

Облікова картка ДіР



I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0221U106022

Державний реєстраційний номер: 0121U112162

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 23-09-2021

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Розроблення теоретико-методичного та практичного забезпечення формування маркетингової стратегії розвитку поліграфічних послуг

Початок етапу: 06.2021

Закінчення етапу: 08.2021

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: проспект Науки, буд. 9-а, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61166, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380577020304, 380577020717

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Ясінська Євгенія Вікторівна

Код за ЄДРПОУ: 2986114321

Місцезнаходження: пр-кт Тракторобудівників, будинок 65, кв.247, м. Харків, Харківський р-н.,
Харківська обл., 61066, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 0577020670

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 25 - договір з фізичною особою. Замовником НДР (ДКР) виступає фізична особа, за рахунок коштів якої виконується робота

Напрямок фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

7722 - кошти підприємств, установ, організацій України

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 15.000

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Маркетингове дослідження ринку поліграфічних послуг

Назва роботи англійською:

Marketing research of the printing services market

Реферат українською:

В умовах жорсткої конкуренції на ринку поліграфічних та друкарських послуг необхідно постійно поліпшувати вже наявний асортимент і знаходження нових інструментів впливу, залучення та утримання нових клієнтів, створення стійкої бази постійних клієнтів через підвищення впізнаваності компанії. На сьогоднішній день одним з завдань підприємств цієї сфери є формування лояльності покупців, в першу чергу, до самого бренду, а не до конкретної послуги або товару. В даний час можливість збереження фото, документів та іншої необхідної документації в віртуальних банках зберігання значно знижує потребу людей в «фізичному» їх наявності. Така ситуація, з одного боку, негативно позначається на рентабельності ринку друку, але, з іншого боку, дає можливість сформувати попит за допомогою нових методів та інструментів. Об'єктом дослідження є підприємств сфери поліграфічних послуг. Предмет дослідження маркетингова стратегія просування компаній, що спеціалізуються на виробництві поліграфічної і друкарської продукції. Мета роботи: обґрунтувати методичний підхід по створенню маркетингової стратегії просування підприємства на ринку поліграфічних послуг. Завдання роботи: вивчити маркетингової стратегії просування з урахуванням зарубіжного та вітчизняного досвіду; дослідження особливостей просування компаній на сучасному ринку поліграфічних і друкарських послуг; аналіз зовнішню і внутрішню середовища (SWOT - аналіз); розробка методики просування компанії на ринку поліграфічних послуг. Результати дослідження - робота орієнтована на вирішення актуальних проблем інтегрованих маркетингових комунікацій у зазначеній сфері. Робота може бути цікавою для фахівців в області реклами і зв'язків з громадськістю, що займаються просуванням компаній на ринку поліграфічних та друкарських послуг.

Реферат англійською:

In conditions of fierce competition in the market of printing and printing services, it is necessary to constantly improve the existing range and find new tools to influence, attract and retain new customers, create a stable base of regular customers by increasing the company's visibility. Today, one of the tasks of enterprises in this area is to form customer loyalty, primarily to the brand itself, and not to a particular service or product. Currently, the ability to store photos, documents and other necessary documentation in virtual storage banks significantly reduces people's need for "physical" availability. This situation, on the one hand, has a negative impact on the profitability of the printing market, but, on the other hand, makes it possible to generate demand using new methods and tools. The object of study are enterprises in the field of printing services. The subject of research is the marketing strategy of promotion of companies specializing in the production of printing and printing products. Purpose: to substantiate the methodological approach to creating a marketing strategy to promote the company in the market of printing services. Tasks: to study the marketing strategy of promotion, taking into account foreign and domestic experience; research of features of promotion of the companies in the modern market of polygraphic and printing services; analysis of external and internal environment (SWOT - analysis); development of methods for promoting the company in the market of printing services. The results of the study - the work is focused on solving current problems of integrated marketing communications in this area. The work may be of interest to professionals in the field of advertising and public relations, promoting companies in the market of printing and printing services.

Індекс УДК: 373.61; 339.138; 658.8

Коди тематичних рубрик:06.81.03

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Гриневич Людмила Володимирівна

Науковий ступінь: д.е.н.

Вчене звання: доц.

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

VIII. Наукова (науково-технічна) продукція (НТП)

Назва НТП українською: Методики просування компанії на ринку поліграфічних послуг.

Назва НТП англійською: Methods for promoting the company in the market of printing services

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Аналітичні матеріали

Галузь застосування: Результати можуть бути використані в роботі підприємств та організацій, які займаються поліграфічною діяльністю.

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Методика дозволяє залучати нових клієнтів, за рахунок розширення спектру послуг, що надає підприємство, підвищити рівень їх лояльності до підприємства та створити умови для підвищення власної конкурентоспроможності на ринку

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення продуктивності праці

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу:

Закінчення етапу:

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обґрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

Х. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Пономаренко Володимир Степанович
д.е.н., 08.06.02

Перелік осіб-виконавців

Вовк Володимир Анатолійович
(к. е. н.)

Гриневич Людмила Володимирівна
(д. е. н., 08.00.05)

Рожко Віктор Іванович
(к.е.н.)

Ус Марина Ігорівна
(к.е.н.)

Чуприна Яніна Олександрівна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Шелкунова Наталія Леонідівна

Телефон

+38 (057) 702-06-70

Реєстратор

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**

