

Облікова картка ДіР



I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0210U005090

Державний реєстраційний номер: 0106U012041

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 20-05-2010

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Маркетингові дослідження регіонального товарного ринку: теорія, методологія, практика

Початок етапу: 01.2007

Закінчення етапу: 12.2009

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Харківський державний університет харчування та торгівлі

Код за ЄДРПОУ: 01566330

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: (057) 336-8979, (057)337-85-35

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Харківський державний університет харчування та торгівлі

Код за ЄДРПОУ: 01566330

Місцезнаходження: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61051, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380573378535

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)

Напрямок фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

7704 - власні кошти, кошти підприємств, установ, організацій, фізичної особи на виконання ініціативних робіт

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 4.5
--

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Маркетингові дослідження товарного ринку: теорія, методологія, практика

Назва роботи англійською:

Marketing researches of commodity market: theory, methodology, practice

Реферат українською:

Звіт про НДР: 195с., 35 рис., 30 табл., 11 додатків, 109 джерел. Об'єктом дослідження науково-дослідної роботи є соціально-економічний механізм функціонування товарного ринку продукції тваринництва Харківської області. Методи дослідження - дедукція та традукція, маркетингові дослідження (аналіз документів, спостереження, опитування), економіко-математичні, економіко-статистичні методи, статистичні методи аналізу. На основі комплексного маркетингового дослідження встановлено, що ринок продукції тваринництва Харківської області знаходиться у кризовому стані. Основними причинами такого положення є занепад агропромислового комплексу регіону, що спричинило дефіцит якісної м'ясо-молочної продукції, а також низький рівень платоспроможності населення. Негативні явища на ринку тваринницької продукції стали загрозою для продовольчої безпеки регіону, оскільки рівень споживання м'ясо- та молокопродуктів значно нижче раціональних норм харчування, встановлених МОЗ України, та має місце висока імпортозалежність по м'ясопродукції. Результати прогнозування споживання м'ясо- та молокопродуктів свідчать про те, що швидких позитивних змін на ринку не відбудеться, а за умов покращення соціально-економічної ситуації та рівня життя населення регіону споживання м'ясопродуктів до фізіологічно обґрунтованих норм наблизиться лише до 2017-2018 рр., молокопродуктів ще пізніше до 2020 р. Для стабілізації ринку тваринницької продукції та попередження подальшого загострення кризи на ньому необхідним є розробка та запровадження на місцевому рівні обґрунтованої стратегії розвитку усіх складових інфраструктури ринку тваринницької продукції регіону (АПК, заготівельних та переробних підприємств, підприємств харчової промисловості, оптової торгівлі, підприємств роздрібної торгівлі тощо), програми розвитку споживчого ринку, поміркованої соціально-економічної політики. ТОВАРНИЙ РИНОК, КОН'ЮНКТУРА РИНКУ, РИНКОВА СИТУАЦІЯ, МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ, СПОЖИВАННЯ, МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ, ПРОГНОЗУВАННЯ ЄМНОСТІ РИНКУ.

Реферат англійською:

Report on NIR: 195 p., 35 fig., 30 table., 11 adjuncts, 109 resource. The research object of science research work is a social-economic mechanism of functioning of commodity market of products of stock-raising in Kharkov region. Research methods are deduction and traduction, marketing researches (analysis of documents, supervision, questioning), economical-mathematics, end economical statistical methods, statistical methods of analysis. It is reveal on the base of complex marketing research, that the market of stock-raising products of Kharkov region is characterized as a crisis situation. The principal reasons of this situation are negative tendencies in the agro industrial complex of the region. As a result there is a deficit of high-quality dairy and meat products, and also low level of population solvency. Negative processes at the market of stock-raising products has become a threat for food safety in the region. So the level of consumption of meat and dairy products are substantially below than rational norms of alimentation, set by MOZ of Ukraine. Besides there is a high level of dependence on meat products. The results of prognostication of consumption of meat and dairy products proves that there are no rapid positive changes at the market. On condition of improvement of social-economic situation and standard of population living in the region the consumption of meat products will attain a physiological norm not early than 2017-2018, dairy products - not early than 2020. For stabilization of stock-raising products market and forestalling of the further worsening of market situation it is necessary to develop and introduce at regional level the founded strategy of development of all of constituents of infrastructure at the stock-raising products market, the program

of user market development, carefully thought out social-economic policy. COMMODITY MARKET, MARKET KON'YUNKTURA, MARKET SITUATION, MARKETING RESEARCHES, CONSUMPTION, METHODS of PROGNOSTICATION, PROGNOSTICATION of MARKET CAPACITY.

Індекс УДК: 339.13; 658.6:659.1, 339.13.017:339.146

Коди тематичних рубрик: 71.01.14

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Жегус Олена Валентинівна

Науковий ступінь: к. е. н.

Вчене звання: доц.

