

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ



ЗАТВЕРДЖУЮ:

Ректор ТДАТУ, професор

 В.М.Кюрчев

« 25 » 01 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Директор ІДІ, д.е.н., професор

 Т.І.Яворська

« 25 » 01 2021 р.

НАУКОВО-ТЕХНІЧНА ПРОГРАМА НА 2021-2025 РОКИ

*Науково-методичні основи регулювання
соціально-економічного розвитку регіону*

ТДАТУ, Мелітополь

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ**

НАУКОВО-ТЕХНІЧНА ПІДПРОГРАМА № 2 НА 2021-2025 РОКИ

*Маркетингова стратегія розвитку підприємств в умовах ринкових
трансформацій*

(державний реєстраційний номер 0121U109914)

Керівник: д.е.н., проф. Легеза Д.Г.

ТДАТУ, Мелітополь

1. Анотація. Ринкові умови діяльності підприємств на аграрному ринку та ринку харчової продукції вимагають прийняття оптимальних стратегічних рішень щодо обрання цільових ринків реалізації продукції, таргетування ринку та пошуку споживачів, умов кластеризацію ринку. Ринок вимагає швидкого реагування на зміни факторів маркетингового середовища, пов'язані із формуванням системи Маркетинг 4.0. У цих умовах зростає роль аналізу та розробки маркетингової стратегії підприємств, враховуючи сучасні умови трансформації ринку.

2. Проблематика дослідження

- мета роботи – обґрунтування науково-практичних засад формування маркетингової стратегії розвитку підприємств в умовах трансформаційних ринкових змін.
- об'єкт дослідження – процес розвитку підприємств на сільськогосподарському ринку та ринку харчової промисловості;
- предмет дослідження – методичні та практичні засади формування маркетингової стратегії розвитку підприємств.
- загальна фундаментальна проблема, на вирішення якої спрямована підпрограма – зміцнення конкурентної позиції підприємств на зовнішньому ринку за рахунок розробки стратегічних напрямів діяльності в постійно змінюваному середовищі.

3. Очікувані наукові результати виконання проекту:

- запровадження моделі поведінки споживачів та таргетування підприємств на галузевих ринках;
- оцінка та прогнозування цінової політики підприємств в трансформаційних умовах;
- запровадження інтегрованих маркетингових комунікацій на підприємствах за умов формування системи Маркетинг 4.0;
- розвиток ланцюгів доданої вартості готової продукції на зовнішніх ринках;
- розробка стратегії розвитку підприємств, яка, на відміну від інших, враховує процеси інтеграції та діджиталізації підприємств.

4. Очікуване використання отриманих результатів:

- при підготовці здобувачів I-III рівнів освіти;
- при підготовці докторів наук;
- при підготовці публікацій у фахових виданнях, що входять до світових наукометричних баз;

- при освітленні публікацій на міжнародних наукових та практичних конференціях;
- при підготовці монографій, підручників та навчальних посібників;
- при розробці та впровадженні нових циклів практичних робіт, нових лекційних курсів тощо в навчальному процесі;
- при запровадженні нових курсів відповідно до програми Erasmus+;
- у рамках міжнародного співробітництва із науковими та навчальними закладами;
- при впровадженні у виробничий процес на підприємствах Запорізької області.

Виконавці

Керівник підпрограми: д.е.н., доц. Д.Г.Легеза

Виконавці:

1. Арестенко Т.В., к.е.н., доцент
2. Куліш Т.В., к.е.н., доцент
3. Шквиря Н.О., к.е.н., доцент
4. Сокіл Я.С., к.е.н., доцент
5. Серських Н.С., к.е.н., доцент
6. Майборода Г.О., аспірант
7. Бінчева П.Г., аспірант
8. Сокіл Д.Г., аспірант

ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РИНКОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ»

