Облікова картка ДіР

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0224U031641

Державний реєстраційний номер: 0120U102961

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 29-05-2024

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 2

Назва етапу: Оцінка зарубіжного та внутрішнього ринку агропродовольчої продукції: особливості, стан та сценарії розвитку. Вивчення досвіду європейських країн впровадження концепції SMART – спеціалізації регіону та її впливу на розвиток ринку агропродовольчих підприємств

Початок етапу: 10.2021

Закінчення етапу: 09.2022

Вид звітного документа: Проміжний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Черкаський державний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05390336

Місцезнаходження: бульвар Шевченка, буд. 460, м. Черкаси, Черкаський р-н., Черкаська обл., 18006, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380472434481, 380472513672

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Черкаський державний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05390336

Місцезнаходження: бульвар Шевченка, буд. 460, м. Черкаси, Черкаський р-н., Черкаська обл., 18006, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380472434481

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: 2.1 - фундаментальні дослідження

Джерела фінансування

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

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Маркетингове забезпечення розвитку ринку агропродовольчих підприємств регіону

Назва роботи англійською:

Marketing support for the development of the region agri-food enterprises market

Реферат українською:

Досліджено сучасний стан національного і регіональних ринків продовольчої продукції, в тому числі екологічно чистої та проведена оцінка можливостей їх розвитку на основі активізації маркетингового інструментарію. Систематизовано та узагальнено основні теоретичні підходи до визначення місця і сутності маркетингу регіону та його ролі у формуванні ринку агропродовольчих підприємств та обґрунтування методологічних основ його розвитку. Обґрунтовано доцільність пріоритетного формування ринку агропродовольчих підприємств з урахуванням SMART – спеціалізації регіонів на основі використання інструментарію маркетингу та розробки системно-структурної моделі для забезпечення його сталого функціонування. Виявлено причинно-наслідкові зв'язки між процесами виробництва продовольчої продукції, її реалізації і демографічними наслідками. Ідентифіковано і систематизовано ключові інструменти маркетингу, що дозволяють найбільш ефективно впливати на ринок агропродовольчих підприємств в рамках узгодження економічних, екологічних, соціальних задач. Проведено аналіз світового досвіду та сучасних тенденцій впровадження концепції SMART – спеціалізації у формуванні принципово нової програми розвитку агропродовольчого ринку регіону. Досліджено сучасний стан національного і регіональних ринків продовольчої продукції, в тому числі екологічно чистої та проведена оцінка можливостей їх розвитку на основі активізації маркетингового інструментарію. Розроблено організаційно-економічний механізм управління ринком агропродовольчої продукції на основі використання маркетингового інструментарію з урахуванням моделей життєвого циклу. Розроблена матриця вибору «продовольчих» маркетингових стратегій та обґрунтування можливостей їх використання з урахуванням специфіки розвитку регіонального ринку продуктів харчування.

Реферат англійською:

The current state of the national and regional markets of food products, including ecologically clean ones, was studied and the possibilities of their development based on the activation of marketing tools were assessed. The main theoretical approaches to determining the place and essence of marketing in the region and its role in the formation of the market of agro-food enterprises and the justification of the methodological foundations of its development were systematized and summarized. The expediency of prioritizing the formation of the market of agro-food enterprises, taking into account SMART - specialization of regions based on the use of marketing tools and the development of a system-structural model to ensure its sustainable functioning, was substantiated. Cause-and-effect relationships between the processes of food production, its sale and demographic consequences were revealed. Key marketing tools were identified and systematized, which allow the most effective influence on the market of agro-food enterprises within the framework of coordination of economic, environmental, and social tasks. The analysis of world experience and modern trends in the implementation of the SMART concept - specialization in the formation of a fundamentally new program for the development of the agro-food market in the region was carried out. The current state of the national and regional markets of food products, including ecologically clean ones, was studied and the possibilities of their development based on the activation of marketing tools were assessed. An organizational and economic mechanism for managing the market of agro-food products has been developed based on the use of marketing tools, taking into account life cycle models. A matrix for the selection of "food" marketing strategies and justification of the possibilities of their use, taking into account the specifics of the development of the regional food market, was developed.

Індекс УДК:338.43, 373.61; 339.138; 658.8

Коди тематичних рубрик: 06.71.07, 06.81.03

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Васильченко Лідія Сергіївна

Науковий ступінь: к. е. н.

Вчене звання: доц.

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Коломицева Олена Віталіївна

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Матриця вибору «продовольчих» маркетингових стратегій та обґрунтування можливостей їх використання з урахуванням специфіки розвитку регіонального ринку продуктів харчування

Назва НТП англійською: Matrix for the selection of "food" marketing strategies and justification of the possibilities of their use, taking into account the specifics of the development of the regional food market

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методи, теорії

Галузь застосування: 11. Регіональна економіка

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Було запропоновано матрицю вибору «продуктових» маркетингових стратегій суб'єктів господарювання, що представляє собою оновлений комплекс маркетингу з виокремленням просвітницького компоненту, що відображає не тільки операційний рівень прийняття рішень, але і стратегічний; визначено інструменти маркетингу в агропродовольчій сфері, які підсилюють конкурентні переваги організацій і підвищують їх соціальну значимість.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Поліпшення якості життя та здоров'я населення, ефективності діагностики та лікування хворих

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 10.2021

Закінчення етапу: 09.2022

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану: Ні

Техніко-економічне обгрунтування: Ні

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

Коломицева О. В. Васильченко Л.С., Пепчук С. М. Маркетингові комунікації підприємства: стратегічні вектори розвитку в епоху цифрової економіки: монографія. М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т.

