

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0223U002365

Державний реєстраційний номер: 0120U100884

Відкрита

Дата реєстрації: 15-02-2023



1. Етапи виконання

Номер етапу: 3

Назва етапу: Формування методологічних та теоретико-методичних засад організаційно-економічного механізму соціо-еколого-економічного управління суб'єктами господарської діяльності різних рівнів на засадах соціально-етичного маркетингу для забезпечення сталого розвитку

Початок етапу: 01-2022

Закінчення етапу: 12-2022

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Сумський національний аграрний університет

Код ЄДРПОУ/ІПН: 04718013

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Адреса: вул. Герасима Кондратьєва, 160, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40021, Україна

Телефон: 380542787641

Телефон: 380542701012

E-mail: admin@snau.edu.ua

WWW: <https://www.snau.edu.ua/>

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Сумський національний аграрний університет

Код ЄДРПОУ/ІПН: 04718013

Адреса: вул. Герасима Кондратьєва, буд. 160, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40021, Україна

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Телефон: 380542787641

Телефон: 380542701012

E-mail: admin@snau.edu.ua

WWW: <https://www.snau.edu.ua/>

4. Джерела та напрями фінансування

Підстава для проведення робіт: 34 - договір (замовлення) з центральним органом виконавчої влади, академією наук (головними розпорядниками бюджетних коштів на проведення НДДКР)

КПКВК: 2201040

Напрямок фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

Джерело фінансування: 7713 - кошти держбюджету

Фактичний обсяг фінансування за звітний етап: 740.000 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Соціально-етичний маркетинг як інструмент забезпечення сталого розвитку

Назва роботи (англ)

Social and ethical marketing concept as the tool for ensuring sustainable development

Реферат (укр)

Об'єкт дослідження – процеси управління підприємствами в контексті концепції соціально-етичного маркетингу, що передбачає гармонізацію соціальних, екологічних і економічних інтересів товаровиробників, споживачів, суспільства у цілому. Мета роботи – розробити і науково обґрунтувати теоретико-методологічні і методичні засади формування і практичного впровадження організаційно-економічного механізму соціо-еколого-економічного управління суб'єктами господарської діяльності різних рівнів на засадах соціально-етичного маркетингу як інструменту забезпечення сталого розвитку. В основу проекту покладено авторську ідею про можливість соціо-еколого-економічного управління суб'єктами господарської діяльності різних рівнів шляхом застосування методів і інструментів соціально-етичного маркетингу для забезпечення сталого розвитку України. Робочою гіпотезою проекту є те, що розробки проекту у сукупності дадуть принципову можливість точніше обирати, удосконалювати і реалізовувати ефективні інструменти, методи та форми соціально-етичного маркетингу, сформувані на їхній основі засади організаційно-економічного механізму соціо-еколого-економічного управління суб'єктами господарської діяльності різних рівнів. Практична реалізація зазначеного механізму наблизить українську економіку до досягнення глобальних цілей сталого розвитку. Отримані наукові результати, висновки і рекомендації проекту у сукупності зорієнтовані на розв'язання важливої науково-прикладної проблеми розроблення, наукового обґрунтування і впровадження механізму соціо-еколого-економічного управління суб'єктами господарської діяльності всіх рівнів на засадах соціально-етичного маркетингу для забезпечення сталого розвитку. СТАЛИЙ РОЗВИТОК, ГРІНВОШІНГ, ЗЕЛЕНИЙ МАРКЕТИНГ, ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА, ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ

Реферат (англ)

