

2017

*Збірник наукових статей  
за матеріалами III Всеукраїнської  
науково-практичної конференції*

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ  
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ  
СИСТЕМ В УМОВАХ  
ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ  
ЕКОНОМІКИ»  
13 – 14 квітня 2017 р.**

**ЧАСТИНА 2  
Секції 3, 4, 5**



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Інститут модернізації змісту освіти**

**Національна металургійна академія України**

**Українська інженерно-педагогічна академія**

**Одеський національний університет імені І.І. Мечникова**

*(Навчально-науковий інститут інформаційних та соціальних технологій)*

**Тернопільський національний економічний університет**

*Збірник наукових статей*

*за матеріалами III Всеукраїнської науково-практичної конференції*

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ  
ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ»**

**13-14 квітня 2017 р.**

**м. Дніпро**

Лист МОН України від 06.03.2017 №1/9-125

**УДК 330.111.66:316.422**

Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки: Збірник наукових статей за матеріалами III Всеукраїнської науково-практичної конференції (13 – 14 квітня 2017 р.). Частина 2. – Дніпро: НМетАУ, 2017. – 644 с.

У збірнику містяться матеріали доповідей III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки» (13-14 квітня 2017 р.). Для науковців, викладачів, фахівців-практиків, студентів економічних спеціальностей

### **Програмний комітет конференції:**

**Ковальчук К.Ф.**, д.е.н., професор, декан факультету економіки та менеджменту Національної металургійної академії України

**Прохорова В.В.**, д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання Української інженерно-педагогічної академії

**Журавльова Т.О.**, к.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та моделювання ринкових відносин Навчально-наукового інституту інформаційних та соціальних технологій Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

**Кириленко О.П.**, д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів ім. С.І. Юрія Тернопільського національного економічного університету

**Сокиринська І.Г.**, к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів Національної металургійної академії України

**Мушнікова С.А.**, к.е.н., доцент кафедри фінансів Національної металургійної академії України

**Божанова О.В.**, к.е.н., доцент кафедри фінансів Національної металургійної академії України

**Сорокіна О.В.** к.е.н., доцент кафедри фінансів Національної металургійної академії України

**За додержання норм авторського права, достовірність наведених фактичних даних, посилань на джерела, імена та назви несе відповідальність автор матеріалів.**

© Національна металургійна академія України, 2017

### Секція 3

## АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

<i>Андрощук М.С., Дейнега І.О.</i> Комунікаційні інновації освітніх організацій як базова складова їх розвитку в умовах трансформаційної економіки.....	10
<i>Апарова О.В.</i> Маркетингове забезпечення інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств.....	14
<i>Бабенко К.Е.</i> Развитие академических бизнес-инкубаторов как перспективное направление инновационной деятельности в Украине...	23
<i>Багдасарьян К.А., науковий керівник Бесчастна Д.О.</i> Сучасний стан енергетичного ринку в Україні.....	27
<i>Беновська Л.Я.</i> Стимулювання розвитку територіальних громад державним фондом регіонального розвитку.....	32
<i>Бідненко В.О., науковий керівник Федотова Т.А.</i> Систематичний вихід із кризи.....	36
<i>Білоцерківець В.В., Завгородня О.О., Душина А.В.</i> Інноваційні пріоритети політики конкурентоспроможності.....	40
<i>Бойко В.В.</i> Горизонтально-вертикальна диверсифікація господарської діяльності в АПК у контексті зміцнення економічної безпеки.....	47
<i>Боліла С.Ю.</i> Інноваційні засади підвищення ефективності галузі птахівництва на регіональному рівні.....	50
<i>Vondarenko Yu.H., Tsybalista N.A.</i> Domestic investment as the basis for economic development of Ukraine.....	56
<i>Ванькович Л.Я.</i> Використання теорії графів для дифузії результатів інноваційної діяльності машинобудівних підприємств.....	61
<i>Вербицька Г.Л.</i> Проблеми врахування інвестиційних ризиків при реалізації проектів.....	64
<i>Вишневська М.К.</i> Теоретичні аспекти дослідження сучасних інноваційних моделей.....	69
<i>Власенко Н.А.</i> Інноваційна стратегія на коксохімічному підприємстві...	73
<i>Глушков Д.В., науковий керівник Огліх В.В.</i> Аналіз динаміки ставок за депозитами фізичних осіб та його зв'язок з обліковою ставкою НБУ та ставкою кредитів для фізичних осіб.....	78
<i>Гордієнко В.П.</i> Система індикаторів інноваційно-інвестиційної безпеки регіону.....	83
<i>Григорьева В.С., науковий керівник Федотова Т.А.</i> Проблемы и перспективы инновационного развития экономики Украины.....	87
<i>Гулик Т.В., Гулик В.А.</i> Організація рекламної діяльності торговельного підприємства.....	92
<i>Дергалюк М.О.</i> Створення інноваційної інфраструктури агропромислових комплексів регіонів.....	95
<i>Дорошенко Д.О., науковий керівник Семенюк В.С.</i> Пріоритетні	99

