

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Державний університет телекомунікацій  
Кафедра маркетингу

*Збірник тез доповідей  
І Міжнародної науково-практичної  
Інтернет-конференції*

# МАРКЕТИНГ МАЙБУТНЬОГО: ВИКЛИКИ ТА РЕАЛІЇ

*25 жовтня 2017 рік*

Київ

2017

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Державний університет телекомунікацій**  
**Кафедра маркетингу**



**Збірник тез доповідей**  
**I Міжнародної науково-практичної**  
**Інтернет-конференції**

**«МАРКЕТИНГ МАЙБУТНЬОГО:**  
**ВИКЛИКИ ТА РЕАЛІЇ»**

*25 жовтня 2017 рік*

**Київ**  
**2017**

УДК 339.138;621.39  
ББК 65.290-2  
М 26

*Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового інституту  
Менеджменту та підприємництва Державного університету телекомунікацій  
(протокол № 10 від 26 жовтня 2017 р.)*

**Маркетинг майбутнього: виклики та реалії:** Матеріали I міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 25 жовтня 2017 р.) / Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва ДУТ. – Київ: Державний університет телекомунікацій, 2017. – 395 с.

Збірник призначено для науковців, науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів, молодих вчених, аспірантів, докторантів, студентів, керівників та спеціалістів у сфері маркетингу, усіх, хто цікавиться сучасними проблемами та перспективами розвитку маркетингу.

*Організаційний комітет конференції:*

*Толубко В.Б.* – д.т.н., професор, ректор Державного університету телекомунікацій; *Федюнін С.А.* – к.т.н., директор Інституту менеджменту та підприємництва Державного університету телекомунікацій; *Ващенко О.П.* – д.т.н., професор, заступник директора Інституту менеджменту та підприємництва Державного університету телекомунікацій; *Виноградова О.В.* – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Державного університету телекомунікацій; *Гудзь О.Є.* – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту Державного університету телекомунікацій; *Гусєва О.Ю.* – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємств та соціальних технологій Державного університету телекомунікацій; *Дайновський Ю.А.* – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету; *Колосок В.М.* – д.е.н., доцент, завідувач кафедри транспортного менеджменту і логістики ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»; *Дименко Р.А.* – к.е.н., доцент, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Державного університету телекомунікацій; *Євтушенко Н.О.* – к.е.н., доцент кафедри маркетингу Державного університету телекомунікацій; *Наторіна А.О.* – к.е.н., доцент кафедри маркетингу Державного університету телекомунікацій.

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 посилання обов'язкове.

# ЗМІСТ

## СЕКЦІЯ 1

### МАРКЕТИНГОВІ ЧИННИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ БІЗНЕСУ

---

1.	<i>Андрусь О.І.</i> Проблеми ефективного ціноутворення в Україні.....	15
2.	<i>Барсук Ю.В., Губа М.І.</i> Міжнародний брендинг .....	16
3.	<i>Безрук С.О., Янченко Н.В.</i> Вплив маркетингової політики на продуктивність торговельного підприємства.....	18
4.	<i>Безрукова М.С., Добровольський В.В.</i> Особливості і виявлення потреб споживачів культурно-побутових товарів при формуванні маркетингової політики.....	20
5.	<i>Безрукова М.С., Кучер Ю.Є.</i> Роль реклами в сучасній торгівлі .....	22
6.	<i>Беліченко А.О., Янченко Н.В.</i> Маркетингові чинники результативності бізнесу .....	23
7.	<i>Беляєва Н.В., Черненко В.О.</i> Вплив на споживача слів іншомовного походження як оптимізуючий фактор у середовищі маркетингових комунікацій .....	25
8.	<i>Булик О.Б., Брух О.О.</i> Сутність аграрного маркетингу в умовах глобалізації .....	27
9.	<i>Виноградова О.В., Євтушенко Н.О.</i> Роль маркетингового забезпечення інноваційної діяльності у процесі консалтингової взаємодії підприємств України .....	29
10.	<i>Воловик В.М., Бондарчук М.Є.</i> Маркетингове дослідження ринку кави в Україні.....	31
11.	<i>Воловик В.М., Добровольський В.В.</i> Відмінність у поняттях реклама та public relations .....	33
12.	<i>Воловик В.М., Скляр Н.М.</i> Роль та значення етичних принципів соціальної реклами в Україні .....	34
13.	<i>Воскобоєва О.В., Ромащенко О.С.</i> Ефективність логістичної системи діяльності підприємства.....	36
14.	<i>Ганій О.А., Натопіна А.О.</i> Маркетинг інновацій в Україні .....	38
15.	<i>Гасюк Р.В.</i> Орієнтованість маркетингового та програмно-цільового підходів у системі управління формуванням соціально-економічного потенціалу прикордонних територій держави.....	40
16.	<i>Герасимяк Н.В., Волошина О.В.</i> Складові маркетингового забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства .....	42

