Облікова картка ДіР

Image not found or type unknow

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0225U004085

Державний реєстраційний номер: 0125U000860

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 06-11-2025

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства у воєнний період

Початок етапу: 02.2025

Закінчення етапу: 11.2025

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): Товариство з обмеженою відповідальністю «Харківський завод Гідропривід»

Код за ЄДРПОУ: 37023594

Місцезнаходження: вул. Овочева, 9, смт. Васищеве, Харківський р-н., Харківська обл., 62495, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380577124222

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 52 - договір з вітчизняною організацією (органами місцевої ради, фондом, асоціацією, концерном тощо)

Напрям фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

7722 - кошти підприємств, установ, організацій України

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 10.020

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства у воєнний період

Назва роботи англійською:

Improving the management of an enterprise's marketing activities in the wartime period

Реферат українською:

У сучасних умовах воєнного стану в Україні підприємства зіштовхуються з численними викликами, що суттєво впливають на всі аспекти їхньої діяльності, зокрема на управління маркетингом. Порушення логістичних ланцюгів, зміна споживчого попиту, зниження купівельної спроможності населення, міграція споживачів, а також загальна нестабільність потребують кардинального перегляду традиційних підходів до організації маркетингової діяльності. Актуальність теми обумовлена необхідністю адаптації маркетингових стратегій до умов високої невизначеності та обмежених ресурсів. У таких умовах важливим завданням стає пошук ефективних рішень щодо підтримки конкурентоспроможності підприємств шляхом удосконалення системи управління маркетингом. Метою роботи є аналіз специфіки маркетингової діяльності в умовах воєнного стану та розробка практичних рекомендацій щодо її вдосконалення. Основними завданнями дослідження є вивчення впливу війни на маркетингове середовище підприємства, аналіз змін у поведінці споживачів, виявлення ефективних інструментів маркетингового реагування, а також формулювання пропозицій щодо підвищення адаптивності управлінських рішень у сфері маркетингу. У процесі дослідження було встановлено, що в умовах війни особливого значення набувають цифрові інструменти комунікації, CRM-системи, гнучке планування, соціально відповідальний маркетинг, а також переорієнтація на внутрішній ринок і локальні потреби споживачів. Водночас підприємства стикаються з низкою бар'єрів: недостатнім рівнем цифровізації, обмеженим доступом до фінансування, втратою ринків збуту та необхідністю термінової перебудови логістичних процесів. Висунуто гіпотезу, що вдосконалення управління маркетингом у воєнний період можливе завдяки поєднанню стратегічної гнучкості, використання цифрових технологій та активного залучення клієнтів до формування цінності продукту.

Реферат англійською:

In the current conditions of martial law in Ukraine, businesses face numerous challenges that significantly affect all aspects of their activities, including marketing management. Disruptions in logistics chains, changes in consumer demand, a decline in the purchasing power of the population, consumer migration, and general instability require a fundamental review of traditional approaches to marketing. The relevance of the topic is due to the need to adapt marketing strategies to conditions of high uncertainty and limited resources. In such conditions, it becomes important to find effective solutions to support the competitiveness of enterprises by improving the marketing management system. The aim of the work is to analyse the specifics of marketing activities in conditions of martial law and to develop practical recommendations for its improvement. The main objectives of the study are to examine the impact of war on the marketing environment of an enterprise, analyse changes in consumer behaviour, identify effective marketing response tools, and formulate proposals for improving the adaptability of management decisions in the field of marketing. The study found that in wartime, digital communication tools, CRM systems, flexible planning, socially responsible marketing, and a shift towards the domestic market and local consumer needs become particularly important. At the same time, companies face a number of barriers: insufficient digitalisation, limited access to financing, loss of sales markets, and the need for urgent restructuring of logistics processes. The hypothesis is put forward that improving marketing management during wartime is possible through a combination of strategic flexibility, the use of digital technologies, and the active involvement of customers in shaping product value.

Індекс УДК: 658.5; 658.012.2, 339.187; 339.13; 339.146; 658.8, 373.61; 339.138; 658.8

Коди тематичних рубрик:06.81.12, 06.81.55, 06.81.03

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Васильцова Світлана Олександрівна

Науковий ступінь: к.е.н.

Вчене звання: доц.