The object of research is enterprise management processes in the context of the concept of socio-ethical marketing, which involves the harmonization of social, ecological and economic interests of producers, consumers, and society as a whole. The purpose of the work is to develop and scientifically substantiate the theoretical-methodological and methodical foundations of the formation and practical implementation of the organizational-economic mechanism of socio-ecological-economic management of subjects of economic activity at various levels on the basis of socio-ethical marketing as a tool for ensuring sustainable development. The basis of the project is the author's idea about the possibility of socio-ecological and economic management of subjects of economic activity at various levels through the use of methods and tools of social and ethical marketing to ensure the sustainable development of Ukraine. The working hypothesis of the project is that the development of the project as a whole will provide a fundamental opportunity to more accurately select, improve and implement effective tools, methods and forms of social and ethical marketing, to form on their basis the foundations of the organizational and economic mechanism of socio-ecological and economic management of economic entities activities of different levels. The practical implementation of the mentioned mechanism will bring the Ukrainian economy closer to achieving the global goals of sustainable development. The obtained scientific results, conclusions and recommendations of the project are focused on solving the important scientific and applied problem of development, scientific substantiation and implementation of the mechanism of socio-ecological and economic management of subjects of economic activity of all levels on the basis of socio-ethical marketing to ensure sustainable development . SUSTAINABLE DEVELOPMENT, GREENWASHING, GREEN MARKETING, CIRCULAR ECONOMY, WASTE MANAGEMENT

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Управління стратегіями випереджаючого науково-технологічного розвитку підприємств

Назва продукції (англ): Management of strategies of anticipatory scientific and technological development of the enterprise

Очікувані результати: Аналітичні матеріали

Галузь застосування: економіка

Опис продукції (укр): Розроблення, наукове обґрунтування теоретико-методологічних та методичних засад управління стратегіями випереджаючого науково-технологічного інноваційного розвитку підприємств.

Соціально-економічна спрямованість НТП: сталий розвиток

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Не впроваджено

Строки впровадження:

Виробник продукції: Сумський НАУ

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Права інтелектуальної власності: За договорами

Форми та умови передачі продукції: Продаж продукції, Навчання персоналу, Спільні НДДКР, Спільне виробництво

7. Бібліографічний опис

Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко С.М. Маркетингове управління інтелектуальним капіталом підприємства в контексті його інноваційного розвитку. Маркетинг і цифрові технології. 2022. Т 6. № 1. С. 64–78.

Illiashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Illiashenko Nataliia, Golysheva Ievgeniia. Intellectual capital management of the university in the system of its innovative development. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2022. № 1. С. 74–83. URL: <http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2022-1/Illiashenko.pdf>

Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Управління на засадах маркетингу стратегіями екологічно-орієнтованого інноваційного розвитку в повоєнний період: національний і міжнародний аспекти. Маркетинг і цифрові технології. 2022. Т. 6. № 4. С. 47–60. DOI: 10.15276/mdt.6.3.2022.5 URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/276/175>

Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетингові комунікації в стратегіях інноваційного розвитку підприємств. Маркетингові комунікації в сучасному мінливому середовищі: монографія / [Ромат Є. В., Wiktor J., Bajak M., Sanak-Kosmowska K., Багорка М. О. та ін.]; за заг. ред. В. Ф. Іванова та Є. В. Ромата. Київ : Студцентр, 2022. С. 86–96.

Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетинговий аналіз проблем споживачів як фактора мотивації їх поведінки і джерела ідей інноваційних розробок. 30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні: монографія / [Старостіна А.О., Дьоміна О.М., Телетов О.С., Бочко О.Ю. та ін.] ; за заг. ред. А.О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. С. 173–185.

Shevchenko T., Danko Yu. 2022. Circular economy related eproducts consumption alternatives and behaviors. Collective monograph “Paradigm Shift in E-waste Management: Vision for Future”, Second Volume “Development in E-waste Management: Sustainability and Circular Economy Aspects”, Routledge Taylor & Francis.

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 153

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Ілляшенко Наталія Сергіївна (д. е. н., доц.)

Грищенко Олена Федорівна (к. е. н., доц.)

Ладика Юрій Володимирович (к. ю. н., доц.)

Прокопенко Катерина Генадіївна

Шевченко Тетяна Іванівна (к.е.н., с.н.с.)

Керівник організації:

Ладика Володимир Іванович (д. с.-г. н., професор, акад.)

Керівники роботи:

Голишева Євгенія Олексіївна (к. е. н., доц.)

**Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ**



Юрченко Т.А.