17.	<i>Герасимяк Н.В., Оксенюк К.І., Даценко В.В.</i> Зміст процесу управління маркетинговими інноваціями на підприємстві.....	44
18.	<i>Глазиріна О.Є., Наторіна А.О.</i> Маркетинг у політичній діяльності.....	46
19.	<i>Гнида Л.В., Побігун С.А.</i> Оцінка ефективності маркетингових комунікацій .....	48
20.	<i>Годзь В.А., Наторіна А.О.</i> Ambient-media як ефективний маркетинговий інструмент.....	49
21.	<i>Гончарук В.Н., Заика Ю.А.</i> Эко-маркетинг и его влияние на перспективное развитие деятельности предприятия.....	51
22.	<i>Григор'єва Ю.А.</i> Спеціальні сервісні кампанії автовиробників як інструмент впливу на споживачів .....	53
23.	<i>Гриньох Н.В., Дяченко Л.А.</i> До питання про брендинг як самостійний вид маркетингової діяльності підприємств сфери туризму .....	55
24.	<i>Грицаєнко Г.І.</i> Маркетинговий аналіз інвестиційного проекту.....	57
25.	<i>Грицаєнко І.М.</i> Маркетинговий аналіз ринку сільськогосподарської техніки.....	59
26.	<i>Грицаєнко М.І.</i> Місце витрат на маркетингові послуги у трансакційних витратах підприємства.....	61
27.	<i>Громова О.В.</i> Сучасні показники вимірювання результативності маркетингової діяльності підприємства.....	63
28.	<i>Гунченко О.І., Кучер Ю.Е.</i> Основні принципи та значення соціально-етичного маркетингу в сучасних умовах функціонування.....	64
29.	<i>Данкеєва О.М.</i> Застосування аналітичних методів при оцінці дієвості інструментів мерчандайзингу.....	66
30.	<i>Дарчук В.Г.</i> Сучасні технології управління комунікаційними процесами в маркетингових комунікаціях .....	68
31.	<i>Демчук К. Ю., Єрмак С.О.</i> Складові маркетингового механізму управління прибутком підприємства.....	70
32.	<i>Деркач А.С., Гакова М.В.</i> Маркетинг персоналу в системі управління підприємством .....	72
33.	<i>Дудникова Е.Р., Горохова Т.В.</i> Особенности психологического воздействия рекламы на человека .....	74

34.	<i>Єремейчук М.Ю., Добровольський В.В.</i> Сутнісний аспект сучасного чорного піару .....	76
35.	<i>Єремейчук М.Ю., Кучер Ю.Є.</i> Сутність та основні завдання маркетингу інвестування .....	77
36.	<i>Задніпрянна, Т.С., Ястремська Н.М.</i> Роль маркетингових комунікацій у майбутній забезпеченості кадрами провідних промислових підприємств непопулярних географічних локацій України .....	79
37.	<i>Заїка Ю.А.</i> Маркетингова інноваційна поведінка підприємства .....	81
38.	<i>Запорожець Ю.В., Данкеєв Т.В., Данкеєва О.М.</i> Сучасні маркетингові технології .....	82
39.	<i>Земських Т.А., Хаджинова Е.В.</i> Маркетинг як основа стратегічного управління підприємств .....	84
40.	<i>Ільєнко Ю.І.</i> Інструменти імітаційного моделювання вибору маркетингової стратегії підприємства .....	86
41.	<i>Кадушкіна І.С.</i> Ключові показники маркетингової діяльності у бізнесі .....	88
42.	<i>Кайдан Д.А., Дупляк О.М.</i> Маркетинг в бізнесі .....	90
43.	<i>Каленська Н.В., Дименко Р.А.</i> Маркетингові чинники формування бізнес-інтересу .....	91
44.	<i>Кальной О.Б., Тищенко О.І.</i> Особливості маркетингу у банках України .....	92
45.	<i>Карпенко Ю.М.</i> Управління маркетинговою діяльністю малого бізнесу .....	94
46.	<i>Kiris S.P.</i> Competitive environment at market housing maintenance and communal services .....	96
47.	<i>Ковтун Г.І., Омеляненко В.А.,</i> Аналіз ролі маркетингу відносин в розвитку інноваційної системи .....	97
48.	<i>Козлова В.В., Данкеєва О.М.</i> Розвиток маркетингу інновацій на виробничих підприємствах України .....	99
49.	<i>Кравченко М.А., Соловьева Л.Л.</i> Брендинг белорусских производителей одежды .....	101
50.	<i>Лаврів І.М.</i> Вплив маркетингових факторів на формування експортного потенціалу аграрних підприємств .....	103
51.	<i>Лищенко М.О.</i> Маркетингові ризики на зерновому ринку .....	105
52.	<i>Логвиненко Н.І., Добровольський В.В.</i> Маркетинговий вплив в інноваціях ливарного виробництва .....	107