напрямки зменшення матеріаломісткості продукції.....	
<i>Жданова Л.Л.</i> Відтворення і нагромадження основного капіталу в економіці сучасної України.....	104
<i>Жемба А.Й.</i> Проблеми інноваційної реструктуризації національної економіки в трансформаційних умовах.....	110
<i>Кербікова А.С., Хитько М.М.</i> Стан зовнішньоекономічних відносин України.....	116
<i>Кісіль А.Е., науковий керівник Федорова Ю.В.</i> Розвиток академічного підприємництва в Україні.....	122
<i>Колєдіна К.О.</i> Світовий досвід фінансової підтримки інноваційного розвитку підприємств.....	127
<i>Корнілова І.М.</i> Вибір стратегії інтелектуальної власності підприємства: методичні аспекти.....	132
<i>Кривоногова І.Г., Мужайло В.Д.</i> Фактори формування інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства і його ресурсне забезпечення.....	137
<i>Куліш І.М.</i> «Дахові ферми» як результат впливу пермакультури.....	143
<i>Кухарская Н.А.</i> Проблемы научно-технологической безопасности Украины и пути их преодоления.....	147
<i>Литвин О.Ю.</i> Перспективність інвестицій в житлове будівництво.....	151
<i>Лупак Р.Л.</i> Транскордонне співробітництво регіонів у контексті реалізації державної політики імпортозаміщення.....	154
<i>Малєєва М.С., науковий керівник Гіржєва О.М.</i> Інноваційна стратегія як засіб стабілізації розвитку підприємства.....	158
<i>Малішевська Б.О., науковий керівник Процак К.В.</i> Інноваційний розвиток туризму в українських реаліях сьогодення.....	163
<i>Марченко О.В., Голобородько О.П.</i> Шляхи розвитку інноваційної інфраструктури регіонів України.....	168
<i>Меджибовська Н.С., Кліменко А.Є.</i> Моделювання стратегії поведінки продавця в електронних закупівлях.....	171
<i>Мельник Л.Г., Дегтярьова І.Б., Шевельова Д.С.</i> Конкурентні стратегії підвищення енергоефективності економіки України: досвід ЄС.....	176
<i>Мироненко Н.А., Кириченко А.В., Свиренко С.И.</i> Особенности перехода на концепцию бережливого производства в условиях ПАО «ДТЭК Днепрооблэнерго».....	182
<i>Негру А.В., научный руководитель Федорова Ю.В.</i> Ловушки на пути инновационного развития Украины.....	187
<i>Новікова І.В., науковий керівник Дрогомирецька М.І.</i> Стартап як нова форма розвитку інноваційної підприємницької діяльності.....	192
<i>Новікова Н.С., науковий керівник Третьякова О.В.</i> Сучасні фінансово-економічні проблеми функціонування та розвитку підприємств, установ та організацій.....	196
<i>Павленко О.П.</i> Стратегічні напрями розвитку інвестиційної діяльності аграрного сектору економіки.....	199
<i>Петренко Н.А., науковий керівник Федотова Т.А.</i> Інноваційна політика підприємства.....	204