№ п/п	Назва теми, розділу	Керівник теми/розділу, виконавці	Термін виконання		Орієнтов. кошт. вартість, тис. грн.	Форма представлення закінченої НТП	Техніко-економічні показники
			початок	закінчення			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	<i>Модель поведінки споживачів та таргетування підприємств на галузевих ринках (People)</i>	Легеза Д.Г / Куліш Т.В.	2021	2021		проміжний науково-технічний звіт, наукові статті	Модель поведінки споживачів із зазначенням hard та soft поведінкових ознак (% за віковою ознакою, розміщення, основні споживчі переваги)
1.1	Ринок зернових культур та продуктів їх переробки	Легеза Д.Г Серських Н.С. Майборода Г.О.	2021	2021		науково-технічний звіт, наукові статті	
1.2	Ринок олійних культур та продуктів їх переробки	Арестенко Т.В. Сокіл Д.Г	2021	2021		науково-технічний звіт, наукові статті	
1.3	Ринок плодів й овочів продукції та продуктів їх переробки	Шквиря Н.О. Бінчева П.Г.	2021	2021		науково-технічний звіт, наукові статті	
1.4	Ринок молока та молочних продуктів	Куліш Т.В.	2021	2021		науково-технічний звіт, наукові статті	
1.5	Ринок кондитерських виробів	Сокіл Я.С.	2021	2021		науково-технічний звіт, наукові статті	
1.6	Ринок продуктів дитячого харчування	Коноваленко А.С.	2021	2021		науково-технічний звіт, наукові статті	
2	<i>Цінова політика підприємств в трансформаційних умовах економіки (Price)</i>	Легеза Д.Г. / Шквиря Н.О.	2022	2022		проміжний науково-технічний звіт, наукові статті, монографія	Оцінка та прогнозування ціни виробництва, збуту посереднику та реалізації кінцевому споживачу (грн./од. продажу)
2.1	Ринок зернових культур та	Легеза Д.Г	2022	2022		науково-технічний звіт, наукові	

	продуктів їх переробки	Серських Н.С. Майборода Г.О.				статті, розділ монографії	
2.2	Ринок олійних культур та продуктів їх переробки	Арестенко Т.В. Сокіл Д.Г	2022	2022		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
2.3	Ринок плодів й овочів продукції та продуктів їх переробки	Шквиря Н.О. Бінчева П.Г.	2022	2022		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
2.4	Ринок молока та молочних продуктів	Куліш Т.В.	2022	2022		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
2.5	Ринок кондитерських виробів	Сокіл Я.С.	2022	2022		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
3	<i>Інтегровані маркетингові комунікації на підприємствах за умов формування системи Маркетинг 4.0 (Promotion)</i>	Легеза Д.Г. / Арестенко Т.В.	2023	2023		проміжний науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	Календарний план запровадження інтегрованих маркетингових комунікацій за умов діджиталізації ринку (год./місяць у розрізі кожного каналу комунікації)
3.1	Ринок зернових культур та продуктів їх переробки	Легеза Д.Г Серських Н.С. Майборода Г.О.	2023	2023		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
3.2	Ринок олійних культур та продуктів їх переробки	Арестенко Т.В. Сокіл Д.Г	2023	2023		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
3.3	Ринок плодів й овочів продукції та продуктів їх переробки	Шквиря Н.О. Бінчева П.Г.	2023	2023		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
3.4	Ринок молока та молочних продуктів	Куліш Т.В.	2023	2023		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
3.5	Ринок кондитерських виробів	Сокіл Я.С.	2023	2023		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
4	<i>Розвиток ланцюгів доданої вартості готової продукції на зовнішніх ринках (Place)</i>	Легеза Д.Г. / Серських Н.С.	2024	2024		проміжний науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	Модель виходу на ринок із розкриттям тарифів, регламентів, стандартів та інших процедур виходу

							на ринок, а також план експорту/імпорту
4.1	Ринок зернових культур та продуктів їх переробки	Легеза Д.Г. Серських Н.С. Майборода Г.О.	2024	2024		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
4.2	Ринок олійних культур та продуктів їх переробки	Арестенко Т.В. Соکیل Д.Г	2024	2024		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
4.3	Ринок плодів й овочів продукції та продуктів їх переробки	Шквиря Н.О. Бінчева П.Г.	2024	2024		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
4.4	Ринок молока та молочних продуктів	Куліш Т.В.	2024	2024		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
4.5	Ринок кондитерських виробів	Соکیل Я.С.	2024	2024		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
5	<i>Маркетингова стратегія розвитку підприємств за умов інтеграції та діджиталізації ринку</i>	Легеза Д.Г. / Соکیل Я.С.	2025	2025		проміжний науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	Маркетингова стратегія розвитку типових підприємств, що посилює конкурентну позицію на галузевому ринку (10%)
5.1	Ринок зернових культур та продуктів їх переробки	Легеза Д.Г. Серських Н.С. Майборода Г.О.	2025	2025		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
5.2	Ринок олійних культур та продуктів їх переробки	Арестенко Т.В. Соکیل Д.Г	2025	2025		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
5.3	Ринок плодів й овочів продукції та продуктів їх переробки	Шквиря Н.О. Бінчева П.Г.	2025	2025		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
5.4	Ринок молока та молочних продуктів	Куліш Т.В.	2025	2025		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	
5.5	Ринок кондитерських виробів	Соکیل Я.С.	2025	2025		науково-технічний звіт, наукові статті, розділ монографії	

Керівник програми
д.е.н., професор

Д.Г. Легеза