53.	<i>Ляшко І.І., Ольховий А.В.</i> Тенденції розвитку ринку факторингу в Україні .....	108
54.	<i>Макар О.П., Дулин І.С.</i> Теоретичні аспекти сегментування туристичного ринку .....	110
55.	<i>Маліновська О.Я.</i> Особливості елементів комплексу маркетингових комунікацій кредитних спілок.....	112
56.	<i>Міхайліченко А.О., Ярмош О.В.</i> Вендинг як інструмент просування товарів .....	114
57.	<i>Могилевська О.Ю., Могилевський Ю.В., Штанько О.І.</i> Маркетинговий підхід до менеджменту сучасного підприємства .....	116
58.	<i>Москаленко В.А.</i> Концепція інноваційного маркетингу .....	118
59.	<i>Natorina A.O.</i> The digital business constituents .....	120
60.	<i>Николайчук А.В., Аношина К.В., Заика Ю.А.</i> Творчество муралов как вид социальной рекламы.....	122
61.	<i>Павлова В.А., Сімаганов А.А.</i> Конкурентоспроможність і конкурентні переваги: процес перетворення .....	123
62.	<i>Пастернак О.І., Попадинець Н.М.</i> Маркетингові аспекти розвитку транскордонних регіонів .....	124
63.	<i>Петренко А.М., Наторіна А.О.</i> Вірусний маркетинг як інструмент комунікативної діяльності.....	126
64.	<i>Петровська О.О., Роженко О.В.</i> Сучасний розвиток упаковки та тари в Україні.....	128
65.	<i>Петровська О.О., Скляр Н.М.</i> Сутність міжнародного маркетингу .....	130
66.	<i>Піскун Т.С., Заїка Ю.А.</i> «Startup» і малий бізнес: схожість та відмінність .....	132
67.	<i>Полулях О.В.</i> Онлайн сервіс підприємств на ринку декоративно-оздоблюючих матеріалів .....	134
68.	<i>Ропомаренко А.А., Voropai O.K.,</i> The importance of marketing in modern word .....	136
69.	<i>Попова А.В., Ярова А.Б.</i> Маркетинг або як досягти успіху в бізнесі .....	137
70.	<i>Попович О.О., Андрусь О.І.</i> Формування ефективної маркетингової стратегії.....	139
71.	<i>Попозогло Т.С., Шаповалова І.В.</i> Конкурентна розвідка у маркетинговому середовищі.....	140
72.	<i>Решетняк М.Б., Данкеєва О.М.</i> Роль маркетингової служби на підприємстві .....	142

73.	<i>Решетняк М.Б., Шаповалова І.В.</i> Практика рекламних війн: приклад торгових марок Coca-cola та Pepsi .....	144
74.	<i>Савицька Н.Л.</i> Інструментарій SMM в digital-стратегії ритейлерів.....	146
75.	<i>Саянна Я.Ю., Наторіна А.О.</i> Бренд: сутність та специфіка формування.....	148
76.	<i>Свиридюк А.А., Данкєєва О.Н.</i> Вплив маркетингу на конкурентоспроможність підприємств .....	150
77.	<i>Сова О.Ю.</i> Фактори конкурентоспроможності консалтингових послуг у сфері зовнішньоекономічної діяльності.....	152
78.	<i>Сьомкіна Т.В., Лобань О.О.</i> Інтернет-реклама як інструмент здійснення власного бізнесу .....	154
79.	<i>Танська Л.В.</i> Регіональний маркетинг: сучасні підходи до управління регіоном.....	156
80.	<i>Тарасов І.Ю., Прядко О.М.</i> Маркетингове обґрунтування стартапів .....	158
81.	<i>Тарасюк А.В., Наторіна А.О.</i> Формування товарного асортименту підприємства.....	160
82.	<i>Тетьора Ю.С., Азьмук Н.А.</i> Особливості маркетингових комунікацій на ринку туристичних послуг .....	162
83.	<i>Тищенко В.В.</i> Реалізація маркетингової стратегії банку .....	164
84.	<i>Тупкало В.М.</i> Особливості маркетингу в сфері створення інтелектуальної власності .....	166
85.	<i>Усик П.С., Кучер Ю.Є.</i> Tetra pak – відновлювальна упаковка .....	168
86.	<i>Фоменко Ю.Р., Калинин А.В.</i> Особенности современных концепций маркетинга .....	169
87.	<i>Чеботар А.В., Гакова М.В.</i> Особливості маркетингового підходу щодо корпоративної культури управління персоналом компанії Netflix.....	171
88.	<i>Червінська Т.М.</i> Бенчмаркінг як сучасний інструмент управління конкурентоспроможністю підприємства .....	173
89.	<i>Шаповалова І.В., Кошкіна Д.А.</i> Особливості формування конкурентних переваг компанії Nike в умовах маркетингового середовища .....	175
90.	<i>Шелевер А.М., Гакова М.В.</i> Бенчмаркінг в управлінні персоналом підприємства.....	177



