Облікова картка ДіР

Image not found or type unknow

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0226U001011

Державний реєстраційний номер: 0123U103215

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 20-01-2026

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства

Початок етапу: 07.2023

Закінчення етапу: 12.2025

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"

Код за ЄДРПОУ: 02071180

Місцезнаходження: вул. Кирпичова, буд. 2, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61002, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380577076634

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"

Код за ЄДРПОУ: 02071180

Місцезнаходження: вул. Кирпичова, буд. 2, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61002, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380577076634

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:

Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства

Назва роботи англійською:

Development of marketing in the conditions of informatization of society

Реферат українською:

У межах науково-дослідної роботи було реалізовано комплекс завдань, спрямованих на теоретико-методологічне обґрунтування трансформації маркетингу в умовах тотальної інформатизації суспільства. Проведено аналіз сутності цифрового маркетингу, досліджено поведінкові зміни споживачів під впливом Big Data та розроблено концептуальні засади адаптації класичних моделей (4P) до цифрових реалій (4C/7C). Побудовано сценарні моделі розвитку бізнесу залежно від глибини впровадження інструментів автоматизації та аналітики. Наукова цінність результатів полягає у формуванні інтегрованої моделі, що вперше комплексно охоплює вплив інформатизації на стратегічну стійкість підприємств. Доведено, що рівень цифрової зрілості організації корелює з її здатністю до швидкого відновлення та масштабування. Практична цінність роботи полягає у розробці конкретних методичних рекомендацій для: • підприємств — щодо оптимізації бюджетів через використання предиктивної аналітики та омніканальних стратегій; • освітніх установ — для оновлення програм підготовки фахівців з Digital-маркетингу; • суспільства — через підвищення прозорості ринкових комунікацій та захист приватності даних споживачів. Встановлено, що найбільш ефективними інструментами в умовах інформатизації є SEO, автоматизовані CRM-платформи, AI-рішення та системи Web-аналітики. Рекомендовано впровадження національної інфраструктури цифрової підтримки бізнесу та активне використання технологій штучного інтелекту для прийняття управлінських рішень.

Реферат англійською:

Within the framework of the scientific research, a set of tasks aimed at the theoretical and methodological substantiation of marketing transformation in the conditions of total informatization of society was implemented. The essence of digital marketing was analyzed, consumer behavioral changes under the influence of Big Data were studied, and conceptual foundations for adapting classical models (4P) to digital realities (4C/7C) were developed. Scenario models of business development were built depending on the depth of implementation of automation and analytics tools. The scientific value of the results lies in the formation of an integrated model that for the first time comprehensively covers the impact of informatization on the strategic resilience of enterprises. It is proved that the level of digital maturity of an organization correlates with its ability to quickly recover and scale. The practical value of the work lies in the development of specific methodological recommendations for: • enterprises — regarding budget optimization through the use of predictive analytics and omnichannel strategies; • educational institutions — for updating training programs for Digital Marketing specialists; • society — by increasing the transparency of market communications and protecting consumer data privacy. It has been established that the most effective tools in the conditions of informatization are SEO, automated CRM platforms, AI solutions, and Web analytics systems. The implementation of a national infrastructure for digital business support and the active use of artificial intelligence technologies for making managerial decisions are recommended.

Індекс УДК: 002:339.13; 002:659.1; 002:338.12, ,

Коди тематичних рубрик: 20.01.15, 23.01.14, 82.15.21.09

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Косенко Олександра Петрівна

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання:професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Концептуальна модель та методичні рекомендації щодо стратегічного розвитку маркетингу в умовах інформатизації суспільства та цифрової трансформації бізнесу. b. Назва НТП англійською» до 200 знаків.

Назва НТП англійською: Conceptual model and methodological recommendations for strategic marketing development in the context of society's informatization and digital business transformation.

