Облікова картка ДіР

Image not found or type unknow

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0226U000481

Державний реєстраційний номер: 0123U103232

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 11-01-2026

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці

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:

Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці

Назва роботи англійською:

Methods and tools of marketing and management in the digital economy

Реферат українською:

У межах науково-дослідної роботи здійснено комплексне дослідження процесів управління інноваційним розвитком суб'єктів господарювання в умовах формування та розвитку цифрової економіки. Робота охоплює теоретико-методологічний аналіз концепцій цифровізації, оцінювання рівня цифрової готовності національної та регіональних економік, дослідження стану й тенденцій розвитку цифрових каналів комунікації, а також обґрунтування маркетингових і управлінських стратегій інноваційного бізнесу. У ході виконання НДР узагальнено сучасні підходи до застосування інструментів цифрового маркетингу та менеджменту, проаналізовано ризики комерціалізації продуктових інновацій на різних етапах їх життєвого циклу, розроблено методичні засади управління маркетинговими стратегіями в умовах цифрових трансформацій. Значну увагу приділено питанням економічного моніторингу, оцінювання ефективності стратегій (ROI, CPE, CPL), використанню CRM-систем, омніканальних моделей взаємодії з клієнтами та цифровій трансформації логістики, освіти і сфери послуг. Наукова новизна роботи полягає у формуванні комплексного підходу до управління інноваційним розвитком на засадах маркетингу з урахуванням впливу цифрових технологій, що забезпечує підвищення адаптивності та стійкості бізнесу в умовах високої невизначеності. Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання підприємствами, органами державної влади та закладами вищої освіти для підвищення ефективності управління, конкурентоспроможності та інноваційної активності в умовах цифрової економіки.

Реферат англійською:

Within the framework of the research work, a comprehensive study was conducted on the processes of managing innovative business development in the context of the digital economy's formation and growth. The work encompasses theoretical and methodological analysis of digitalization concepts, an assessment of the digital readiness levels of national and regional economies, an examination of the state and trends in the development of digital communication channels, and the substantiation of marketing and management strategies for innovative businesses. During the R&D process, modern approaches to digital marketing and management tools were established, the risks associated with commercializing product innovations at various stages of their life cycle were analyzed, and methodological principles for managing marketing strategies in the context of digital transformations were developed. Considerable attention is paid to the issues of economic monitoring, evaluating the effectiveness of strategies (ROI, CPE, CPL), utilizing CRM systems, omnichannel models of customer interaction, and the digital transformation of logistics, education, and services. The scientific novelty of the work lies in the development of an integrated approach to managing innovative development, based on marketing principles that take into account the impact of digital technologies, thereby enhancing the adaptability and resilience of businesses in conditions of high uncertainty. The practical significance of the results obtained lies in their potential application by enterprises, public authorities, and higher education institutions to enhance the efficiency of management, competitiveness, and innovation activities in the digital economy.

Індекс УДК: 002; 002:338.2, 658.001.76, 338:004; 330.47; 338:002, 658.5:330.341.1; 658.011.46, 373.61; 339.138; 658.8

Коди тематичних рубрик: 20.01.04, 06.54.31.03, 06.54.51, 06.81.25, 06.81.03

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:Шипуліна Юлія Сергіївна

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці

Назва НТП англійською: Methods and Tools of Marketing and Management in the Digital Economy

НТП, яку передбачалося створити: Створено

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методичні документи, Аналітичні матеріали

Галузь застосування: Економіка; маркетинг; менеджмент; інноваційна діяльність; цифрова економіка; державне управління; вища освіта

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Науково-технічна продукція являє собою комплекс методів, інструментів та методичних рекомендацій з маркетингу і менеджменту, спрямованих на удосконалення системи управління інноваційним розвитком суб'єктів господарювання України в умовах формування цифрової економіки. НТП включає інформаційно-аналітичне забезпечення управління, методичні засади оцінювання зовнішнього макро- та мікросередовища, інструменти аналізу цифрової готовності, підходи до вибору та оптимізації маркетингового інструментарію, а також рекомендації щодо формування організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком на засадах маркетингу. Розроблені матеріали орієнтовані на застосування в діяльності підприємств, установ, органів державної влади та закладів вищої освіти з метою підвищення обґрунтованості управлінських рішень, конкурентоспроможності та адаптивності суб'єктів господарювання в цифровій економіці.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення продуктивності праці, 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: Суб'єкти господарювання різних галузей економіки, Органи державної влади, Органи місцевого самоврядування, Заклади вищої освіти, Наукові установи

Перспективні ринки: Національний ринок України, Ринок освітніх та науково-консультаційних послуг, Європейський науково-освітній простір

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи: Права не надаються

Наявність бізнес-плану: Ні

Техніко-економічне обгрунтування: Ні

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

1. Ілляшенко С.М. Інформаційні потоки в маркетингу і логістиці інноваційного процесу в умовах технологічних трансформацій. Інфраструктурне забезпечення сталого розвитку територій: інноваційний аспект: колективна монографія / за ред. О. Омельяненко. Суми: Триторія, 2023. С. 172-201. (електронне видання) ISBN 978-617-7971-21-3 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71891

2. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С., Райко Д.В. Комерціалізація знань в інноваційному процесі промислових підприємств. Інновації і трансфер технологій: методи, моделі та механізми управління: колективна монографія. за заг. ред. Омельяненка В.А. Суми: Інститут стратегій інноваційного розвитку і трансферу знань. 2023. С. 102-118. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/63909

3. Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N. Digitalization as a direction of post-war recovery and development of the economy of Ukraine: prospects and problems. Global and national development trends digital economy: monograph / Edited by Irina Tatomyr, Liubov Kvasnii. Praha: OKTAN PRINT, 2023, P. 68-78. https://www.oktanprint.cz/p/global-and-national-development-trends-digital-economy/

4. Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Golysheva Ie. Digitalization as a direction of innovative development of Ukrainian universities in the conditions of technological transformations. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2023. № 1. P. 128-138. URL: http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2023-1/Illiashenko.pdf

5. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Розвиток закладів вищої освіти в умовах четвертої промислової революції. Бізнес Інформ. 2023. № 1. С. 60-67. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-60-67

6. Літвиненко М.В., Шиладзе Р.Ш. Особливості використання інструментів онлайн-маркетингу для просування товарів на ринку B2B. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Харків: НТУ «ХПІ», 2023.№ 4. С.82-76. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/73856

7. Татаринцева Ю.Л., Юр'єва І.А., Назарова Т.Ю. Вплив розвитку соціальної відповідальності та сталого цифрового маркетингу на фінансову складову бізнес-процесів в умовах цифрової економіки. Acta Academiae Beregsasiensis. Economics. 2023. Вип. 4. С. 293-306. URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72875

8. Педченко Д.В., Кривомлін В.В. Розвиток комунікаційного забезпечення маркетингового управління ефективністю діяльності підприємства. Економічний простір, 2023. № 187. С. 129-133 DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/187-21

9. Татаринцева Ю. Л. Управління цифровим маркетингом в економіці вражень: теорія і практика. Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : НТУ "ХПІ", 2024. 322 с.https://doi.org/10.20998/978-617-05-0458-6

5. Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N. Development of marketing and logistics at the stages of digitalization of the economy of Ukraine. Marketing and logistics: Innovations, Strategies, Society : col. monograph / ed. by Nazar Hlynskyy. – Tallinn : Teadmus, 2024. P. 203-220. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/84933

10. Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N. Development of marketing and logistics at the stages of digitalization of the economy of Ukraine. Marketing and logistics: Innovations, Strategies, Society : col. monograph / ed. by Nazar Hlynskyy. Tallinn : Teadmus, 2024. P. 203-220. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/84933

11. Шипуліна Ю.С., Коломієць А.О. Покрокова розробка маркетингової стратегії для бізнесу у соціальних мережах. Ефективна економіка. 2024. № 4. https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/3506/3541

11. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Семенютін А. О. Проблеми та перспективи дистанційного навчання в умовах повоєнного відновлення і технологічних трансформацій економіки України. Бізнес Інформ. 2024. №4. С. 79–88. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-4-79-88

12. Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Golysheva Ie. Digitalization of logistics to solve the problems of its development in the conditions of the post-war recovery of Ukraine's economy. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology», 2024. № 1. PP. 69-77. DOI: https://doi.org/10.32434/2415-3974-2024-19-1-69-77

13. Літвиненко М.В., Богдановська М. І. Нові можливості менеджменту організацій малого бізнесу в умовах цифрової економіки. Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2024. №3. С. 62-66 http://es.khpi.edu.ua/article/view/312087

14. Райко Д.В., Паймаш Г.В., Кролівець І.В. Ефективність використання інтерактивних інструментів комунікації та CRM-систем в цифровому маркетинговому середовищі. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2024. Випуск 1 (42). С. 126-132. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/77743

15. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С., Голишева Є.О. Інтелектуальний бізнес в системі управління інноваційним розвитком: монографія / За ред. д. е. н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми : Триторія, 2025. 166 с. URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/95423

16. Шипуліна Ю. С., Семенютін А. О. Стратегічні тенденції цифрової трансформації освітньої діяльності та розвитку ринку EdTech. Економіка та суспільство. 2025. Випуск 80. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-119

17. Шипуліна Ю.С. Інтеграція цифрових маркетингових інструментів у систему управління ефективністю діяльності малого та середнього бізнесу в Україні. Ефективна економіка. 2025. № 7. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.7.10%20

18. Божков Д. С. Удосконалення класифікації маркетингових ризиків підприємств. Ефективна економіка. 2025. № 4. https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.4.48

19. Ілляшенко С.М., Ронь Я.О. Інноваційний маркетинг в системі стратегічного управління розвитком організацій сфери послуг. Інфраструктура ринку. 2025. № 83. С. 3-9. DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct83-1

20. 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 Наталія Сергіївна
(д. е. н., професор, 08.00.04)

Ілляшенко Сергій Миколайович
(д.е.н., професор, 08.00.04)

Анопа Антон Станіславович

Божков Дмитро Сергійович
(д.філософ, 075)

Божкова Вікторія Вікторівна
(д. е. н., професор, 08.00.04)

Біловодський Іван Андрійович

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

Клімов Максим Володимирович

Коломієць Артем Олександрович

Конохова Зоя Петрівна
(к. е. н., доц., 08.00.01)

Кривомлін Володимир Володимирович

Літвиненко Марія Владиславна
(к.т.н., доц., 05.03.01)

Пазій Дмитро Станіславович

Паймаш Ганна Василівна

Педченко Дмитро Віталійович

Райко Діана Валеріївна
(д. е. н., професор, 08.00.04)

Ронь Ярослав Олексійович

Семенютін Артем Олександрович

Татаринцева Юлія Леонідівна
(к. е. н., доц., 08.00.04)

Чернобровкін Андрій Вадимович

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

Чмерук Тарас Юрійович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Гуренко Юлія Іванівна

Телефон

0577001564

Реєстратор Юрченко Тетяна Анатоліївна

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Тетяна Анатоліївна