<i>Піддубна В.Г., науковий керівник Коваленко В.В.</i> Вплив інформаційної економіки на розвиток маркетингового комплексу банків.....	208
<i>Поліщук Т.А.</i> Проблеми і можливості підвищення інноваційної чутливості промислових підприємств в процесі технологічних змін...	213
<i>Пурій Г.В.</i> Економічний розвиток в умовах трансформації.....	219
<i>Рассадинова С.І.</i> Інвестиційна політика в сфері природокористування: теоретичні та прикладні проблеми.....	225
<i>Сидор Г.В.</i> Інвестиційне забезпечення пріоритетних галузей економіки	230
<i>Сорокіна А.М.</i> Актуальність інноваційної діяльності та проблеми регулювання.....	235
<i>Стець Ю.Г., науковий керівник Лучко Г.Й.</i> Інвестування інноваційного розвитку підприємств України.....	241
<i>Стригун В.Ю., науковий керівник Дрогомирецька М.І.</i> Формування туристичних кластерів як інструмент розвитку внутрішнього туризму в Україні.....	245
<i>Тенета В.М.</i> Основні методи формування ставки дисконтування.....	251
<i>Тульчинський Р.В.</i> Стратегічне управління забезпеченням економічної безпеки регіонів України.....	257
<i>Фалат І.О., науковий керівник Нікшич С.М.</i> Теоретичні й методологічні засади розвитку підприємництва в сільському зеленому туризмі.....	260
<i>Федотова Т.А., Завгородня А.</i> Основні проблеми працевлаштування молоді в Україні.....	264
<i>Федотова Т.А., Олєфірова І.С.</i> Диференціація доходів населення за умов сучасної кризи.....	268
<i>Федотова Т.А., Шип Д.</i> Вторинна зайнятість студентської молоді України.....	271
<i>Фрунза С.А.</i> Сучасний стан та напрямки реалізації аграрної політики в інвестиційній сфері.....	276
<i>Чаплигіна Д.В., науковий керівник Пурій Г.В.</i> Використання світового досвіду впровадження інновацій в Україні.....	281
<i>Червінська Л.П., Червінська Т.М.</i> Соціальні аспекти інноваційних процесів.....	286
<i>Шехлович А.М., науковий керівник Волошин В.І.</i> Інструменти створення ефективної системи комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.....	291
<i>Шпортко Г.Ю.</i> Показники аналізу та оцінки інвестиційної привабливості підприємства.....	295

