



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА



Матеріали  
Міжнародної науково-практичної конференції  
16-17 березня 2017 р.

***«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ  
РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ В  
УКРАЇНІ ТА СВІТІ»***

Київ  
2017

УДК 330.338. ББК  
65(4УКР) Е45

До збірника увійшли матеріали наукових робіт (тези доповідей, статті), надані згідно з вимогами, що були заявлені на конференцію.

Роботи друкуються в авторській редакції, мовою оригіналу. Автори беруть на себе всю відповідальність за зміст поданих матеріалів.

Претензії до організаторів не приймаються. При передруку матеріалів посилення обов'язкове.

Відповідає Порядку присудження наукових ступенів, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 р. № 567.

**Сучасні тенденції та перспективи розвитку системи управління в Україні та світі:** Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 16-17 березня 2017 р.) / Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва ДУТ. - Київ: Державний університет телекомунікацій, Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва, 2017. - 257 с.

Для науковців, науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів, молодих вчених, аспірантів, докторантів, студентів, керівників та спеціалістів з економіки та економічної політики, працівників державного управління, освіти та місцевого самоврядування, усіх, хто цікавиться сучасними проблемами та перспективами розвитку системи управління.

*Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва Державного університету телекомунікацій (протокол № 3 від 10 березня 2017р.)*

**Адреса редакції:**

Україна, 03110, Київ, вул. Солом'янська, 7,  
Державний університет телекомунікацій  
Тел.: +38 (044)248-86-01, +38 (044) 520-13-01

Видавництво ДУТ

03110, Київ, вул. Солом'янська, 7

Київ, вул. Солом'янська, 7; тел. +38 (044) 249-25-75

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
Серія БК № 1812 від 26.05.2004 р.

Державний університет телекомунікацій, 2017

## **ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ «СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ»**

**Толубко В.Б.** – д.т.н., професор, ректор Державного університету телекомунікацій

**Федюнін С.А.** – к.т.н., директор Інституту менеджменту та підприємництва Державний університет телекомунікацій

**Ващенко О.П.** – д.т.н., професор, заступник директора Інституту менеджменту та підприємництва Державний університет телекомунікацій

**Виноградова О.В.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Державний університет телекомунікацій

**Гудзь О.Є.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту Державний університет телекомунікацій

**Апарова О.В.** – д.е.н., професор кафедри менеджменту Державний університет телекомунікацій

**Дергачова В.В.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського».

**Драгун М. П.**, к.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки УО «Гомельський державний технічний університет ім. П.О. Сухого».

**Лапицька О.В.** к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу УО «Гомельський державний технічний університет ім. П.О. Сухого».