91.	<i>Шерстюк К.О., Гакова М.В.</i> Маркетинговий підхід в реалізації творчого характеру праці персоналу.....	179
92.	<i>Шимко О.В.</i> Імідж торговельного підприємства як чинник забезпечення його конкурентоспроможності.....	180
93.	<i>Юркевич О.С., Олініченко К.С.</i> Маркетингове дослідження українського ринку какао порошку та його заміників.....	183
94.	<i>Яворська О.Р., Дяченко Л.А.</i> Маркетингові можливості транскордонної співпраці у туристичній привабливості карпатського регіону.....	185

## СЕКЦІЯ 2

### МАРКЕТИНГ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ СФЕРИ

---

1.	<i>Бондаренко С.В., Гончар В.В.</i> Современные каналы маркетинговой коммуникации .....	187
2.	<i>Демченко Є. В., Ярова А.Б.</i> Блог як вид інтернет-маркетингу .....	188
3.	<i>Дробязко М.В., Камішинікова Е.В.</i> Лідогенерація як найважливіша функція маркетингу.....	190
4.	<i>Дрокіна Н.І.</i> CRM системи для підвищення ефективності діяльності підприємств телекомунікацій .....	192
5.	<i>Жданова Е.В., Заика Ю.А.</i> SMM как инновационный инструмент продвижения услуги в Интернете .....	194
6.	<i>Козачухний А.І., Гончар В.В.</i> Маркетинг в соціальних мережах .....	195
7.	<i>Куниц С.А., Заика Ю.А.</i> Контент-маркетинг как способ продвижения бизнеса .....	197
8.	<i>Legomina S. V.</i> Prospects and problem areas of introducing high-speed technologies by enterprises of connection.....	198
9.	<i>Милосердова А.К., Павлішина Н.М.</i> Інтернет – як нове середовище маркетингової діяльності страхових компаній .....	200
10.	<i>Пашкевич М.В., Головка Е. Г.</i> Влияние интернет-маркетинга на бизнес в Украине.....	202
11.	<i>Савенко А.В., Натопіна А.О.</i> Інтернет-просування товарів та послуг .....	204
12.	<i>Свістяк Б.Р., Качала С.В.</i> Роль соціальних мереж у підготовці фахівців з туризму.....	206

13. *Францева О.О., Мартиненко М.О.*  
Новий підхід підвищення ефективності рекламних кампаній  
на ТБ.....208
14. *Яйленко К.О., Хаджинова Е.В.*  
Маркетингові комунікації в соціальних мережах .....209

### СЕКЦІЯ 3

## ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

---

1. *Артюх И.Р., Гончар В.В.*  
Антикризисное управление предприятием..... 212
2. *Ахновська І.А.*  
Бенчмаркінг у сфері сімейної освіти..... 213
3. *Бабаченко Л.В., Єременко Ю.В.*  
Фактори формування товарної політики підприємства ..... 215
4. *Бабаченко Л.В., Кириченко А.В.*  
Джерела формування конкурентних переваг підприємства ..... 217
5. *Бабич А.Д., Добровольський В.В.*  
Сучасні проблеми оптової торгівлі на ринку України ..... 219
6. *Басс Д.С., Гакова М.В.*  
Аспекти професійних якостей успішного менеджера ..... 222
7. *Баценко Л.М.*  
Особливості маркетингових стратегій в управлінні  
сільськогосподарським підприємством ..... 224
8. *Беловолова Е.М., Гончар В.В.*  
Управление взаимоотношениями с клиентами на предприятии  
ресторанного бизнеса ..... 226
9. *Біловодська О.А.*  
Оцінка споживчо-збутового потенціалу регіонів України при розподілі  
промислової продукції ..... 228
10. *Білогаш І.О., Орлова В.М.*  
Особливості управління маркетинговою діяльністю ..... 230
11. *Бойчук Н.Я., Очеретяна О.В.*  
Проблеми управління маркетинговою діяльністю в Україні ..... 231
12. *Бондар В.С.*  
Основи ефективного управління інвестиційною діяльністю  
підприємства..... 233
13. *Брагіна О.С.*  
Програмне забезпечення автоматизації бюджетного управління на  
підприємстві..... 235
14. *Бурак П.В., Гончар В.В.*  
Тенденции развития банковской сферы в Украине..... 237