#### Секція 4

### МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Бабенко В., науковий керівник Сокиринська І.Г.</i> АВС-аналіз як інструмент раціонального управління та оптимізації запасів.....	301
<i>Безверхня Ю.В.</i> Контролінг в умовах глобалізації: управлінський аспект.....	307
<i>Бержанір І.А., Скиба А.І.</i> Напрями вдосконалення обліку розрахунків з постачальниками і підрядниками.....	311
<i>Бігарі Л.І., науковий керівник Ліба Н.С.</i> Місце внутрішнього контролю інвестицій в загальній системі управління підприємством...	314
<i>Бігун У.В.</i> Принципи узгодження економічних інтересів суб'єктів енергоринку у процесі інтеграції з ЄС.....	320
<i>Бідзіля І., науковий керівник Максименко Д.В.</i> Інформаційна база управлінського обліку.....	324
<i>Бобалік К.О., науковий керівник Ліба Н.С.</i> Облікова інформація як основа задоволення сучасних потреб управління.....	328
<i>Бондар Ю.А.</i> Стандартизація та аудит в системі управління організацією.....	333
<i>Ведмідь О.Г., науковий керівник Бондарчук Н.В.</i> Теоретичні аспекти обліку доходів.....	338
<i>Гайдаєнко О.М.</i> Оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації рівня фінансового ризику.....	342
<i>Гільорме Т.В., Єлісеєв Є.Ю.</i> Удосконалення методики обліку виплат працівникам.....	347
<i>Гордєєва-Герасимова Л.Ю.</i> Вплив інвестицій на економіку регіонів та ключові напрямки їх подальшого впровадження.....	352
<i>Грибовська Ю.М., Савченко А.М.</i> Використання нерозподіленого прибутку підприємства.....	357
<i>Грибовська Ю.М.</i> Фінансові інструменти: визнання та оцінка за МСФЗ.....	361
<i>Гриценко О.М.</i> Необхідність оперативного обліку в системі управління вітчизняних суб'єктів господарювання.....	367
<i>Данилова В.Є., Гільорме Т.В.</i> Проблемні питання щодо обліку переоцінки основних засобів на промисловому підприємстві.....	371
<i>Даниш Н.І., Турок М.М., науковий керівник Максименко Д.В.</i> Методи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції.....	374
<i>Довбня С.Б., Чабанець Т.М.</i> Методичний інструментарій діагностики результативності діяльності підприємства.....	378
<i>Дубовик С.Г.</i> Результативність діяльності підприємства.....	382
<i>Єгорова О.В.</i> Методика економічного аналізу якості продукції.....	386
<i>Єрмолаєва М.В., Лега І.А.</i> Відображення інформації про розрахунки за кредитами банку у фінансовій звітності.....	390
<i>Журавель Ю.В., Старик Р.Я.</i> Стратегічне планування.....	395

конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості.....	
<i>Зелікман В.Д., Цибаненко М.В.</i> Напрями удосконалення організації обліку витрат на будівельному підприємстві.....	401
<i>Ілляшенко К.В.</i> Проблеми складання статистичної звітності в бухгалтерському обліку.....	406
<i>Кобець С.П., Власенко Н.С.</i> Методи діагностики ймовірності настання банкрутства підприємства у сучасних умовах.....	410
<i>Коваленко О.О., науковий керівник Лисенко В.В.</i> Прийняття управлінських рішень в менеджменті та їх оптимізація на сучасному етапі в Україні.....	416
<i>Козенкова Н.П.</i> Формування системи управління виробничими витратами.....	421
<i>Коломієць А.І., науковий керівник Дрогомирецька М.І.</i> Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні.....	427
<i>Корчагіна В.Г.</i> Облікові особливості відображення забезпечень наступних витрат і платежів підприємства.....	431
<i>Крамаренко С.О., науковий керівник Костякова А.А.</i> Стратегічний підхід до управління витратами.....	435
<i>Крамська Д.О., науковий керівник Лисенко В.В.</i> Коучинг – інструмент впливу на діяльність працівників підприємств.....	439
<i>Кривошей Т.М., Кротова Л.В., Гільорме Т.В.</i> Організація обліку розрахунків з контрагентами в умовах кризи неплатежів.....	444
<i>Кугій А.А., науковий керівник Корогодова О.О.</i> Ефективне управління агропромисловими підприємствами України на шляху транснаціоналізації.....	448
<i>Лазановський П.П.</i> Застосування логістичного підходу в операційному управлінні матеріальними потоками поліграфічного підприємства.....	452
<i>Лега О.В., Мироненко О.В.</i> Особливості придбання паливно-мастильних матеріалів за талонами.....	458
<i>Лепеха Д.В., Король Г.О.</i> Напрями удосконалення обліку виробничих запасів.....	463
<i>Лисенко Д.Д., науковий керівник Лисенко В.В.</i> Ефективність управління персоналом – запорука успіху сучасної організації.....	468
<i>Лобода Н.О.</i> Лізинг як інвестиційний концепт: обліково-аналітичний дискурс.....	474
<i>Лонь Д.С., науковий керівник Гайдаєнко О.М.</i> Порівняння методик визначення кредитоспроможності позичальника.....	479
<i>Максименко Д.В.</i> Організація збалансованої системи показників на підприємстві.....	485
<i>Молодецька О.М., Цибуля Ю.К.</i> ПДВ як ціноутворюючий фактор.....	489
<i>Мотринець К., науковий керівник Максименко Д.В.</i> Управлінський облік витрат.....	493
<i>Муштай В.А.</i> Стратегічне планування та організація збутової діяльності підприємства.....	497



