

Облікова картка ДіР



I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0212U002372

Державний реєстраційний номер: 0109U008644

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 13-02-2012

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Механізм формування маркетингової стратегії підприємств ресторанного господарства зі створення споживчої цінності продукту

Початок етапу: 01.2010

Закінчення етапу: 12.2011

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 маркетингової стратегії підприємств ресторанного господарства зі створення споживчої цінності продукту

Назва роботи англійською:

Mechanism of mechanism of marketing strategies formation for restaurant business enterprises on the creation of the consumer value of the product

Реферат українською:

Об'єкт - механізм формування маркетингової стратегії підприємств ресторанного господарства; мета - теоретичне узагальнення та систематизація матеріалу щодо процесу формування та задоволення споживчого попиту на ринку ресторанного господарства та розробка механізму формування маркетингової стратегії підприємств ресторанного господарства зі створення споживчої цінності продукту; методи - загальнонаукові та специфічні; новизна - розвиток та узагальнення теоретико-концептуальних положень, наукове обґрунтування рекомендацій щодо формування маркетингової стратегії підприємств ресторанного господарства; результати - теоретико-методичні рекомендації щодо розробки механізму формування маркетингової стратегії підприємств ресторанного господарства зі створення споживчої цінності продукту; впроваджено в підприємство ресторанного господарства та вищі навчальні заклади; галузь - діяльність готелів та ресторанів.

Реферат англійською:

Object - mechanism of marketing strategies formation for restaurant business enterprises; aim - theoretical generalization and systematization of the materials concerning the process of the formation and satisfaction of consumer demand on the market of restaurant business and development of the mechanism of marketing strategy formation at restaurant business enterprises concerning the creation of the marketing value of the product; methods - general scientific and specific; novelty - development and generalization of theoretical-conceptual statements, scientific substantiation of the recommendations concerning the marketing strategies formation for restaurant business enterprises; results - theoretical and methodical recommendations on the development of the mechanism of marketing strategies formation for restaurant business enterprises concerning consumer value of the product; introduced into the restaurant business enterprises and higher educational establishments; branch - hotels and restaurants activity.

Індекс УДК: 339.13; 658.6:659.1, 658.8:011.1.640.43

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: Теоретичні положення та методичні рекомендації до формування маркетингової стратегії підприємств ресторанного господарства зі створення споживчої цінності продукту.

Назва НТП англійською: Theoretical positions and methodical recommendathions on formation of the marketing strategies for restaurant business enterprises on the creation of the consumer value of the product.

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати:

Галузь застосування: 55.30 Діяльність ресторанів

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Удосконалення категорійного апарату, узагальнення теоретико-концептуальних положень та механізму формування маркетингової стратегії підприємств ресторанного господарства зі створення споживчої цінності продукту.

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: грудень 2011 р.

Закінчення етапу:

Споживачі продукції: ТОВ "Аквелон Україна", ХДУХТ

Перспективні ринки: підприємства ресторанного господарства 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. Маркетингові стратегії підприємств ресторанного господарства [Текст] : монографія / Т. В. Шталь; Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. – Х. : ХДУХТ, 2011. – 274 с. 2. Шталь, Т. В. Концептуальні засади сегментування споживачів послуг підприємств ресторанного господарства [Текст] / Т. В. Шталь // Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. – Львів: Львівська комерційна академія, 2010. – Вип. 11. 3. Шталь, Т.

В. Стратегія досягнення підприємством ресторанного господарства впливової позиції на ринку ядра бізнесу [Текст] / Т. В. Шталь // Вісник ДонНУЕТ. Серія: Економічні науки. – Донецьк:ДонНУЕТ, 2011. – №3. 4.

Артеменко В. С., Бубенець І. Г. Конвенція маркетингу розподілу у маркетингових партнерських відносинах [Текст] : В. С. Артеменко, І. Г. Бубенець // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. Вип.2 (12). – Харків: ХДУХТ, 2010. 5. Артеменко В. С., Бубенець І. Г. Вплив маркетингу на ефективну діяльність підприємств у сучасних умовах [Текст] : В. С. Артеменко, І. Г. Бубенець // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. Вип.1 (13). – Харків: ХДУХТ, 2011. 6.

Задорожний Г. В., Козуб В. О. Формування стратегії позиціонування підприємства ресторанного господарства з урахуванням маркетингових комунікацій [Текст] : Г. В. Задорожний, В. О. Козуб // Проблеми управління підприємствами торгівлі та ресторанного бізнесу в умовах інноваційного розвитку : міжнар. наук.-практ. конф., 19 жовтня 2011р. : тези доп. – Харків : ХДУХТ, 2011. 7. Артеменко В. С., Бубенець І. Г. Основные подходы к разработке маркетинговой стратегии предприятия в условиях кризиса [Текст] : В. С. Артеменко, І. Г. Бубенець // Проблеми управління підприємствами торгівлі та ресторанного бізнесу в умовах інноваційного розвитку : міжнар. наук.-практ. конф., 19 жовтня 2011р. : тези доп. – Харків : ХДУХТ, 2011. 8.

Чатченко О.Є. Проблеми оцінки впливу чинників зовнішнього середовища на формування попиту на продукцію і послуги підприємств ресторанного господарства [Текст] : О. Є. Чатченко // Проблеми управління підприємствами торгівлі та ресторанного бізнесу в умовах інноваційного розвитку : міжнар. наук.-практ. конф., 19 жовтня 2011р. : тези доп. – Харків : ХДУХТ, 2011. 9. Шталь Т. В. Сегментація споживачів підприємств ресторанного господарства як основа формування конкурентних переваг [Текст] : Т. В. Шталь // Проблеми управління підприємствами торгівлі та ресторанного бізнесу в умовах інноваційного розвитку : міжнар. наук.-практ. конф., 19 жовтня 2011р. : тези доп. – Харків : ХДУХТ, 2011.

Х. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Черевко Олександр Іванович

Д. Т. Н.

Перелік осіб-виконавців

Артеменко Віктор Станіславович

Баранова Алла Олексіївна

Бубенець Ірина Георгіївна

Василенко Галина Михайлівна

Коваленко Карина Вячеславівна

Козуб Вікторія Олександрівна

Макеева Зоя Олексіївна

Попкова Катерина Володимирівна

Фролова Тетяна Володимирівна

Чатченко Ольга Євгеніївна

Чеканова Людмила Василівна

Чуйко Людмила Олексіївна

Янчева Ліана Миколаївна

Відповідальний за підготовку

облікових документів

Телефон

Реєстратор

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

