Облікова картка ДіР

Image not found or type unknow

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0221U105459

Державний реєстраційний номер: 0119U103194

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 07-07-2021

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Маркетингове забезпечення управління розвитком території в умовах євроінтеграційних процесів

Початок етапу: 10.2019

Закінчення етапу: 06.2021

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Національний авіаційний університет

Код за ЄДРПОУ: 01132330

Місцезнаходження: проспект Любомира Гузара, буд. 1, м. Київ, 03058, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380444067484, 380444067901

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Національний авіаційний університет

Код за ЄДРПОУ: 01132330

Місцезнаходження: проспект Любомира Гузара, буд. 1, м. Київ, 03058, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380444067484

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

Напрям фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

7706 - безплатно (договір про науково-технічне співробітництво, тощо)

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Маркетингове забезпечення управління розвитком території в умовах євроінтеграційних процесів

Назва роботи англійською:

Marketing support for territorial development management in the context of European integration processes

Реферат українською:

Задача дослідження полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних основ і розробці науково-практичних рекомендацій до управління маркетингом територій в умовах євроінтеграційних та децентралізаційних процесів. В роботі досліджено: - сучасний стан розвитку євроінтеграційних та децентралізаційних процесів в Україні; - сучасні методи аналізу маркетингового потенціалу територій; - стратегічні підходи до управління розвитком території; - методи прогнозування розвитку територій; - перспективні методи управління інструментами маркетингу територій; - особливості формування і управління брендами територій; - інструменти маркетингу, які сприяють формуванню іміджу територій; - особливості формування та функціонування територіальних кластерів. Результатом роботи є: обґрунтовано необхідність впровадження маркетингових інструментів в практику управління розвитком територій умовах євроінтеграційних та децентралізаційних процесів в Україні; виділено перспективні стратегії розвитку територій на основі принципів маркетингу; обґрунтовано доцільність застосування окремих методів та інструментів маркетингових досліджень територій; запропоновано використання методів теорії обмежень систем в практику управління маркетингом територій; запропоновано послідовність формування «Дорожньої карти» за допомогою ромбу Форсайту; запропоновані способи формування і управління брендами територій; - виділено перспективні методи аналізу маркетингових можливостей територій; запропоновано модель оцінки територіальної привабливості кластера CLUSTER.

Реферат англійською:

The goal of the study is to substantiate the theoretical and methodological foundations and develop scientific and practical recommendations for the management of marketing areas in terms of European integration and decentralization processes. The paper investigates: - the current state of development of European integration and decentralization processes in Ukraine; - modern methods of analysis of marketing potential of territories; - strategic approaches to managing the development of the territory; - methods of forecasting the development of territories; - promising methods of managing marketing tools of territories; - features of formation and management of brands of territories; - marketing tools that contribute to the formation of the image of the territories; - features of formation and functioning of territorial clusters. The results are: - the necessity of introduction of marketing tools in the practice of territorial development management in the conditions of European integration and decentralization processes in Ukraine is substantiated; - perspective strategies of development of territories on the basis of principles of marketing are allocated; - the expediency of application of separate methods and tools of marketing researches of territories is substantiated; - the use of methods of the theory of system limitations in the practice of territory marketing management is proposed; - the sequence of formation of the Road Map with the help of the Forsyth rhombus is offered; - proposed ways of forming and managing brands of territories; - promising methods of analysis of marketing opportunities of territories are allocated; - the model for assessing the territorial attractiveness of the CLUSTER is proposed

Індекс УДК: 332.122, 339.138; 332.14

Коди тематичних рубрик: 06.61.33

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:Смерічевський Сергій Францевич

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Модель оцінки територіальної привабливості кластера CLUSTER

Назва НТП англійською: The model CLUSTER of estimation of territorial attractiveness of cluster.

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методи, теорії, Методичні документи

Галузь застосування: Вища освіта

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Модель оцінки територіальної привабливості кластера CLUSTER розроблена з метою узагальнення параметрів оцінки привабливості кластера території і дозволяє порівнювати агрегований показник доцільності і привабливості організації і функціонування кластеру в регіоні чи визначеній території. Привабливість територіального кластера представляється у вигляді функції A = f (C,L,U,S,T,E,R), де A - функція привабливості територіального кластеру. Кожний параметр моделі представляє суму добутків критеріїв оцінки на відповідний коефіцієнт впливу визначений на основі експертної оцінки; C (Competitive advantages) – переваги у конкурентоспроможності; L (Labor capital / human capital) - людський капітал; U (Unification and staneholders cooperations) - наявність зв'язків і взаємодії між учасниками кластерів; S (State and local governance) – державне та місцеве управління; T (Transport / logistic infrastructure) - пранспортно-логістична інфраструктура; E (Economy of industries) - економіка галузі; R (Resources of territory) - наявність ресурсів на території необхідних для утворення кластера.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Збільшення обсягів виробництва, Забезпечення промисловості чи населення новим видом інформаційно-комунікаційних послуг

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Не впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 10.2019

Закінчення етапу: 06.2021

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 обгрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

Sibruk V.L., Ramenska S.E. Implementation of marketing of territories under decentralization conditions in Ukraine // GLOBAL MARKETING:ANALYSIS AND CHALLENGES OF OUR TIME: Міжнародна науково-практична конференція, 2019 р.: тези доп. – Батумі.: Грузія, 2019. С. 59-62

Сібрук В.Л. Радченко Г.А.Кутліна І.Ю. Формування шляхів управління маркетингом територій на засадах теорії обмежень систем // Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2019. – Вип. 4 (72). – С.193-199.