<i>Нехай В.В.</i> Методи усунення організаційних проблем збуту продукції сільськогосподарського машинобудування.....	502
<i>Паладій А.Є., науковий керівник Корчагіна В.Г.</i> Вплив якості аудиту на ефективність управління підприємством.....	506
<i>Панасенко Д.О., Гільорме Т.В.</i> Організація внутрішнього аудиту витрат промислового підприємства .....	511
<i>Петренко А.В.</i> Маркування біотехнологічної та органічної продукції як маркетинговий інструмент підприємницької діяльності.....	515
<i>Пінчук Ю., науковий керівник Волкова Н.А.</i> Кореляційний аналіз як метод стохастичного факторного аналізу.....	518
<i>Плекан У.М., Панухник О.В.</i> Сучасні тенденції розвитку інструментів корпоративної благодійності: зарубіжний досвід та особливості використання в Україні.....	523
<i>Синиціна Ю.П.</i> Модель координації організаційних рішень.....	527
<i>Ліпський Р.В., Тараненко Я.Г.</i> Облік реалізації продукції в площині використання інформаційних технологій.....	531
<i>Тесленко А.В., Гільорме Т.В.</i> Організація управлінського обліку виробничих запасів підприємства.....	536
<i>Федорчук О.М.</i> Щодо оцінки ефективності функціонування елементів виробничої інфраструктури аграрного сектору.....	539
<i>Худенко М.В., науковий керівник Гончаренко М.Л.</i> Методологія оцінки конкурентоспроможності підприємства.....	545
<i>Черненко К.В., Рудченко О.О.</i> Документальне забезпечення витрат на виробництво продукції рослинництва.....	549

## Секція 5

### СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Буркат О.М., науковий керівник: Костякова А.А.</i> Теоретичні основи обліково-аналітичного забезпечення управління розрахунками з контрагентами .....	555
<i>Водник В., науковий керівник: Волкова Н. А.</i> Місце економічного аналізу в системі наук .....	559
<i>Волошин В.С.</i> Концептуальні інформаційні моделі управління машинобудівним підприємством .....	564
<i>Єлізарова К. С., Коваленко І. В.</i> Переваги та недоліки впровадження електронного кабінету платників податків .....	568
<i>Каминський П.Д., Різва О. С.</i> Теоретичні аспекти кредиторської заборгованості та особливості оподаткування розрахунків із постачальниками та підрядниками в Україні .....	572
<i>Книш А. В., науковий керівник: Костякова А.А.</i> Теоретичні аспекти стратегічної управлінської звітності та підходи до її побудови .....	576
<i>Козенкова В.Д.</i> Основні підходи до моделювання репутаційних	580

активів .....	586
<i>Костякова А.А.</i> Становлення та розвиток стратегічного управління обліку .....	586
<i>Кушнір Т.М.</i> Аналіз проблем та обґрунтування доцільності використання послуг інститутів інформаційно-аналітичної інфраструктури в маркетинговій діяльності підприємства .....	589
<i>Нетреба І.О.</i> Теоретичні засади побудови маркетингової інформаційної системи на підприємстві в сучасних умовах .....	594
<i>Параскеєва А.М., Шиков Н.Н.</i> Спосіб корективної номенклатури товарних поставок .....	597
<i>Попадинець Н.М.</i> Інформаційне забезпечення регулювання ринку споживчих товарів .....	603
<i>Попель С.А.</i> Інформування громадян з питань дотримання митних правил .....	608
<i>Прус Л.Р.</i> Інформування та консультування як сервісна функція митної адміністрації .....	612
<i>Руда Т.В.</i> Особливості нормативного врегулювання автоматизації процедур митного контролю та митного оформлення водних транспортних засобів в Україні .....	616
<i>Севрук Є. М.</i> Інформаційна база управління фінансуванням оборотних активів підприємства .....	622
<i>Сокиринська І.Г.</i> Використання показників грошового потоку для діагностики платоспроможності та ефективності діяльності підприємства .....	626
<i>Трушкіна Н.В.</i> Підвищення ефективності організації збутової діяльності вугледобувних підприємств на основі інформаційно-комунікаційних і логістичних технологій .....	632
<i>Фрадинський О.А.</i> Система попередньої інформації про пасажирів (API) та система реєстрації пасажирів (PNR) як джерела інформації для здійснення митного контролю .....	636
<i>Хомин П. Я.</i> Вітчизняна теорія бухгалтерського обліку на тлі запозичень із зарубіжної .....	640

