлі: тренди та перспективи //Вісник Львівського торговельно-економічного університету / [ред. кол.: Куцик П. О., Барна М. Ю., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – Вип. 54. – С. 87–94. – (Економічні науки).
7. Брацун А.О. Модель поведінки споживача на ринку товарів та послуг/ А.О. Брацун //Якість вищої освіти:

компетентнісний підхід у підготовці сучасного фахівця: матеріали XLIII Міжнародної науково-методичної конференції, (м. Полтава, 14-15 листопада 2018 року). - Полтава: ПУЕТ, 2019. - С. 314-316.

8. Лісіца В.В. Удосконалення технологій обслуговування споживачів, як умова ефективної діяльності підприємства роздрібною торгівлі/ В.В. Лісіца, Р.С. Середа // Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації: матеріали IX Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, (м. Полтава, 18-19 квітня 2019 року). - Полтава: ПУЕТ, 2019. - С. 194-195.

9. Місюкевич В. І. Поведінка споживача на ринку товарів та послуг та її вплив на ефективність діяльності підприємства / В.І. Місюкевич, Т.Є. Іщейкін //Якість вищої освіти: компетентнісний підхід у підготовці сучасного фахівця: матеріали XLIII Міжнародної науково-методичної конференції (м. Полтава, 14-15 листопада 2018 року). - Полтава: ПУЕТ, 2019. - С. 291-293.

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 156

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Іванов Юрій Васильович (к. е. н., доцент)

Балабан Микола Петрович (к. е. н., доц.)

Балабан Петро Юрійович (к.е.н., професор)

Брацун Алла Олегівна

Гайденок Євгенія Юріївна

Лісіца Вікторія Вікторівна (к.е.н., доц.)

Місюкевич Валентина Іванівна (к. е. н., доц.)

Михайленко Олена Миколаївна (к. е. н., доц.)

Овсієнко Антон Михайлович

Устьян Олександр Юрійович (к. е. н.)

Юрко Ігор Вікторович (к.е.н., доц.)

Керівник організації:

Нестуля Олексій Олексійович (д. і. н., професор)

Керівники роботи:

Юрко Ігор Вікторович

**Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ**



Юрченко Т.А.