**Сорока А.М.** – к.е.н., доцент кафедри менеджменту, Державний університет телекомунікацій

**Прокопенко Н.С.** – д.е.н., професор, проректор з наукової роботи ПВНЗ «Європейський університет».

**Лазоренко Л.В.** – к.е.н., доцент кафедри менеджменту, Державний університет телекомунікацій, учений секретар

## ЗМІСТ

### *Секція 1. Тенденції та стратегії управління розвитком підприємств в сучасних умовах*

<b>Андрусь О.І.</b> ОБҐРУНТУВАННЯ ЦІЛЕЙ ЕФЕКТИВНОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	13
<b>Апарова О.В.</b> РОЛЬ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	14
<b>Артеменко Л.П., Сінчук Т.Г.</b> ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ	16
<b>Атакулієв С.Т.</b> МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ	17
<b>Байрамов С.</b> ХАРАКТЕРИСТИКА МАТРИЦІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	19
<b>Балановська Т.І., Білецька Г.С.</b> ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ СВИНИНИ	20
<b>Бараш А.С.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ЗВ'ЯЗКУ	22
<b>Борисова В.А.</b> ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ СТРУКТУРАМИ	24
<b>Бреус С.В.</b> УПРАВЛІННЯ ВИЩИМИ НАВЧАЛЬНИМИ ЗАКЛАДАМИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	25
<b>Булах Т.М., Макаревич А.Е.</b> РОЛЬ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	27
<b>Бурбело Н.О.</b> ДЕТЕРМІНАНТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	28
<b>Войтюк А.В.</b> ФІНАНСОВО-КРЕДИТНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	30
<b>Гайдук В.В.</b> МЕТОДОЛОГІЯ І МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПОШТОВИХ ПОСЛУГ	32
<b>Галіцька Я.А.</b> ОСОБЛИВОСТІ ТА ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ	33
<b>Гармідер Л.Д.</b> КОМЕРЦІЙНА ЛОГІСТИКА ЯК ОСНОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ	35
<b>Глушенкова А.А.</b> КРАУДСОРСИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ ТА ІНФОРМАТИЗАЦІЇ	36
<b>Гончар Л.А.</b> ТРАНСПОРТНА ЛОГІСТИКА ЯК КЛЮЧОВА КОМПЛЕКСНА АКТИВНІСТЬ	38

<b>Гордович Т.І</b> ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	39
<b>Горпинич О.В.</b> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМАНДИ	41
<b>Гришаніна О.О.</b> ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ГІРНИЧОРУДНОГО ПІДПРИЄМСТВА	42
<b>Гудзь О. Є.</b> МЕНЕДЖМЕНТ ІДЕЙ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	43
<b>Гусєва О.Ю., Прудникова І.В.</b> ВДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛЕЙ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	45
<b>Дергачова В.В., Омельченко А.І.</b> НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВА ЕКОНОМІКА ЯК СПОСІБ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ	47
<b>Драгун Н.П., Волкова Ю.А.</b> ЭФФЕКТИВНЫ ЛИ ХОЛДИНГИ КАК ФОРМА ИНТЕГРАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	48
<b>Дятлова Ю.В.</b> ГЛОБАЛЬНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ФІНАНСІВ	49
<b>Дяченко Л.А., Садула Л.М.</b> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	51
<b>Жорнокуй О.С.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	53
<b>Зубко Т.Л.</b> ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ СФЕРИ	54
<b>Ільницька-Гикавчук Г.Я.</b> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	56
<b>Кавун В. А.</b> АНАЛІЗ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ПРОЕКТНИХ РИЗИКІВ ВІДПОВІДНО ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ	58
<b>Колешня Я.О.</b> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	60
<b>Колісник О.О.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ПЕРСОНАЛЬНОГО ПРОДАЖУ ПОСЛУГ	61
<b>Кондрашов О.А.</b> ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	62
<b>Корнійчук Г.В.</b> УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	63
<b>Кравчун О.М.</b> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІКО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	65
<b>Кривицька Н.Ю.</b> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ РИНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	66

<b>Кузнєцова К.О.</b> СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕНЕРГОГЕНЕРУЮЧИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	67
<b>Кушнір Т.Б.</b> АДАПТИВНИЙ РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	68
<b>Лазоренко Л.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЗВ'ЯЗКУ	69
<b>Лапицкая О.В., Петров-Рудаковский А.П.</b> АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	71
<b>Легомінова С.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ КОНКУРЕНТНОЇ ВЗАЄМОДІЇ–КООПЕТИЦІЯ	73
<b>Макарчук М.П.</b> МОБІЛЬНА ТА СОЦІАЛЬНА КОМЕРЦІЯ – СВІТОВА ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	74
<b>Маковій В.В., Чирва А.А.</b> МОДЕРНІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА	76
<b>Малюкіна А.О.</b> СУТЬ ТА ОСНОВНІ ОЗНАКИ ЛІКВІДНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	77
<b>Малютіна В.В.</b> ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ КРЕДИТНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ	79
<b>Маринюк Л.В.</b> ВИВЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕПОЗИТНОЇ ПОЛІТИКИ СУЧАСНОЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	80
<b>Мартинюк Н.Ю.</b> РОЛЬ СТРАТЕГІЇ ЯКОСТІ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ	82
<b>Марченко В.М.</b> СИНЕРГІЗМ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	83
<b>Олешко Т.І., Козел А.М.</b> КОМПЛЕКСНА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	84
<b>Олешко Т.І., Попик Н.В., Козел А.М.</b> АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	86
<b>Омельчак Г.В.</b> НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАТ “УКРЗАЛІЗНИЦЯ”	89
<b>Осьмак А.М.</b> УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	90
<b>Писаренко Т.М.</b> ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА, ЯК ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ	92
<b>Підлісна Т.В.</b> УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	92
<b>Поліщук І.В.</b> КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК ШЛЯХ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ БІОТЕХНОЛОГІЇ	94
<b>Правдюк О.Л.</b> СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	95
<b>Радіонова Н.Й.</b> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ЗАТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА	96