Черкаси: видавець Гордієнко Є. І., 2022. 455 с.

Samiilenko H., Ivanova N., Shaposhnykova I., Vasylchenko L, Solomakha I., Povna S. Corruption as a Threat to Economic Security of the Country. 2021. International Journal of Computer Science and Network Security. Vol. 21(12), P. 316-322.

Vartanova O., Kolomytseva O., Bilyk V., Budnikevich I., Vasylchenko L, Burtseva T. Enterprise competitive positioning based on knowledge resources identification. 2021. Entrepreneurship and Sustainability. Issue 9(1). P. 529-541.

Budnikevich I., Kolomytseva O., Rohozian Yu., Krupenna I., Zablodska D. Positioning of the Amalgamated Territorial Communities of Ukraine through the Sustainable Development in the Conditions of Military Actions. 2021. Problemy ekorozwoju – problems of sustainable development. 16(1). P.103-112.

Bilyk V., Kolomytseva O., Myshkovych O., Timoshik N., Shcherbatykh D. Modeling sensitivity indices of industrial enterprise organizational change. 2021. Amazonia Investiga. 10(45), 230-241.

Коломицева О.В., Бурцева Т.І., Пальонна Т.А., Бойко С.Г. Роль економіко-математичного моделювання та інформаційних технологій при проведенні маркетингового аудиту. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2021. Вип. 60, с. 5-13.

Palonna T.A., Bokovnia A.O., Sergienko O.A. Product quality and methods of its evaluation. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, Випуск 63, 2021. с.110-117.

Shevchenko N.V., Sergienko O.A., Bokovnia A.O., Bereziuk-Rybak I.R. Creative solutions for agricultural products promotion, Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, Випуск 63. 2021, с.118-124.

Коломицева О.В., Васильченко Л.С. Маркетингові комунікації як інструмент впливу на поведніку споживачв. Активність та комфортність територій України (регіонів, міст й обєднаних територіальних громад): Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 2021 р.). Киів: НАН України. ДУ Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Мамутова НАН України", 2021. с. 81-85.

Коломицева О.В., Васильченко Л.С., Бурцева Т.І., Пепчук С.М., Деньга Л. Методи маркетингового дослідження цінової політики підприємств ритейлу та їх вплив на поведінку споживача. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економіччні науки. 2021. № 62, Т. с.1. 93-100.

Пепчук С.М., Васильченко Л.С., Боковня А.О. Континуум рекламних технологій і маркетингового ціноутворення при формуванні споживчої поведінки. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки». 2021. № 6 (300), с. 201-207.

Демиденко В.В., Руденко О.А., Сергієнко О.А. Agricultural production positioning strategy. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, Випуск 60, 2021, с.130-139.

Subotina Julia, Sergienko Alexander. Approaches to agricultural enterprises positioning. Three Seas Economic Journal, Volume 2 Number 1. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021, p.85-91.

Коломицева О.В., Васильченко Л.С. Особливості поведінки споживачів в умовах сучасного ринку. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, Випуск 64, 2022, с.88-96.

Цибко Н.О. Маркетингове середовище промислового підприємства на сучасному конкурентному ринку. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, Випуск 63, 2022, с.69-74.

Шевченко Н.С., Сергієнко О.С. Креативні рішення для просування продукції АПК. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, Випуск 63, 2022, с.108-117.

Vasylchenko L., Struchok A., Shmyhol A. Transformation of marketing communication. Abstracts of IX International Scientific and Practical Conference "Trends of development modern science and practice" (Stockholm, Sweden November 16 – 19, 2021). P. 248-250.

Ахтоян А.Н., Баранюк Д.С., Шевченко В. Напрямки застосування маркетингових інструментів в розвитку територій за концепціями «Центр торгівлі та шопінгу» та «Туристичне місто». Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 27 квіт. 2022 р. Черкаси: ЧДТУ, 2022. С.5-11.

Коломицева О.В., Васильченко Л.С. Концепція екологічного маркетингу в контексті сталого розвитку. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 27 квіт. 2022 р. Черкаси: ЧДТУ, 2022. С.37-39.

Руденко І.В., Сергієнко О.А. Основні аспекти поведінки споживачів в сучасних умовах. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 27 квіт. 2022 р. Черкаси: ЧДТУ, 2022. С.64-66.

Умрихіна Т.П. Маркетингова комунікаційна політика. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 27 квіт. 2022 р. Черкаси: ЧДТУ, 2022. С.67-69.

Цибко Н.О., Коломицева О.В. Інформаційні технології та їх роль в маркетинговій діяльності промислових підприємств. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 27 квіт. 2022 р. Черкаси: ЧДТУ, 2022. С.77-80.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи Григор Олег Олександрович

Перелік осіб-виконавців

Ахтоян Арман Новікович

Березіна Олена Юріївна
(к.е.н., 08.00.07)

Бурцева Тетяна Іванівна
(к. е. н., 08.00.04)

Гончаренко Ірина Георгіївна
(д. держ. упр., 25.00.02)

Коляденко Олександр Леонідович

Пальонна Тетяна Анатоліївна
(к. т. н., 05.13.06)

Петкова Леся Омелянівна
(д.е.н., 08.00.05)

Сергієнко Олександр Анатолійович

Шевченко Наталія Вікторівна

Відповідальний за підготовку облікових документів Пальонна Тетяна Анатоліївна

Телефон +38 (067) 917-23-39

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

