

**Електронний додаток до матеріалів  
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:  
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

**Тези доповідей**

14 листопада 2019 року  
м. Харків, Україна

Харків  
2019

*Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 2 від 17.10.2019 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 13 від 23.10.2019 р.)*

**Рецензенти:** **Криворучко Оксана Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету;

**Назарова Галина Валентинівна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та соціальних наук Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця;

**Перерва Петро Григорович** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри організації виробництва та управління персоналом Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

**Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики :** матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 14 листопада 2019 р. Харків : ФОП Лібуркіна А. М., 2019. 104 с. Укр. мова, рос. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників, проведених у рамках чотирнадцятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліbermanу. Розглянуто питання теоретичних і прикладних засад формування та активізації інноваційних процесів на всіх економічних рівнях відносин в Україні, управління розвитком діяльності підприємств в умовах міжнародної конкуренції, проблем розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності підприємств. Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції на електронному носії.

Видання може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, для формування практичних рекомендацій та управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку економіки. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, науковим, освітнім і громадським організаціям, науковцям, аспірантам і студентам економічних спеціальностей.

## ЗМІСТ

### Секція 1. Стратегічне управління конкурентоспроможністю та впровадженні інновацій

<i>Алексеев І. В., Паранчук С. В., Червінська О. С.</i> Податкові і неподаткові потоки у забезпеченні конкурентоспроможності виробничого комплексу ОТГ .....	113
<i>Белікова Н. В., Іванова О. Ю., Леванда О. М.</i> Дослідження сутності адаптаційного потенціалу в економічних теоріях .....	117
<i>Вацьковски К. С., Гордиенко А. Ю.</i> Стратегический мониторинг внедрения инноваций: опыт Польши .....	122
<i>Верещагіна Г. В., Сушко К. В.</i> Оптимізація транспортно-логістичної діяльності підприємства .....	126
<i>Герашченко І. М., Санжаревська А. А.</i> Аналіз процесу оцінки якості управління персоналом підприємства .....	130
<i>Гордієнко К. Д., Авраменко О. В.</i> Аналіз теоретичних підходів до визначення поняття «збутова діяльність» .....	135
<i>Гур'янов В. П.</i> Сутність логістичних систем промислових підприємств .....	139
<i>Губарева І. О., Ярошенко І. В.</i> Оцінка конкурентоспроможності обробної промисловості ЛПК країни.....	143
<i>Демченко Г. В.</i> Контент-маркетинг як інструмент сучасних інтернет-технологій на підприємстві.....	147
<i>Задорожна С. І., Авраменко О. В.</i> Проблеми транспортно-складської діяльності в харчовій промисловості.....	152
<i>Захаров В. А.</i> Стан операційного менеджменту на промислових підприємствах.....	155
<i>Зубко Д. О.</i> Формування архітектури брендів торговельного підприємства.....	160
<i>Іванов С. В., Ляшенко В. І., Трушкіна Н. В.</i> «Зелена» трансформація транспортно-логістичної системи	

як чинник підвищення конкурентоспроможності національної економіки України .....	164
<i>Іванов С. В., Ляшенко В. І., Солдак М. О.</i> Інститути регіонального розвитку як елементи конкурентоспроможної мезоекономіки .....	169
<i>Івашура А. А., Борисенко О. М.</i> Інноваційний підхід до організації продажів на основі усвідомленого споживання.....	174
<i>Козлова І. М.</i> Аналіз сучасних інвестиційних процесів в Україні .....	179
<i>Колодізева Т. О.</i> Перспективи формування локальних ланцюгів поставок в Україні .....	184
<i>Липов В. В.</i> Цифрова економіка та трансформація інструментарію забезпечення глобальної конкурентоспроможності .....	188
<i>Михайленко Д. Г.</i> Світовий і вітчизняний досвід інноваційного розвитку «розумних» міст.....	193
<i>Панченко А. С.</i> Оцінювання конкурентної позиції банківських послуг .....	196
<i>Пасько М. І.</i> Маркетинг як базова функція управління підприємством.....	201
<i>Полякова О. Ю., Шликова В. О.</i> Методи прогнозування технологічного розвитку: перспективи для України .....	205
<i>Полякова Я. О.</i> Ключові характеристики процесу впровадження інноваційної стратегії у зовнішньоекономічну діяльність підприємства.....	209
<i>Резнікова Т. О., Нікітченко Є. А.</i> Перспективи розвитку лізингу на міжнародному та українському ринках.....	214
<i>Решетняк О. І.</i> Проблеми науково-технологічного забезпечення інноваційної моделі розвитку економіки України .....	219
<i>Сігаєва Т. Є., Ханіна К. С.</i> Сучасні тенденції розвитку мультимодальної системи перевезення вантажів.....	224