<b>Рижков М.В.</b> ПЕРСОНАЛ ЯК НАЙВАЖЛИВИШИЙ АКТИВ ПІДПРИЄМСТВА	98
<b>Родрігес Марадьяга М.Х.</b> УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	100
<b>Сабат В.А.</b> ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ	101
<b>Сазонова С.В., Корнієнко І.</b> ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	103
<b>Сазонова С.В., Курбанов Д.</b> ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	104
<b>Сазонова С.В., Макарова В.</b> РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ	106
<b>Сазонова С.В., Мірзоян А.В.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ	107
<b>Селіщев С.В.</b> ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАСТОСОВУВАНИХ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ ТА ОЦІНКА СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ	108
<b>Сичова В.А.</b> МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ТА ЇЇ ПОЛІПШЕННЯ	109
<b>Скітецька І.М.</b> ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	110
<b>Слива Н.О.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ГНУЧКОГО РЕЖИМУ РОБОТИ ЯК ЗАСІБ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В РЕКЛАМНОМУ АГЕНТСТВІ	112
<b>Сорока А.М.</b> КОНЦЕПЦІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ	114
<b>Сорока А.М., Уляницька А.С.</b> КОНЦЕПЦІЯ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	115
<b>Сосновська Н.Ю.</b> ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ПРАКТИКА, ОРГАНІЗАЦІЯ, ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ	117
<b>Старинець О.Г.</b> ПРИНЦИПИ ТА ЗАВДАННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	119
<b>Стецюк П.А.</b> ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	120
<b>Таранюк Л.М., Кобизський Д.С.</b> ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗРУШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ КРАЇНИ	122
<b>Ткаченко Т.П., Нечаєва Я.О.</b> СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	123
<b>Ткачук І.М., Андрощук І.С.</b> ОЦІНКА СТАНУ ОПЛАТИ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	125
<b>Унгер І. В.</b> ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА	126

<b>Халімон Т.М.</b> ОРІЄНТИРИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	128
<b>Ченуша О.С.</b> КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ ПЕК	129
<b>Чиєсова Є.О.</b> ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ, В УМОВАХ СКЛАДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ	131
<b>Шимко О.В.</b> ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	132
<b>Щербина В.В.</b> ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	134
<b>Якубенко І.М.</b> НАУКОВИЙ ФЕНОМЕН КОМУНІКОЛОГІЇ	135
<b>Яремченко Л.М.</b> МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	137
<b>Z.S. Kaira, O.P. Vaschenko</b> CHALLENGES OF DOING BUSINESS FOR SME IN UKRAINE	139