НТП, яку передбачалося створити: Створено

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методичні документи, Аналітичні матеріали

Галузь застосування: Сфера маркетингових послуг, електронна комерція, стратегічний менеджмент, IT-сектор, а також освітня діяльність закладів вищої освіти економічного профілю.

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Продукція включає інтегровану модель трансформації маркетингових стратегій, що базується на використанні інструментів Big Data, Web-аналітики та маркетингової автоматизації. Розроблено алгоритм переходу від традиційних комунікацій до омніканальних систем, що забезпечують безперервний клієнтський досвід (Customer Experience). Містить методичні вказівки щодо впровадження предиктивних моделей оцінки ефективності рекламних кампаній та оптимізації бюджетування в цифровому середовищі.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Забезпечення промисловості чи населення новим видом інформаційно-комунікаційних послуг

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 07.2023

Закінчення етапу: 12.2025

Споживачі продукції: Підприємства малого та середнього бізнесу (ММСП), маркетингові агенції, заклади вищої освіти, органи державного управління.

Перспективні ринки: Ринок маркетингових та консалтингових послуг України та ЄС, освітній сектор.

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

1. Economic Assessment of Outsourcing of Intellectual and Information Technologies Pererva, P., Maslak, M., Nagy, S., Kosenko, O., Kobielieva, T. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies, 2024, 195, pp. 147 – 186 https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57211411003 (Scopus)

2. Gorovyi, D., Vasyltsova, S., Polozova, T., Murzabulatova, O., Badea, SI., Dieguez, T. Companies' Brand Valuation and Small Businesses Brand Formation. In: Machado, J., Trojanowska, J., Antosz, K., Leão, C.P., Knapcikova, L., Sover, A. (eds) Innovations in Industrial Engineering IV. icieng 2025. Lecture Notes in Mechanical Engineering. Springer, Cham. 2025. P. 438 - 451 URL: https://doi.org/10.1007/978-3-031-94484-0_36 (Scopus).

3. Nadiia Tkachova, Olena Chernyshenko, Vladyslav Ponomarov [et al.] Formation of production cost by the methods of "Target costing" and "Kaizen costing" and their impact on the enterprise efficiency Technology Audit and Production Reserves. – 2025. – Vol. 1, No. 4 (81) : Economics of enterprises. Macroeconomics. – P. 20–27. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/88401 (Scopus)

4. Nadiia Tkachova, Petro Pererva, Robertas Keršys [et al.] Development of methods for forming the cost of production and assessment of its impact on the efficiency of an industrial enterprise Technology Audit and Production Reserves. – 2025. – Vol. 3, No. 4 (83) : Economics of enterprises. Macroeconomics. – P. 26-33. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/93822 (Scopus)

5. Мірошник М.В. Застосування новітніх технологій маркетингу у практиці власного бізнесу під час воєнного стану в Україні / Літвиненко М.В. / .Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2023. №9 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71319

6. Васильцова С. О. Цифровізація методів ціноутворення для визначення оптимальної ціни / С. О. Васильцова, М.О. Гасюк // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). Зб. наук. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2023, №4.

7. Косенко О.П. Діджиталізація бізнес-процесів на підприємствах агропромислового комплексу [Електронний ресурс] / Перерва Петро Григорович, Косенко Олександра Петрівна, Шаульська Лариса Володимирівна // Маркетинг і цифрові технології = Marketing and Digital Technologies. – Електрон. текст. дані. – 2024. – Т. 8, № 1. – С. 6-16. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/79280

8. Косенко О. П. Формування маркетингової стратегії підприємства в умовах цифровізації та інформатизації суспільства [Електронний ресурс] / О. П. Косенко, Є. А. Косенко, С. А. Косенко // Ефективна економіка. – Електрон. текст. дані. – 2024. – № 4. – 19 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80093

9. Васильцова С.О., Гасюк М.О. Роль цифровізація у трейд-маркетингової діяльності підприємств. Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2024. № 1. С. 63-67. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78519

