

Облікова картка ДіР



I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0216U001654

Державний реєстраційний номер: 0113U008404

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 15-03-2016

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Механізм формування взаємодії торговельних підприємств у маркетингових каналах

Початок етапу: 01.2014

Закінчення етапу: 12.2015

Вид звітнього 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) 336-89-79, (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.): 3
--

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Механізм формування взаємодії торговельних підприємств у маркетингових каналах

Назва роботи англійською:

Mechanism of forming trade enterprises interaction in marketing channels

Реферат українською:

Об'єкт - процес управління маркетинговими каналами підприємств, що функціонують у ринковому середовищі; мета - теоретичне узагальнення та систематизація матеріалу щодо формування процесу взаємодії в каналах збуту підприємств торгівлі та розробка механізму взаємодії торговельних підприємств у маркетингових каналах; методи - загальнонаукові та специфічні; новизна - розвиток та узагальнення теоретико-концептуальних положень, наукове обґрунтування рекомендацій щодо формування процесу взаємодії в каналах збуту підприємств торгівлі; результати - теоретико-методичні рекомендації щодо розробки механізму взаємодії торговельних підприємств у маркетингових каналах; впроваджено в торговельну мережу супермаркетів "Рост" м. Харків та вищі навчальні заклади; галузь - роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах з перевагою продовольчого асортименту.

Реферат англійською:

Object – the process of marketing channels management for companies operating in the market environment; the aim – theoretical generalization and systematization of the material on the formation the process of interaction in the sales channels of trade and development the mechanism of interaction of commercial enterprises in marketing channels; methods – general and specific; novelty – the development and synthesis of theoretical and conceptual positions, scientific substantiation of recommendations on the formation process of cooperation in commercial sales channels; results – theoretical guidelines for the development of the mechanism of interaction of commercial enterprises in marketing channels; introduced in the trading network of supermarkets "Rost" Kharkiv city and universities; industry – retail trade in non-specialized stores with food range advantage.

Індекс УДК: 339.13; 658.6:659.1, 658.86

Коди тематичних рубрик: 71.01.14

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Шталь Тетяна Валеріївна

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Теоретико-методичні рекомендації щодо розробки механізму взаємодії торговельних підприємств у маркетингових каналах.

Назва НТП англійською: Theoretical statements and methodical recommendations on the mechanism of interaction of commercial enterprises in marketing channels.

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати:

Галузь застосування: 52.11.0 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах з перевагою продовольчого асортименту

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Узагальнення теоретико-концептуальних положень щодо формування процесу взаємодії в каналах збуту підприємств торгівлі та механізму формування взаємодії торговельних підприємств у маркетингових каналах.

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 11.11.2015р.; 25.11.2015р.

Закінчення етапу:

Споживачі продукції: ТОВ "РЕСПЕКТПЛЮС", ХДУХТ

Перспективні ринки: торговельні мережі України, вищі навчальні заклади України

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

1. Шталь Т. В. Управління процесами взаємодії підприємств у каналах збуту в умовах глобалізації : монографія / Т. В. Шталь, Н. Л. Савицька, Ю. Б. Доброскок. – Х. : Видавництво "Лідер", 2015. – 201 с.; 2. Артеменко В.С. Стратегія просування та вибір каналів комунікації на підприємствах торгівлі / В.С. Артеменко, І.Г.Бубенець // Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми,

перспективи, ефективність: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, - Харків. - ХДУХТ. - 2014. - С. 207 - 208.; 3. Артеменко В.С. Умови взаємодії бізнес-суб'єктів у маркетингових каналах / В.С. Артеменко, І.Г.Бубенець // Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, - Харків. - ХДУХТ. - 2015.; 4. Артеменко В.С. Склад маркетингових ресурсів у структурі маркетингового потенціалу підприємств торгівлі / В.С. Артеменко, І.Г.Бубенець // Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, - Харків. - ХДУХТ. - 2015.; 5. Артеменко В.С. Процес формування та реалізації стратегій маркетингу в торговельній мережі / В.С. Артеменко, І.Г.Бубенець // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: Зб. наук. пр./ ХДУХТ. - Харків, 2013, - Вип.. 2(18) ч.2. С. 100 - 105.; 6. Артеменко В.С. Аспекти маркетингової діяльності торговельних мереж України / В.С. Артеменко, І.Г. Бубенець, О.Є. Чатченко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: Зб. наук. пр./ ХДУХТ. - Харків, 2013, - Вип.. 1(17) ч.2. С. 134-140.; 7. Артеменко В.С. Маркетингові канали торговельного підприємства: сутність та особливості формування / В.С. Артеменко, І.Г. Бубенець // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: Зб. наук. пр./ ХДУХТ. - Харків, 2014, - Вип. 1(19), С. 248 - 253.; 8. Бубенець І.Г. Інноваційні маркетингові принципи розвитку транснаціональних корпорацій / І.Г. Бубенець, В.О. Козуб, В.С. Артеменко, О.Є.Чатченко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: Зб. наук. пр./ ХДУХТ. - Харків, 2015, - Вип. 2.; 9. Доброскок Ю.Б. Діагностика перспективності стратегічної взаємодії в маркетингових каналах / Ю.Б. Доброскок // Вісник Одеського національного університету. Економіка. - Одеса. - 2013. - Том.18, вип.1. - С. 91-96.; 10. Доброскок Ю.Б. Оценка взаимодействия в маркетинговых каналах: показатели и результаты / Ю.Б. Доброскок // Інноваційні напрямки розвитку маркетингу: теорія і практика: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. - Луганськ. - 2013. - С. 38-41.; 11. Доброскок Ю.Б. Система показників оцінки результативності взаємодії підприємств в маркетингових каналах / Ю.Б. Доброскок // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2013. - №4. - С. 99-110.; 12. Доброскок Ю.Б. Система маркетингових каналів: елементи, діагностика, результативність / Ю.Б. Доброскок // Теоретические и практические аспекты экономики и интеллектуальной собственности. - Маріуполь. - 2013. - С. 208-212.; 13. Доброскок Ю.Б. Формування збутової стратегії підприємства на основі дослідження взаємодії в каналах збуту / Ю.Б. Доброскок // Науковий вісник Переяслав - Хмельницького державного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди. - Переяслав - Хмельницький. - 2013. - Вип. 20/4. - С. 212- 219.

Х. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Черевко Олександр Іванович

Д. Т. Н.

Перелік осіб-виконавців

Артеменко Віктор Станіславович

Артеменко Станіслав Вікторович

Баранова Алла Олексіївна

Бубенець Ірина Георгіївна

Гринько Павло Леонідович

(к. е. н.)

Грінько Алла Павлівна

Доброскок Юлія Борисівна

Козуб Вікторія Олександрівна

Тищенко Олена Олександрівна

Фролова Тетяна Володимирівна

Чатченко Ольга Євгенівна

Чуйко Людмила Олексіївна

Шталь Тетяна Валеріївна

Янчев Володимир Володимирович

Янчева Ліана Миколаївна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Телефон

Реєстратор

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