## **Секція 2. Публічне управління та адміністрування**

<b>Ващенко О.О.</b> ПРОБЛЕМИ ТА СУПЕРЕЧНОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ГІЛОК ВЛАДИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ	141
<b>Воронкова О.М.</b> ЄВРОПЕЙСЬКІ СТАНДАРТИ ПУБЛІЧНОГО УРЯДУВАННЯ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ	142
<b>Карпа М.І.</b> ТЕОРІЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ: ПЕРЕДУМОВИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ	144
<b>Корінчевська І.А.</b> ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	145
<b>Котовська О.П.</b> ВПЛИВ ЦІННІСНО-СМИСЛОВИХ ЗМІН НА ЕВОЛЮЦІЮ СУЧАСНИХ МОДЕЛЕЙ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	147
<b>Першко Л.О., Першко О.О.</b> ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ПРИНЦИПІВ УПРАВЛІННЯ ПОДАТКОВОЮ ПОЛІТИКОЮ	149
<b>Солодовнік І.В.</b> ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	150
<b>Ткаченко Т.П., Логвиненко Ю.М.</b> УМОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНИХ МІЖОСОБИСТІСНИХ ВІДНОСИН МІЖ ПРАЦІВНИКАМИ В БІЗНЕСІ	152
<b>Чала Н.Д., Гавриленко О.В.</b> ВИКОРИСТАННЯ ГРАВІТАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ДЛЯ ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	154
<b>Якубенко І.М., Бритюк Л.В.</b> ПОГЛЯДИ НА ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ДЛЯ СУЧАСНОГО АПАРАТУ УПРАВЛІННЯ УКРАЇНИ	156

## **Секція 3. Інноваційні підходи в управлінні маркетинговою діяльністю**



<b>Бессонова С.І., Бессонова А.</b> СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	158
<b>Вагонова О.Г., Мормуль Т.М.</b> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ	159
<b>Виноградова О.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	161
<b>Гончаренко С.В.</b> ДЕТЕРМІНАНТНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	162
<b>Гончар В.В., Бібік О.І.</b> ПЕРШЕ «Р» КОМПЛЕКСУ СОЦІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ	164
<b>Гончар В.В., Вакуленко О.О.</b> СУЧАСНІ МОЖЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ РОЗРОБКОЮ ТА ПРОСУВАННЯМ НОВОГО ПРОДУКТУ	165
<b>Дарчук В.Г.</b> РЕЗУЛЬТАТИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	167
<b>Дністрянська Н.І.</b> ПРОБЛЕМИ КАРТОГРАФІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТАХ	168
<b>Дрокіна Н.О.</b> ОСНОВНІ ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ SMM СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	170
<b>Жегус О.В.</b> МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ	171
<b>Євтушенко Н.О., Євтушенко В.</b> ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ	173
<b>Каїра З.С., Ващенко О.П.</b> ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ У СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСАХ	174
<b>Карчевская Е.Н.</b> АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ТУРИСТСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ.	176
<b>Князевич А.О., Крайчук О.В.</b> МОДЕЛІ НАЦІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ	178
<b>Крижко О.В.</b> КРИТЕРІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	179
<b>Колосок В.М.</b> ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА	181
<b>Коростова І.О.</b> ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ В ПРОМИСЛОВОСТІ	182
<b>Лапицкая О.В., Кравченко А.В.</b> АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	184
<b>Кузьмінська Н.Л.</b> ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У	185

МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
<b>Орлова В.М.</b>	<b>187</b>
ІННОВАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
<b>Плахотнікова Л.О.</b>	<b>188</b>
СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ	
<b>Прядко О.М., Тарасов І.Ю.</b>	<b>190</b>
МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ	
<b>Сідєва Ж.К.</b>	<b>191</b>
МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
<b>Рибачук-Ярова Т.В.</b>	<b>192</b>
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ ПОРТФЕЛЕМ ПІДПРИЄМСТВА	
<b>Теодорович Л.В.</b>	<b>194</b>
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
<b>Секція 4. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва</b>	
<b>Волосов А.М.</b>	<b>196</b>
ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА ОСНОВІ УНІКАЛЬНОСТІ РЕСУРСНОГО ПОРТФЕЛЯ	
<b>Габа М.І.</b>	<b>197</b>
РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ	
<b>Дименко Р.А.</b>	<b>199</b>
ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ КНИГОВИДАВНИЧОЇ ГАЛУЗІ	
<b>Дудаков В.І.</b>	<b>200</b>
ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА	
<b>Дядін А.С.</b>	<b>202</b>
ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	
<b>Дядюк М.А.</b>	<b>203</b>
УДОСКОНАЛЕННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ЗАСАД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	
<b>Дятлова В.В., Положенцева К.В.</b>	<b>205</b>
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ	
<b>Красько А.М., Ткаченко Т.П.</b>	<b>206</b>
АНАЛИЗ БИОТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА И ИХ МЕСТО В МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ	
<b>Лобань О.О.</b>	<b>208</b>
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ	
<b>Павлова В.А.</b>	<b>209</b>
ПРО ПІДГОТОВКУ ФАХІВЦІВ ДЛЯ СФЕРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА	
<b>Письменна М.О.</b>	<b>211</b>
ЕКОНОМІЧНА ДОЦІЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ	
<b>Поляков С.А.</b>	<b>212</b>
ПЕРСПЕКТИВИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ ТА РАДІОЧАСТОТНОГО РЕСУРСУ	
<b>Пянтковская Н.О.</b>	<b>214</b>
АНАЛИЗ ПРОДУКТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА	
<b>Смольнякова Н.М., Михайлова О.В.</b>	<b>215</b>

ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА – ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	
<b>Сотниченко В.М.</b>	217
АСПЕКТИ СТРУКТУРНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА	
<b>Стекольщиків В.В., Дименко Р.А.</b>	218
ПРОБЛЕМАТИКА РИНКУ МЕДИЧНОЇ ПРАЦІ	
<b>Суліма Н.М.</b>	220
ДО ПИТАННЯ МЕТОДИКИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	
<b>Тимошенко А.О.</b>	222
ФУНКЦІЇ І ВИДИ ФІСКАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	
<b>Цветкович М.Р.</b>	223
МОТИВАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОР УСПІХУ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ	
<b>Шморгун Ю.В.</b>	225
ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ НА СТРУКТУРУ ТА УМОВИ ЗАЙНЯТОСТІ	

### **Секція 5. Проблеми сучасного розвитку інфокомунікаційного забезпечення управління**

<b>Аташкаде Р.В.</b>	227
КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ	
<b>Биков К.В.</b>	228
ПІДВИЩЕННЯ ТОЧНОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ПЕЛЕНГУ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ РАДІОМОНІТОРИНГУ В МІСЬКИХ УМОВАХ	
<b>Бойко Н.І.</b>	230
ПЕДАГОГІЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ МОВИ СТУДЕНТІВ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ТЕХНІЧНОГО ПРОФІЛЮ	
<b>Дубовик Н.А.</b>	233
РОЛЬ ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ПОВЕДІНЦІ ЛЮДИНИ	
<b>Дятлов Є.В.</b>	234
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	
<b>Зозуля Н.Ю.</b>	236
ІНФОРМАЦІЯ В ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА ОРГАНІЗАЦІЇ	
<b>Качмала В.І.</b>	237
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ ЧИННИК – КАТАЛІЗАТОР ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА	
<b>Кирилюк Н.А.</b>	239
ПРОБЛЕМИ І ПЕРЕШКОДИ ПРИ ФОРМУВАННІ Е-УРЯДУ В УКРАЇНІ	
<b>Курас Д.І.</b>	241
ДО ПРОБЛЕМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ МОДЕЛЕЙ АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ	
<b>Маковій В.В., Колос Д.А.</b>	242
УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	
<b>Нужна О.А.</b>	244
ПОДОЛАННЯ СТИЛІСТИЧНОГО БАР'ЄРА У СПІЛКУВАННІ ЗА ДОПОМОГОЮ ПРИЙОМІВ СТРУКТУРУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ	
<b>Петров О.О.</b>	245

ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	
<b>Петькун С.М.</b>	<b>246</b>
ІНФОРМАЦІЯ ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	
<b>Рєпнік А.С</b>	<b>248</b>
ПІДВИЩЕННЯ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ АВТЕНТИФІКАЦІЇ В ІР-МЕРЕЖАХ	
<b>Стежко С.О.</b>	<b>249</b>
ДЕРЖАВНИЙ КЛАСИФІКАТОР УПРАВЛІНСЬКОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА ОРГАНІЗАЦІЇ ДОКУМЕНТООБІГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
<b>Столярчук І.А., Саяпіна Т.П.</b>	<b>251</b>
ТЕХНОЛОГІЇ АВТОМАТИЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ НА БАЗІ СИСТЕМИ «1С: ПІДПРИЄМСТВО 8» ТА ЗАДАЧІ ОСВІТИ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ КВАЛІФІКОВАНИХ МЕНЕДЖЕРІВ-КОРИСТУВАЧІВ	
<b>Хлапонін Ю.І., Шабала Є.Є., Рудніцька О.В.</b>	<b>253</b>
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРЕВАГИ ВІДЕОАНАЛІТИЧНИХ СИСТЕМ У ГАЛУЗІ БЕЗПЕКИ	
<b>Шатілова О.С</b>	<b>255</b>
КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ В ГАЛУЗІ УПРАВЛІННЯ	
<b>Якушин К.А.</b>	<b>256</b>
ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ	

**Князевич А.О.**, к.е.н., доц.,  
професор кафедри менеджменту,  
**Крайчук О.В.**, к.ф.-м.н., доц.,  
завідувач кафедри математики з методикою викладання,  
*Рівненський державний гуманітарний університет*  
*м. Рівне, Україна*

## **МОДЕЛІ НАЦІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ**

Інновації виступають стратегічним фактором забезпечення розвитку національних економік. У різних країнах в залежності від національних особливостей та ступеня розвитку інноваційного потенціалу виникають і формуються різні варіанти побудови та функціонування національних інноваційних систем.

Головним викликом сьогодення для багатьох економік світу є процес побудови ефективних національних інноваційних систем. Безсумнівно, з огляду на унікальність кожної інноваційної системи, адекватної соціокультурним, кліматичним, геополітичним, ресурсним та іншим особливостям країн і регіонів, вичерпного переліку достатніх умов для забезпечення успіху не існує. Кожна країна повинна сама знайти ті індивідуальні риси, які будуть відповідати традиціям спілкування, управління і ведення справ на своїй землі [1].

Національні інноваційні системи різних країн, не дивлячись на єдине призначення, мають ряд суттєвих особливостей. Аналіз існуючих видів національних інноваційних систем дозволяє виділити їх чотири характерні моделі: євроатлантичну, східноазіатську, альтернативну та модель «потрійної спіралі». Кожну можна розглядати як специфічний, характерний для даної країни механізм з продукування і виробничої реалізації інновацій у вигляді продукції, товарів або послуг [2, с. 19].

Євроатлантична модель, механізм дії якої поширюється на всі етапи інноваційного циклу від зародження інноваційної ідеї на рівнях високорозвиненої фундаментальної та прикладної науки і до кінцевого – виробництва інноваційної продукції. Вона характерна для найбільш розвинених країн Європи (Німеччина, Франція, Великобританія та ін.), які є лідерами в рейтингах з конкурентоспроможності у світовій економіці.

Східноазіатська модель більш орієнтована на запозичення інноваційних технологій у розвинених країн, ніж на підтримку і розвиток власної фундаментальної науки. Недостатня увага до фундаментальної науки компенсується високим ступенем розвитку менеджменту та використання прикладних науково-технічних розробок, особливо в галузі електроніки та високих технологій. Така модель характерна для країн східноазіатського регіону. Це, перш за все, Японія, а також Південна Корея, Гонконг і Тайвань.

Альтернативна модель національної інноваційної системи використовується переважно в сільськогосподарських країнах, що не володіють значним інноваційним потенціалом у галузі фундаментальної та прикладної науки і не мають багатих запасів сировини. Ці країни у своїй інноваційній політиці роблять акцент на розвиток сільського господарства, окремих галузей легкої промисловості та туристичного бізнесу. До цієї моделі відносять національні інноваційні системи Туреччини, Таїланду, Чилі, Португалії тощо. Альтернативна модель характерна також для країн, які не мають достатніх фінансових можливостей для посилення фундаментальної і частково прикладної науки, особливо в сфері високих технологій. Такі країни шукають менш витратні шляхи інноваційного розвитку.