15.	<i>Вакарчук Т.С., Павлова В.А.</i> Механізм формування рівноваги економічного зростання національної економіки.....	239
16.	<i>Верютіна Д.А., Гакова М.В.</i> Дисциплінарний аспект в управлінні поведінкою персоналу.....	240
17.	<i>Верютіна Д.А., Гакова М.В.</i> Мотивація як засіб ефективного менеджменту.....	242
18.	<i>Воловик В.М., Кучер Ю.Е.</i> Особливості стратегічного планування при введенні на ринок нового продукту.....	244
19.	<i>Воловик В.М., Скляр Н.М.</i> Значення концепція глобального маркетингу .....	246
20.	<i>Гаєвський В.В., Чуприна Н.М.</i> Бенчмаркінг конкурентоспроможності в дніпропетровській області.....	247
21.	<i>Галюк І.Б., Мацькевич О.Ю.</i> Розвиток управлінських компетенцій як основа господарювання на засадах розвитку маркетингового та логістичного управління .....	249
22.	<i>Gerasymenko O.V.</i> Features of interaction of marketing logistics and innovations .....	251
23.	<i>Гунченко О.І., Добровольський В.В.</i> Поняття збутової політики та її форми на торгівельних підприємствах.....	253
24.	<i>Гунченко О.І., Кучер Ю.Е.</i> Основні принципи та значення соціально-етичного маркетингу в сучасних умовах функціонування.....	255
25.	<i>Демиденко Н.Ю., Гакова М.В.</i> Деякі особливості управління конфліктами в організації.....	257
26.	<i>Демиденко Н.Ю., Гакова М.В.</i> Специфіка управління трудовим колективом .....	259
27.	<i>Демчук К.Ю., Гакова М.В.</i> Деякі аспекти HR-брендінгу в управлінні персоналом .....	261
28.	<i>Дзьоба О.Г., Яцюк О.С.</i> Особливості проведення маркетингового аналізу при складанні плану санації підприємства .....	263
29.	<i>Жегус О.В.</i> Інструменти та технології малобюджетного маркетингу в вищих навчальних закладах .....	265
30.	<i>Забаштанська Т.В., Вініченко Ю.М.</i> Особливості побудови збутової політики підприємства.....	267
31.	<i>Забаштанська Т.В., Орловський К.В.</i> Сучасні тенденції маркетингової комунікаційної політики .....	269
32.	<i>Запорожець Ю.В., Іванова Н.С.</i> Тайм-менеджмент у сучасному світі.....	271

33.	<i>Зеленкова О.В., Пісковець О.В.</i> Особливості управлінської праці .....	273
34.	<i>Ільницька-Гикавчук Г.Я.</i> Формування системи управління маркетинговою діяльністю готелю.....	274
35.	<i>Карамушка Ю.В., Гакова М.В.</i> Поняття кадрового потенціалу та його вплив на ефективність діяльності підприємства .....	276
36.	<i>Кіріцева М.Х., Лисов О.М., Гончар В.В.</i> Безпека та охорона праці запорука конкурентоспроможності підприємства.....	278
37.	<i>Кіяшко А.О., Гакова М.В.</i> Ключові підходи управління поведінкою персоналу в ресторанно- готельному господарстві .....	280
38.	<i>Кіяшко А.О., Гакова М.В.</i> Управління персоналом підприємства в сучасних ринкових відносинах .....	282
39.	<i>Комаріст О.І., Алдохіна Н.І.</i> Переміщення працівників апарату управління підприємства як засіб підвищення ефективності маркетингової діяльності .....	294
40.	<i>Комарницька Г.О.</i> Організація стратегічного аналізу маркетингового середовища міста .....	286
41.	<i>Куба Л.А., Пісковець О.В.</i> Менеджмент підприємницької діяльності.....	288
42.	<i>Куйда О.Ф., Цибуліна В.С., Горохова Т.В.</i> Організаційні аспекти системи маркетингу у банках України .....	290
43.	<i>Лазоренко Л.В.</i> Маркетинг як елемент системи управлінської діяльності .....	292
44.	<i>Логвиненко Н.І., Скляр Н.М.</i> Інформаційні зміни в системі будівельних стандартів ЄС і України .....	293
45.	<i>Мазур Н.В., Наторіна А.О.</i> Особливості реклами в Інтернет-ЗМІ .....	294
46.	<i>Маковій В.В.</i> Автоматизовані інформаційні системи в управлінні підприємством .....	296
47.	<i>Мальцев М.М.</i> Напрями активізації інноваційної діяльності підприємств.....	298
48.	<i>Марченко В.М.</i> Формування відділу маркетингу на основі збалансованого комбінування ключових характеристик.....	300
49.	<i>Мельничак А.М., Обухова Н.О.</i> Методи оцінки ефективності рекламної кампанії. Предтестування та посттестування.....	302