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства у воєнний період

Назва НТП англійською: Improving the management of an enterprise's marketing activities in the wartime period

НТП, яку передбачалося створити: Створено

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методи, теорії, гіпотези

Галузь застосування: Ремонт і технічне обслуговування машин і устаткування

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Дослідження присвячено аналізу сучасних маркетингових технологій з акцентом на їх ефективність та специфіку використання в умовах воєнного часу. Створенню рекомендацій щодо впровадження та вдосконалення цих технологій для підвищення конкурентоспроможності та ефективності маркетингових стратегій компаній у воєнний період.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Інше (Підвищення якісті підготовки та реалізації маркетингових рішень за всіма рівнями управління маркетинговою діяльністю, ефективності управління бізнес-процесами за рахунок удосконалення маркетингової інформаційної системи як складової частини загальної системи моніторингу за факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємств, а також забезпечення стабільності і стійкісті роботи підприємств навіть в умовах воєнного стану.)

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 02.2025

Закінчення етапу: 11.2025

Споживачі продукції: Товариство з обмеженою відповідальністю «Харківський завод Гідропривід»

Перспективні ринки: Отримані результати дослідження мають універсальне значення та можуть бути використані або адаптовані для застосування у різних галузях економіки підприємствами малого й середнього бізнесу.

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. Васильцова С.О., Гасюк М. О. Scrum як інструмент управління командою в маркетингових проектах. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2025, 14-17 травня 2025 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. Харків: НТУ «ХПІ». С. 874. URL: https://ndch.kpi.kharkov.ua/wp-content/uploads/2025/06/Zbirnik-tez-2025.pdf

2. Перерва П.Г., Васильцова С.О., Косенко О.П., Глізнуца М.Ю., Марчук Л.С. Застосування особливостей ціноутворення на наукову продукцію при формуванні бренду навчального закладу. Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит. 2025. № 1 (204). С. 96-106. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/87962

3. Васильцова С.О., Гасюк М.О. Особливості реалізації маркетингових проєктів у воєнний період. Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2025. №1. С 74-78. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/89750

4. 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).

5. Ларка Л.С. Інструменти забезпечення результативності маркетингової діяльності підприємства у воєнний час. Ефективна економіка. 2025. № 1. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/85740

6. Ларка Л.С. Цифрові аспекти підвищення результативності маркетингової діяльності підприємства у процесі відбудови економіки України. Ефективна економіка. 2025. № 2. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/86731

7. Яловий М.О., Ахмедов Е.В., Ларка Л.С. Сучасні тенденції в організації проведення маркетингових досліджень. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доп. 33-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2025, 14-17 травня 2025 р. / ред. Є. І. Сокол ; уклад. Г. В. Лісачук ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. Харків : НТУ "ХПІ", 2025. С. 1132. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/89575

8. Юдін А. М., Коломоєць А.В., Ларка Л.С. Діагностика маркетингової діяльності підприємства в системі антикризового менеджменту. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : тези доп. 33-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2025, 14-17 травня 2025 р. / ред. Є. І. Сокол ; уклад. Г. В. Лісачук ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : НТУ "ХПІ", 2025. – С. 1126. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/89574

9. Дудка О.А., Єфремов М.І., Ларка Л.С. Міжнародний ринок реклами: сучасні тенденції. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : тези доп. 33-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2025, 14-17 травня 2025 р. / ред. Є. І. Сокол ; уклад. Г. В. Лісачук ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : НТУ "ХПІ", 2025. С. 903. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/89572

10. Ларка Л.С. Специфіка управління маркетинговою діяльністю підприємства у воєнний період. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доп. 33-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2025, 14-17 травня 2025 р. / ред. Є. І. Сокол ; уклад. Г. В. Лісачук ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. Харків : НТУ "ХПІ", 2025. С. 974. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/89573

11. Chernobrovkina S., Chernobrovkin A. Adaptation of brand marketing management: digital communications for ensuring stability in wartime conditions. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: Економічні науки: зб. наук. пр. / гол. ред. Д. І. Коваленко. Київ : Видавничий дім "Інтернаука", 2025. № 4. 13 р. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/89130

12. Chernobrovkina S. V. Innovative digital strategies for export-oriented growth of SMEs in Ukraine. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : тези доп. 33-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2025, 14-17 травня 2025 р. / ред. Є. І. Сокол ; уклад. Г. В. Лісачук ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. Харків : НТУ "ХПІ", 2025. P. 811. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/89542

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи — Марченко Андрій Петрович
д. т. н., 05.05.03

Перелік осіб-виконавців

Ларка Людмила Сергіївна
(к.е.н., доц., 075)

Чернобровкіна Світлана Віталіївна
(к.е.н., доц., 075)

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