Модель «потрійної спіралі», спостерігається у США, як подальший етап розвитку національних інноваційних систем на базі євроатлантичної моделі, і має принципову відмінність від інших моделей не тільки структурою, а й механізмами взаємодії складових елементів. Процеси формування такої моделі починають з'являтися і в розвинених країнах Західної Європи та Японії. «Потрійна спіраль» якнайкраще відображає взаємодію і взаємозалежність між трьома ключовими інститутами національної інноваційної системи країни на всіх етапах створення і реалізації інноваційного продукту – це державою, бізнесом

і наукою. Це три гілки складової національної інноваційної системи, які розвиваються по спіралі переходячи від нижчого рівня розвитку до більш високого. Зв'язки між вузами, бізнесом та владою стають основою нової моделі управління, а університет, що нарощує комерціалізацію своїх досліджень [1].

Національна інноваційна система України, внаслідок складного соціально-політичного стану в країні і відсутності достатнього обсягу фінансування наукової діяльності, може бути віднесена до альтернативної моделі розвитку національних інноваційних систем. Головне завдання у сучасній інноваційній політиці України полягає в тому, щоб після стабілізації економічного стану, основний акцент при побудові інноваційної інфраструктури робився на формування нових, підприємницьких моделей університетів, які в тісній співпраці з бізнесом і владою будуть здатні поступово підняти національну інноваційну систему на більш високий рівень розвитку.

Отже, одним з головних факторів, що безпосередньо впливає на динаміку і темпи розвитку національної інноваційної системи є ступінь розвиненості інноваційної інфраструктури країни. Необхідно констатувати, що основні елементи національної інноваційної системи України функціонують ізольовано один від одного, без будь-якої збалансованості в цій системі, що викликає неефективність її дії. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на налагодження системного взаємозв'язку, розробку механізмів управління формуванням і функціонуванням національної інноваційної системи на основі ефективно діючої інноваційної інфраструктури країни.

#### **Література:**

1. Ицковиц Г. Тройная спираль : университеты – предприятия – государство. Инновации в действии [пер. с. англ.] / Г. Ицковиц. – Томск : Изд-во Том. гос. ун-та систем упр. и радиоэлектроники, 2010. – 237 с.
2. Князевич А. Формирование и функционирование инновационной инфраструктуры Украины : моногр. / А Князевич. – Ровно : «Волинські обереги», 2016. – 272 с.
3. Федулова Л. І. Економіка знань : підруч. / Л. І. Федулова. – НАН України ; Ін-т екон. та прогнозів. НАН України. – К., 2009. – 600 с.

**Крижко О.В.**

старший викладач кафедри маркетингу  
*Державний університет телекомунікацій  
м. Київ, Україна*

### **КРИТЕРІЙ ТА ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

На розвиток економічних реформ в нашій державі значною мірою впливає поширення інноваційних маркетингових засобів на вітчизняному ринку. Серед цих засобів – інструменти управління якістю маркетингової діяльності.

Будь-яке виробниче підприємство час від часу стикається з проблемами і пошуком відповіді на питання: що і скільки виробляти, хто є потенційним споживачем продукції, який рівень цін необхідно встановити, як конкурувати на ринку, задовольняючи запити споживачів тощо. Сьогодні вже не знайти підприємства, в якому, як мінімум, не була б декларована діяльність в сфері маркетингу. У той же час на більшості вітчизняних підприємств маркетинг так і не став розглядатися як ключовий бізнес-процес всієї діяльності підприємства.

Як і раніше основним завданням служб маркетингу, з точки зору керівників підприємства, залишається просування продукції на ринок і реклама. Але всупереч цій