50.	<i>Мізін О.О., Сорока А.М.</i> Мотивація персоналу в організації .....	304
51.	<i>Микитенко В.В.</i> Розробка інструментарію оцінювання-прогнозування результативності системи механізмів управління природними ресурсами .....	305
52.	<i>Монтрін І.І.</i> Підходи до формування комплексу маркетингу туристичного продукту.....	308
53.	<i>Носонова Л.В., Божкова В.В.</i> Застосування концепції життєвого циклу при розробці інноваційної стратегії розвитку підприємств машинобудівної галузі.....	310
54.	<i>Оплачко І.О., Мальчик Я.Я., Мальчик М.В.</i> Рефлексивне маркетингове управління діяльністю підприємства на засадах узгодження інтересів стейкхолдерів.....	312
55.	<i>Павлішина Н.М.</i> Управління маркетинговою діяльністю в страховій компанії .....	314
56.	<i>Петровська О.О., Добровольський В.В.</i> Поняття якості як запоруки успішної конкурентної боротьби вітчизняних підприємств .....	316
57.	<i>Пінчук А.О.</i> Управління знаннями як фактор розвитку підприємства.....	317
58.	<i>Побережна С.М., Наторіна А.О.</i> Формування маркетингової стратегії підприємства.....	319
59.	<i>Присяжна Г.А., Гончар В.В.</i> Маркетинг подій - спосіб просування бренду .....	321
60.	<i>Пшенична Т.М.</i> Нейромаркетинг: мистецтво продажів на основі психології.....	323
61.	<i>Рубцова А.К., Добровольський В.В.</i> Інформаційний простір підприємств вертикальної інтеграції .....	325
62.	<i>Рясна В.М., Гакова М.В.</i> Аспекти нематеріальної мотивації персоналу в системі управління підприємством .....	327
63.	<i>Савченко В.А., Карпенко Ю.М.</i> Маркетингова політика комунікацій на сучасному підприємстві.....	329
64.	<i>Середа О.В., Мартинюк О.В.</i> Стан українського ринку канцелярських товарів .....	331
65.	<i>Сонова К.І., Шмалій Л.В.</i> Роль маркетингових досліджень в діяльності сучасних підприємств.....	333
66.	<i>Стекольников В.В., Пісковець О.В.</i> Особливості управління трудовими ресурсами .....	334
67.	<i>Сторожилова У.Л.</i> Управління маркетинговою діяльністю в контексті публічного управління та європейської інтеграції .....	335

68.	<i>Стьопкін В.В., Головка О.Г.</i> Контролінг як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства.....	337
69.	<i>Суліма Н.М.</i> Класифікація витрат на якість і конкурентоспроможність продукції.....	339
70.	<i>Ткаченко А.В., Головка О.Г.</i> Формування маркетингової стратегії підприємства.....	341
71.	<i>Ткачук Д.Я., Сорока А.М.</i> Система організації як процес .....	343
72.	<i>Українець Н.С., Гакова М.В.</i> Запровадження досвіду мотивації менеджерів середньої ланки США в українських реаліях .....	345
73.	<i>Усенко В.П., Гончар В.В.</i> Управление конкурентоспособностью предприятия.....	347
74.	<i>Федорченко А.В.</i> Сучасні тенденції розвитку маркетингового управління підприємствами.....	349
75.	<i>Черкашина А.О., Головка О.Г.</i> Розрахунки оптимального розміру витрат підприємства (на прикладі ПАТ «Турбоатом»).....	351
76.	<i>Черненко К.В.</i> Вплив стратегічного обліку на управління підприємством .....	353
77.	<i>Чуприна Н.М., Ковальова М.О.</i> Проблеми та перспективи антикризового управління маркетингом .....	355
78.	<i>Чуприна О.О.</i> Використання інструментів маркетингу в сфері регулювання імміграційних процесів в Україні .....	356
79.	<i>Шановалова І.В.</i> Практичні аспекти застосування сучасних інструментів менеджменту якості для аналізу проблеми забезпечення конкурентних переваг підприємства.....	359
80.	<i>Шелевер А. М., Гакова М.В.</i> Корпоративна культура як інструмент підвищення ефективності підприємства.....	361
81.	<i>Шеремет М.Я., Пісковець О.В.</i> Професійні якості успішного менеджера .....	362
82.	<i>Шокер Р.І., Гакова М.В.</i> Особливості мотивації працівників в умовах кризи.....	364
83.	<i>Шопіна А.М., Головка О.Г.</i> Сучасні проблеми розробки фінансової стратегії підприємства .....	366
84.	<i>Якубенко І.М.</i> Організаційні комунікації в управлінні маркетинговою діяльністю на підприємстві.....	368