### **СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

*Андрощук М.С.,  
економіст  
Дейнега І.О., к.е.н.,  
доцент кафедри менеджменту  
Рівненський державний гуманітарний університет  
2005dey@rambler.ru*

#### **КОМУНІКАЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ ОСВІТНІХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЯК БАЗОВА СКЛАДОВА ЇХ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Для взаємодії із ринком освітні організації класично використовують так званий комплекс маркетингових комунікацій. Маркетингові комунікації часто ототожнюють із поняттям просування, яке є одним із елементів комплексу маркетингу. Маркетингові комунікації являють собою концепцію, трохи ширшу, ніж просування. Суб'єкти комунікації є учасники ринку не тільки в області рекламної діяльності, а й у всій діяльності організації, в тому числі і в управлінні продуктами, ціноутворенні і процесі розподілу. Традиційні методи просування, що спрямовані на інформаційну взаємодію організації із навколишнім середовищем включає в себе такі заходи, як зв'язки з громадськістю, рекламу, стимулювання збуту, особисті продажі і прямий маркетинг. Однак, оскільки зв'язок із навколишнім середовищем є динамічним явищем, можна спостерігати систематичний розвиток нових форм маркетингових комунікацій, пов'язаних із розвитком електронних засобів зв'язку, починаючи від Інтернет-комунікацій і мобільних пристроїв, закінчуючи нестандартними формами спілкування з клієнтом, такими як вірусний маркетинг, маркетинг «із вуст у уста» (або Buzz - маркетинг), партизанський маркетинг, маркетинг навколишнього середовища, ведення блогу, реклама у відеоіграх, позиціонування товару тощо.

Однією із найбільш швидко зростаючих в останні роки є така форма маркетингових комунікацій як мобільний маркетинг – будь-які рекламні заходи, що реалізуються із використанням мобільних телефонів. Мобільний зв'язок істотно змінив спосіб спілкування з клієнтами, не прив'язуючи отримання інформації до місця, де знаходиться одержувач, що дозволяє досягти повнішого охоплення аудиторії і точнішої її оцінки, ніж, наприклад, при використанні засобів масової інформації [1, с. 130].

Основною формою маркетингу за допомогою мобільних телефонів SMS (Short Message Service) є сервісна функція, що дозволяє надсилати короткі текстові повідомлення. З розвитком технології і підвищенням доступності мобільних телефонів, що мають функції комп'ютера, ширшій аудиторії (від засобів масової інформації в веб-браузер) нові форми мобільного маркетингу, такі як мобільні додатки, QR-коди і кампанії, що проводяться за допомогою технології Bluetooth.

Особливого значення в освітній сфері має використання так званого маркетингу «із вуст в уста», який використовується у практиці маркетингу тільки декілька років і суттєво відрізняється від традиційного маркетингу. Його засобами є добровільні, спонтанні і незалежні розмови потенційних, діючих, а іноді колишніх споживачів. Основний принцип цього маркетингу полягає у тому, щоб стимулювати споживачів говорити про організацію через створення цікавих тем для обговорення, тому що тільки питання, котрі представляють інтерес із точки зору їх одержувачів можуть викликати феномен «із вуст в уста» та розповсюдження інформації. Важливим для споживачів також є те, щоб розділити конкретні можливості і інструменти, які вони можуть використовуватися для надання інформації про, наприклад, створення соціальних мереж, таких як форуми або блоги.