Сібрук В.Л. Особливості застосування теорії обмежень систем в практиці управління територіальними кластерами // Інноваційно-інвестиційні проблеми клатеризації економіки України: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 6 грудня 2019 р.). тези доп. – – Київ : Національний авіаційний університет, 2019. – 148 с.

Сібрук В.Л. Тарабан М.В. Розвиток авіаційного ринку України. Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2019. – Вип. 6 (74). – С.155-159.

Ткачук М.Ю., Петропавловська С.Є. Застосування онлайн-брендингу у створенні іміджу міста. // Проблеми системного підходу в економіці. – 2019. – №2(2). – С. 156-161.

Сібрук В.Л., Нікітчук А.Б. Управління методологічним апаратом маркетингу територій на засадах Форсайт технологій в умовах глобалізаційних процесів - Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2020. – Вип. 1 (75). – С.117-124.

Бурцева О.Є. Радченко Г.А., Сібрук В.Л. Маркетинговий потенціал в системі інноваційного розвитку національної економіки - Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2020. – Вип. 4 (78). – С.162-169.

Петропавловська С.Є., Ткачук М.Ю. Геокультурний брендинг міст - Економічні студії – 2020. – №3(29). – С. 83-113.

Петропавловська С.Є. Брендинг як фактор конкурентоздатності країни – ГЛОБАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: АНАЛІЗ І ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ. ІІ Міжнародна науково-практична конференція, 22 травня 2020 р.: тези доп. – К., 2020. – С.86

Сібрук В.Л., Сібрук А.В. Розвиток маркетингу територій з використанням методології Форсайт - Proceedings of the 4th International Scientific and Practical Conference «Science and Practice: mplementation to Modern Society» (May 6-8, 2020). Manchester, Great Britain: Peal Press Ltd., 2020. 460 p.

Петропавловська С.Є., Романюк Ю.В. Імідж міста як стратегічний фактор ефективного маркетингу території - The 10thInternational scientific and practical conference “Perspectives of world science and education”, June 17-19, 2020. – Osaka, Japan, 2020. – P. 413-423.

Сібрук В.Л., Assesment of investment attractiveness of territories - ГЛОБАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: АНАЛІЗ І ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ. ІІ Міжнародна науково-практична конференція, 2020 р.: тези доп. – К.: НАУ, 2020. – 143 с.

Polous O.V. Formation of competency clusters as a means of enterprises human capital development in the digital economy. Cluster Policy of Innovative Development of the National Economy: Integration and Infrastructure Aspects: monograph / under the editorship of professor Svitlana Smerichevska. Poznań: Wydawnictwo naukowe WSPIA, 2020. 382 pages. Pp. 323-334.

Полоус О.В. Інноваційна діяльність України: глобальний вимір та національні пріоритети розвитку. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: Монографія. За редакцією Ареф’євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с. С. 84-92

Радченко О.А. «Application of territorial marketing in the digital space». Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Бізнес-аналітика : моделі, інструменти та технології» Київ, НАУ, 4-6 березня 2020 р.

Радченко О.А. «Сутність та можливості маркетингу територій». Матеріали II іжнароМдної науково-практичної конференції «Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності» Київ, НАУ, 22 травня 2020 р. С.91-93

Sibruk V. Aspects of strategic marketing management of territories – ГЛОБАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: АНАЛІЗ І ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ. ІІІ Міжнародна науково-практична конференція, 27 травня 2021 р.: тези доп. – К.: НАУ, 2021. С.79-80.

Петропавловська С.Є. Брендинг територій – ГЛОБАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: АНАЛІЗ І ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ. ІІІ Міжнародна науково-практична конференція, 27 травня 2021 р.: тези доп. – К.: НАУ, 2021. С.80-82

Радченко О.А., Войченко Т.О. Територіальний маркетинг- боротьба за ресурси – ГЛОБАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: АНАЛІЗ І ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ. ІІІ Міжнародна науково-практична конференція, 27 травня 2021 р.: тези доп. – К.: НАУ, 2021. С.84-86.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи — Ісаєнко Володимир Миколайович
д. б. н., 03.00.16

Перелік осіб-виконавців

Астахов Кирил Володимирович

Кириленко Оксана Миколаївна
(д. е. н.)

Колесник Максим Віталійович
(к. е. н.)

Крапко Олена Михайлівна

Петропавловська Світлана Євгенівна
(к. е. н.)

Полоус Ольга Василівна

Радченко Ганна Анатоліївна
(к.е.н.)

Радченко Олена Андріївна

Раменська Світлана Євгенівна
(к. е. н.)

Смерічевський Сергій Францович
(д. е. н., 08.00.04)

Сібрук Анастасія Володимирівна
(к.е.н.)

Сібрук Віктор Леонідович
(к. е. н.)

Фісун Юлія Володимирівна

Яківченко Андрій Миколайович

Відповідальний за підготовку облікових документів — Рибалко Олена Леонідівна

Телефон — +38 (067) 910-60-63

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