85. *Якушин К.А., Ковалёв Ю.Ю., Гончар В.В.*  
Особенности наружной рекламы как канала доставки рекламной информации ..... 370
86. *Ястремський М.М., Сорока Л.О., Проскурович О.В.*  
Моделювання системи управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства ..... 372

#### СЕКЦІЯ 4

### ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ

---

1. *Брюховицкая Т.В., Янченко Н.В.*  
Инновационные методы преподавания для подготовки специалистов по маркетингу ..... 374
2. *Вороніна О.Е., Рябцева О.Є.*  
Використання таксономії Б.Блума при обранні інноваційних методів підготовки фахівців з маркетингу ..... 376
3. *Габа М.І.*  
Інноваційні підходи при підготовці майбутніх фахівців туристичної галузі ..... 378
4. *Гончаренко А.П.*  
Підготовка інноваційноорієнтованого фахівця ..... 380
5. *Євтушенко В.Є., Забайтанський М.М.*  
Роль проектного методу у підготовці фахівців з маркетингу ..... 382
6. *Жуков С.А.*  
Переваги інтерактивних методів навчання в підготовці маркетологів.. 383
7. *Зінчук Н.А.*  
Особливості формування та розвитку маркетингової компетентності сучасних керівників закладів освіти ..... 385
8. *Крижко О.В.*  
Проблеми підготовки фахівців з маркетингу в галузі телекомунікацій.. 387
9. *Кудіна А.В.*  
Роль якості професійної освіти маркетолога у підвищенні ефективності його діяльності ..... 389
10. *Матвейчук В.Е., Гончар В.В.*  
Инновационный подход образования для подготовки специалистов в сфере маркетинга ..... 391
11. *Плахотнікова Л.О.*  
Підготовка фахівців з маркетингу для підприємств телекомунікаційної сфери ..... 393
12. *Шевлюга О.Г.*  
Особливості надання інноваційних послуг у сфері маркетингу та реклами ..... 394

- ✓ пропонування нових ідей, оригінальних організаційних та управлінських рішень та ін.

Творчий характер праці, за своєю суттю спонукає керівника до пошуку оптимальних варіантів виконання підлеглими своїх трудових функцій, до раціоналізації та винахідництва. Кожен творчий працівник прагне задовольнити свою потребу в самореалізації та запропонувати кращу ідею, котра буде прийнята керівництвом.

Виходячи з цього, наприклад, автор бізнес-бестселера «Продай свою ідею» Сем Харрісон стверджує про існування теорії «Чотири «С» досконалості творчої ідеї». В ній йдеться про наявність чотирьох якостей досконалості [2]:

- ✓ чіткість (clarity) – творчий працівник точно знає, яку ідею він прагне донести, якої мети намагається досягти.
- ✓ зміст (content) - чіткий зміст є доказом того, що ідея із самого початку була ретельно продумана її автором.
- ✓ креативність (creativity) – тобто оригінальність ідеї.
- ✓ професійна майстерність (craft) – прояви професіоналізму автора.

Отже, за результатами дослідження було з'ясовано, що маркетинговий підхід в реалізації творчого характеру праці є невід'ємною частиною сучасної роботи. За своєю суттю «творча праця» є діяльністю, за якої працівник зайнятий створенням чогось нового у визначеній сфері діяльності. Було охарактеризовано форми прояву творчої активності працівників, досліджено теорію досконалої творчої ідеї.

### **Література**

1. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Підручник / Грішнова О.А. — К., 2011. — 390 с.
2. Електронний ресурс: - Режим доступу: <http://www.management.com.ua/blog/>
3. Любов П. Марчук, Механізм управління творчою активністю персоналу підприємства як засіб інноваційної трансформації виробництва / Вісник «Актуальні проблеми економіки», - 2014, №1(151)

**Шимко О.В.,**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,  
Рівненський державний гуманітарний університет (Рівне)

## **ІМІДЖ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Загострення конкуренції на споживчому ринку змінює філософію торговельної діяльності і зумовлює переорієнтацію цілей, завдань і функцій від потреб підприємства до потреб і вимог ринку, окремого споживача. Однією з головних конкурентних переваг торговельного підприємства стає формування і розвиток сильного позитивного іміджу.



Імідж доцільно розглядати як сформований, візуально підкріплений, сприйнятий і усвідомлений суб'єктами внутрішнього і зовнішнього середовища (споживачами, діловими партнерами, контактними аудиторіями та персоналом) на асоціативному рівні образ підприємства, що впливає на її успіх та на конкурентоспроможність [4].