Не менш важливим аспектом і часто ключем до успіху в області маркетингу «із вуст в уста» є дотримання принципів ділової етики (наприклад, не подавати неправдиву інформацію про діяльність або продукти конкурентів), так як тільки така дія може створити стійкий зв'язок зі споживачами,

побудувати їх довіру до бренду і, таким чином, внести свій вклад в успіх маркетингової діяльності організації [2, с. 193-200].

Серед усіх вітчизняних освітніх закладів найбільшу увагу комплексу маркетингових комунікацій приділяють ВНЗ, котрі включають в нього переважно такі елементи (рис. 1).

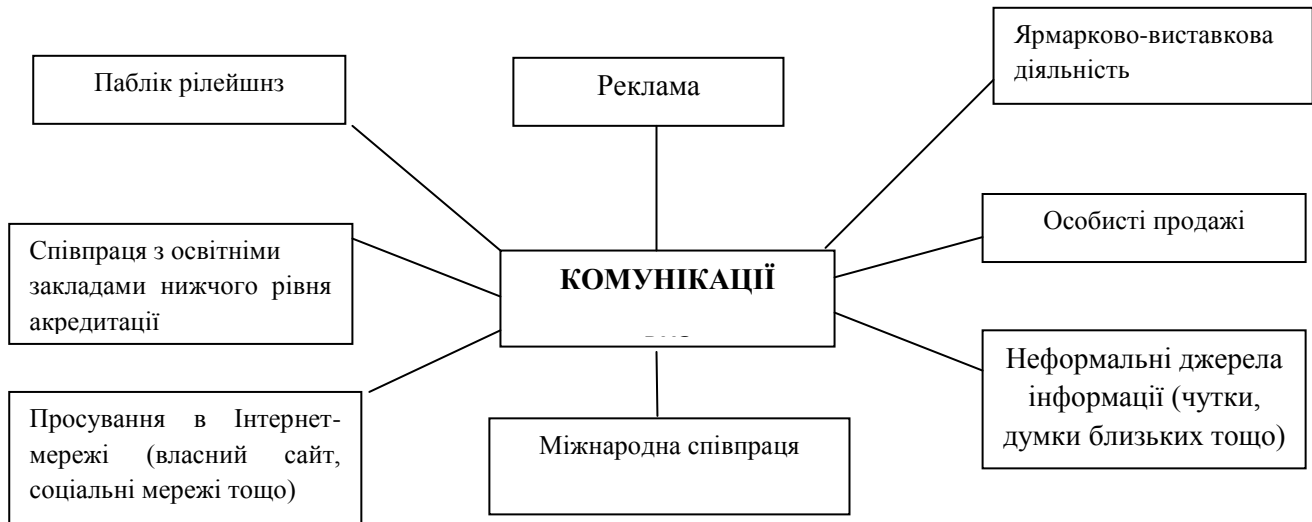


Рисунок 1 - Елементи маркетингових комунікацій, що найчастіше застосовують ВНЗ  
*Джерело: напрацювання власне*

Для просування своїх освітніх послуг ВНЗ м. Рівного використовують такі елементи комунікаційного міксу: рекламу (друковану: буклети, листівки, візитки, календарі кишенькові та настінні; в газетах, на радіо і телебаченні; зовнішню (на навчальних корпусах, білборди тощо)); паблік релейшнз (висвітлення в місцевих ЗМІ інформації про основні події, які відбуваються у ВНЗ; офіційний сайт; участь викладачів у соціальних проектах, проектах, що фінансуються міжнародними організаціями, держбюджетом України та обласною радою тощо); особисті продажі (відкриті заняття, профорієнтаційна робота); співпрацю із закладами нижчого рівня акредитації, працедавцями, міжнародними організаціями.