10. Chernobrovkina S. V., Chernobrovkin A. V. Digital marketing transformation in the era of digitization: from traditional methods to innovative practices. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер.: Економічні науки : зб. наук. пр. / гол. ред. Д.І. Коваленко. Київ: Видавничий дім «Інтернаука», 2024. № 2. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75130

11. Кітченко О. М., Борисенко Є. А. Візуальний мерчандайзинг: стратегії впливу на підсвідомі рішення покупців. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2024. № 9. URL : https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/84398

12. Косенко О. П. Інформаційні війни як маркетинговий інструмент в умовах цифровізації суспільства / О. П. Косенко, М. В. Лучинський // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2024. –

№ 3. – С. 3-9. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/82038

13. Косенко О. П. Особливості використання соціальних мереж в B2B-секторі [Електронний ресурс] / О. П. Косенко, О. С. Шеін, С. А. Косенко // Ефективна економіка: електронний журнал. – 2024. – № 9. – 19 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/82040

14. М.В. Мірошник, О.М. Кітченко. Новітні технології маркетингу: теоретичні та практичні аспекти. Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки). – Харків: НТУ «ХПІ». 2024. № 1. С. 30-35. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/76254

15. Васильцова, С., Гасюк, М. Подвійне ціноутворення. Як інформаційні технології змінюють правила гри. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), (4), 2024, с.70–74. http://es.khpi.edu.ua/article/view/318293

16. Косенко О. П. Формування маркетингової стратегії підприємства в умовах цифровізації та інформатизації суспільства [Електронний ресурс] / О. П. Косенко, Є. А. Косенко, С. А. Косенко // Ефективна економіка. – Електрон. текст. дані. – 2024. – № 4. – 19 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80093

17. Кітченко О. М., Лялько К.А. Формування стратегії бренда за допомогою новітніх технологій маркетингу. Ефективна економіка: електронний журнал. 2024. № 5. С. 15. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78279 https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.5.81

18. Чернобровкіна С. В., Мірошник М.В., Чернобровкін А.В. Інноваційні підходи до сегментації споживачів в епоху цифровізації: методи, інструменти та напрями застосування [Електронний ресурс]. Ефективна економіка, 2025. № 2. 18 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/86735

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Марченко Андрій Петрович
д. т. н., 05.05.03

Перелік осіб-виконавців

Ілляшенко Сергій Миколайович
(д.е.н., професор, 08.06.02)

Анопа Антон Станіславович

Божков Дмитро Сергійович
(д.філософ, 075)

Бур'ян Олег Олексійович

Васильцова Світлана Олександрівна
(к.е.н., доц., 08.00.04)

Заруба Віктор Яковлевич
(д.е.н., професор, 08.00.13)

Клімов Максим Володимирович

Коломієць Артем Олександрович

Косенко Євген Анатолійович

Косенко Софія Андріївна

Кітченко Олена Миколаївна
(к.е.н., доц., 08.00.04)

Лучинський Максим Володимирович

Лялько Кирило Андрійович

Мірошник Марія Володимирівна
(к.е.н., доц., 08.00.04)

Оборіна Анастасія Юріївна

Перерва Петро Григорович
(д.е.н., професор, 08.00.05)

Романчик Тетяна Володимирівна
(к. е. н., доц., 08.00.04)

Семенютін Артем Олександрович

Ткачова Надія Петрівна
(к.е.н., доц., 08.00.04)

Чернобровкін Андрій Вадимович

Чернобровкіна Світлана Віталіївна
(к.е.н., доц., 08.00.04)

Шеін Олексій Сергійович

Шипуліна Юлія Сергіївна
(д. е. н., професор, 08.00.04)

Відповідальний за підготовку облікових документів

Гуренко Юлія Іванівна

Телефон	0506098392
Реєстратор	Юрченко Тетяна Анатоліївна
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Тетяна Анатоліївна