Проведені узагальнення вітчизняної та зарубіжної літератури дають змогу виділити наступні складові іміджу торговельного підприємства[2-4]:

- образ підприємства (внутрішній імідж, імідж персоналу, візуальний імідж, бізнес-імідж, соціально-етичний імідж);
- імідж товару, що пропонується, та послуг, що надаються;
- імідж споживачів товару/послуги (статус, стиль та образ життя, соціальний клас).

Інструментарієм для формування позитивного іміджу при цьому виступає: сегментація та вибір цільових ринків, позиціонування торговельного підприємства, формування маркетинг-міх. Тобто, кожному торговельному підприємству необхідно:

- визначити портрет цільового ринку підприємства – покупці з точки зору соціально-демографічних параметрів (вік, стать, доход), поведінкових (де купують товари, по якій ціні, як часто, величина одноразової покупки), психографічних (мотиви прийняття рішень про покупку);

- розробити чітку концепцію позиціонування підприємства з метою визначення власного місця на ринку – хто ми є, що пропонуємо, для кого існуємо, в чому наша відмінність та переваги над конкурентами.

Специфіку позиціонування торговельного підприємства виділяє Ж. Ж. Ламбен і пропонує термін «концепція магазину як сукупність атрибутів». На його думку, з точки зору споживача торговельне підприємство може бути описано в термінах 6 атрибутів [1, с.433-435]:

- простір – територія, на якій встановлюються контакти з споживачами;
- асортимент – різноманітність товарів в термінах широти та повноти;
- рівень цін – широта цінової гами, стимулювання покупок, знижки;
- послуги – по створенню комфорту для покупця, технічні (метод продажу), фінансові та додаткові;
- час – витрати часу покупця на покупки;
- атмосфера – включає розміщення товару, інтер'єр.

Стратегія позиціонування реалізується шляхом розробки комплексу маркетингу. При цьому, необхідно, насамперед, врахувати, що в якості товару виступає торговельна послуга. Особливості торгового маркетингу пов'язані з такими її властивостями як:

- сукупна цінність, яку пропонує роздрібний торговець, цінність, формується як з товарів (асортименту), так і нематеріальних послуг (рівень торговельного обслуговування в магазині, додаткові послуги);

- відносна значимість матеріальних і нематеріальних компонентів залежить від виду товару, від позиціонування магазину та профілю цільового ринку;
- покупець товару є одночасно споживачем торговельної послуги;
- величина покупки в значній мірі залежать від ефективності контакту продавця та покупця;
- торговельні підприємства діють в конкурентному середовищі, де ефективною конкурентною перевагою може бути атмосфера та розміщення магазину.

Це свідчить про доцільність трансформації комплексу маркетингу і доповнення традиційної моделі трьома додатковими елементами – місце, персонал, атмосфера.

Отже, формування іміджу торговельного підприємства передбачає врахування наступних чинників:

- маркетингового – виокремлення маркетингових відмінностей торговельного об'єкта;
- соціологічного – визначення переваг, до яких схильний цільовий сегмент споживачів;
- ситуаційного – визначення умов, в яких відбувається формування іміджу;
- комунікативного – забезпечення відповідного інформаційного впливу на споживачів.

### Література

1. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: Пер.с франц. / Ж. Ж. Ламбен . СПб: Наука, 1996. – 589 с.
2. Муромкина И. И. Имидж розничного торгового предприятия: особенности формирования и восприятия / И. И. Муромкина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 2. – С. 45-56.
3. Сагинова О.В. Влияние мероприятий мерчандайзинга на формирование имиджа торгового предприятия /Сагинова О. В., Полянский Л. Н. // Маркетинговые коммуникации. –2009. –№ 6. – С. 348-355.
4. Шимко О.В. Формування іміджу торговельного підприємства:маркетинговий підхід //Стратегії економічного розвитку розвитку:держава, регіон, підприємство // колективна монографія / За заг. ред. К.С. Шапошникова. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2015. – Т. 1. – С.399-411.

Наукове видання

**Збірник тез доповідей  
I Міжнародної науково-практичної  
Інтернет-конференції  
«Маркетинг майбутнього: виклики та реалії»**

**25 жовтня 2017 рік**

Відповідальний за випуск  
*I.I. Тищенко*

Підписано до друку 30.10.2017 р.  
Формат 60×84/16. Папір офсетний.  
Гарнітура Times New Roman. Друк офсетний  
Умовн.-друк. арк. 23,02. Обл.-вид. арк. 26,4.  
Тираж 200 прим. Зам № 784

---

Державний університет телекомунікацій  
03110, м. Київ, вул. Солом'янська, 7  
Тел. (044) 249-25-75