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Методика проведення маркетингових досліджень товарного ринку, принципи та методика прогнозування товарного ринку; прогнози розвитку ринку м'яса та молокопродуктів Харківської області, пропозиції щодо урегулювання та стабілізації ринків м'яса та молокопродуктів Харківської області

Назва НТП англійською: Methods of marketing research commodity market, the principles and methods of forecasting commodity market forecasts and market meat and milk of the Kharkiv region, offers to settle and stabilize the markets of meat and dairy Kharkiv region

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методики дослідження та прогнозування товарного ринку; прогноз розвитку ринку тваринницької продукції Харківської області

Галузь застосування:

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Проведене комплексне маркетингове дослідження товарного ринку продукції тваринництва Харківської області. Визначено стан та проблеми його розвитку. Здійснено прогнозування ємності ринків м'яса та м'ясопродуктів, молока та молокопродуктів з використанням нормативного методу, методу екстраполяції, нормативного з урахуванням потреб споживачів залежно від віку, підхід, заснований на використанні соціально-економічних чинників щодо витрат та поведінки споживачів на ринку. Запропоновано низку рекомендацій для місцевих органів влади щодо урегулювання ринку тваринницької продукції та створення умов для його розвитку.

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: листопад 2009 р.

Закінчення етапу:

Споживачі продукції: ХДУХТ, Управління розвитку споживчого ринку Головного управління економіки Харківської обласної адміністрації

Перспективні ринки: Підприємства торгівлі, виробники продовольчих товарів, підприємства агропромислового комплексу області

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:

ІХ. Бібліографічний опис

Бібліографія за темою науково-дослідної роботи за 2007-2009 р.р. Монографія 1. Перерва, П.Г. Формування маркетингово-орієнтованої цінової політики в підприємствах роздрібної торгівлі [Текст] : монографія / П.Г. Перерва, О.В. Жегус - Х. : ХДУХТ, 2008. - 200 с. Навчальні посібники 2. Парцирна, Т.М. Маркетингові дослідження [Текст] : навч.-метод. посібник / Т.М. Парцирна, О.В. Жегус - Х. : ХДУХТ, 2008. - 144 с. 3. Попова, Л.О., Поведінка споживачів [Текст] : навч. посібник / Л.О. Попова, Т.М. Мітяєва // Харк. держ. ун-т харч. та торг. - Х. : ХДУХТ, 2007. - 168 с. Статті та тези 4. Жегус О.В., Створення та підтримка інформаційної бази прогнозування товарного ринку [Електронний ресурс] / Жегус О.В., Афанасьєва О.П., Мороз О.Р. - Режим доступу: http://www.rusnauka.com/Page_ru.htm 5. Жегус, О.В. Використання сучасних інформаційних технологій під час маркетингових досліджень [Електронний ресурс] / О.В. Жегус - Режим доступу : http://www.rusnauka.com/Page_ru.htm 6. Жегус, О.В. Умови і чинники, що визначають функціонування товарного ринку [Текст] / О.В. Жегус, О.М. Сокольнікова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. - Х. : ХДУХТ, 2008р. - С. 436-441 7. Жегус, О.В., Дослідження ринку молока і молочних продуктів [Текст] / О.В. Жегус, О.П. Афанасьєва // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. - Х. : ХДУХТ, 2009. - С.242-249 8. Жегус О.В. Напрямки та інструменти маркетингового дослідження цін [Текст] / О.В. Жегус // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. - Х. : ХДУХТ, 2009. 9. Кривошеева, Н.М. Методичні аспекти дослідження маркетингового середовища підприємства [Текст] / Н.М. Кривошеева, О.В. Жегус // Перспективное образование науки и техники - 2007. Экономические науки, Том 2. Польша, 2007. - С. 51-57 10. Кривошеева, Н.М. Формування асортименту молочної продукції та аналіз критеріїв її вибору споживачами у ритейлі [Текст] / Н.М. Кривошеева // Стратегічні напрямки розвитку підприємств харчових виробництв і торгівлі: зб. наук. пр. - Х. : ХДУХТ, 2007. - С. 34 - 35 11. Парцирна, Т.М. Дослідження споживчого попиту на товарному ринку Харківського регіону [Текст] / Т.М. Парцирна, О.В. Жегус // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. - Х. : ХДУХТ, 2009. - С. 190-195 12. Парцирна, Т.М., Особливості розвитку ринку молочної продукції в Харківському регіоні [Текст] / Т.М. Парцирна, М.Ф. Кецова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. - Х. : ХДУХТ, 2009. 13. Парцирна, Т.М., Соціально-економічні аспекти розвитку споживчого ринку [Текст] / Т.М. Парцирна, О.В. Жегус // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. - Х. : ХДУХТ, 2008. Вип. 2(8) - С.196-201 14. Черкашина Л.В. Виробництво м'яса та м'ясопродуктів в Європейському Союзі та Україні [Текст] / Л.В. Черкашина, Н.В. Калініченко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. - Х. : ХДУХТ, 2007. - С. 130-136 15. Черкашина Л.В. Світовий ринок торгівлі м'ясом [Текст] / Л.В. Черкашина, Н.В. Калініченко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. - Х. : ХДУХТ, 2007. - С.124-129

Х. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Черевко Олександр Іванович

Д. Т. Н.

Перелік осіб-виконавців

Афанасьєва О.П.

Компанцев М.

Кривошєєва Н.М.

Мороз О.Р.

Мітєєва Т.Л.

Онопрієнко І.В.

Парцирна Т.М.

Попова Л.О.

Присєдська Ю.В.

Прядко О.М.

Синицина Г.А.

Сокольнікова О.М.

Тарасов І.Ю.

Черкашина Л.В.

Чуйко Л.О.

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Телефон

Реєстратор

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