Пріоритетним і таким, що найкраще сприймаються цільовою аудиторією, є елементи комунікаційного міксу, які можуть бути реалізовані за допомогою Інтернет, в тому числі соціальних мереж. За таких умов важливе значення у

побудові комунікації між освітнім закладом і його споживачами має розробка і використання власних сайтів. Застосування Інтернет-ресурсів у комунікаційній діяльності є бажаним ще й тому, що дозволяє значно розширити охоплення цільової аудиторії, в тому числі і комунікувати із закордонними споживачами.

В майбутньому потрібно інтенсифікувати інформаційну роботу за кордоном, щоб переконати потенційних студентів у безпечності навчання в Україні. Для української вищої освіти розширення експорту освітніх послуг вигідне, по-перше, з економічної точки зору: підготовка фахівців для зарубіжних країн стає однією з найбільш вигідних статей доходу, особливо в умовах слабого фінансування сфери освіти. По-друге, з точки зору підвищення якості освіти: прагнення залучити іноземних студентів спонукає українські ВНЗ до формування системи підготовки фахівців із урахуванням вимог світового ринку праці до якості освіти та напрямів підготовки фахівців [3].

Результати дослідження сайтів українських ВНЗ дозволили підтвердити дослідницьку гіпотезу, що вітчизняні ВНЗ через свої веб-сайти не надають повну інформацію про якість освітніх послуг, і не використовують різні типи форм поширення інформації. Дослідження також встановило, що такі фактори, як організаційно-правова форма ВНЗ, кількість напрямків навчання та ступінь акредитації, мають значний вплив на якість і кількість інформації про якість освітніх послуг, представлених на веб-сайті ВНЗ.

Важливо використовувати не одиничні комунікаційні заходи, а поєднувати їх у часі і просторі. Це дасть можливість отримати так званий ефект синергії, тобто підсилення єдино направлених заходів.

Ефект синергії виникає за рахунок об'єднання переваг, властивих кожному інструменту маркетингових комунікацій окремо. Якщо повідомлення паблік рілейшнз користуються більшою довірою з боку одержувачів маркетингової інформації, реклама дозволяє проінформувати і навчити використовувати товар масову аудиторію, а стимулювання збуту підштовхнути її до певних дій, то використовувані спільно, ці інструменти маркетингової комунікації здатні досягти всіх цих результатів відразу. Ефект синергії дозволяє

нівелювати недоліки кожного інструменту маркетингових комунікацій. Реклама в поєднанні з паблік рілейшнз і іншими заходами маркетингових комунікацій вже не буде така набридлива, а дорогі зусилля по організації особистих продажів спрямовані тільки на ту аудиторію, яка дійсно зацікавлена в цих контактах.

Інтегровані комунікації дозволяють виробникам з більшою ефективністю розпорядитися коштами з бюджету маркетингових комунікацій, так як ефект синергії передбачає досягнення високих результатів на кожную гривню, витрачену на інвестиції в маркетингові комунікації, або економію витрат і зниження інвестицій при тих же результатах [4, с. 10].

### **Список використаної літератури**

1. Percy L. Strategic Integrated Marketing Communication Theory and Practice, Elsevier, Oxford, 2008.
2. Kelly L. Beyond Buzz. The Next Generation of Word-of Mouth Marketing, AMACOM, New York, 2007.
3. Лозовий В.С. Україна на міжнародному ринку освітніх послуг вищої освіти. Аналітична записка/ В.С. Лозовий // Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1695/>. – Назва з екрану.
4. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Перевод с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб: Питер, 2001.

*Апарова О.В., д.е.н., доцент  
професор кафедри менеджменту  
Державний університет телекомунікацій  
oksanova1502@i.ua*

## **МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Масове використання інформаційно-телекомунікаційних технологій на основі прямих зв'язків без посередників сприяє свободі переміщення інформації і нематеріальних активів та створює значні переваги в суспільному розвитку.