<i>Салашенко Т. І.</i> Ринкова інфраструктура як передоснова створення конкурентного ринку електричної енергії.....	228
<i>Самойленко В. В.</i> Стратегічні критерії результативності роботи для різних організаційних рівнів .....	233
<i>Стаматін О. В.</i> Перспективи та можливості застосування мобільних модулів NFC в системах контролю оплати проїзду на громадському транспорті.....	238
<i>Строкович Г. В., Тітур Іванс.</i> Взаємозв'язок стратегічного управління та культури організації .....	243
<i>Стрюков О. В.</i> Стратегічне управління міжнародною діяльністю підприємства.....	248
<i>Ткаченко В. С.</i> Удосконалення логістичного менеджменту на сучасному підприємстві .....	252
<i>Томах В. В., Коршкова А. Є.</i> Сучасні засоби мотивації працівників на підприємстві .....	256
<i>Торяник К. С.</i> Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах діяльності .....	261
<i>Тур О. В.</i> Стратегічне управління міжнародною діяльністю підприємства.....	265
<i>Черевко Д. А.</i> Логістика постачання в системі управління ланцюгами поставок.....	269

## **Секція 2. Управління розвитком діяльності підприємств в умовах міжнародної конкуренції**

<i>Астахова І. Е., Азаркін Д. О.</i> Толінг як один зі способів підвищення ефективності експортної діяльності підприємства ...	273
<i>Астахова І. Е., Бабенко Д. С.</i> Social media marketing як інструмент просування послуги і товару в соціальних мережах .....	277
<i>Астахова І. Е., Земляк Р. А.</i> Особливості процесу управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства .....	281

<i>Астахова І. Е., Косяк Д. Б.</i> Проблеми просування української продукції на зовнішніх ринках через явище об'єктивації у вітчизняній рекламі .....	285
<i>Астахова І. Е., Шевченко В. В.</i> Підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств України за допомогою ефективної стратегії маркетингу .....	289
<i>Астахова І. Е. Шеноголець А. В.</i> Вплив маркетингових комунікацій на формування конкурентних переваг підприємства .....	293
<i>Бестужева С. В.</i> Організаційно-правові аспекти формування ефективної державної політики підтримки експорту.....	297
<i>Бондаренко Л. М., Ковальова А. А.</i> CRM-система як основа підвищення конкурентоспроможності ІТ-підприємства.....	300
<i>Дейнеко Є. О.</i> Сучасні тенденції розвитку транспортно-логістичних систем .....	304
<i>Єнченко О. Ю.</i> Застосування RFID-технологій при формуванні ефективної логістичної системи на підприємстві .....	308
<i>Жихарева Т. С.</i> Стратегічні пріоритети розвитку управління конкурентоспроможністю підприємства .....	311
<i>Козуб В. О., Величко К. Ю.</i> Особливості формування міжнародних конкурентних переваг на підприємствах ресторанного господарства .....	314
<i>Козуб В. О., Пасічніченко Д. І.</i> Механізм підвищення конкурентоспроможності кадрового потенціалу підприємства на міжнародному ринку.....	318
<i>Костіна О. М.</i> Особливості процесу розробки та реалізації управлінських рішень на підприємстві .....	322
<i>Кулішенко А. О.</i> Формування експортної стратегії промислового підприємства .....	326
<i>Лоцкіна Д. А.</i> Особливості формування маркетингової стратегії підприємства на зовнішньому ринку.....	330
<i>Луценко Н. А.</i> Сучасні світові тренди у сфері вищої освіти .....	335

<i>Піддубна Л. І., Полякова Н. О.</i> Особливості динаміки міжнародної конкурентної позиції України у рейтингу глобальної конкурентоспроможності країн .....	340
<i>Піддубний І. О., Ширяєва Ю. Ю.</i> Методичні аспекти формування інформаційної бази системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства .....	345
<i>Проскурніна Н. В., Грида М. О.</i> Формування стратегії розвитку експортної діяльності підприємства в умовах інноваційної економіки .....	349
<i>Проскурніна Н. В., Макарова Д. С.</i> Використання маркетингового аналізу в експортній діяльності підприємства .....	352
<i>Проскурніна Н. В., Маліка А. В.</i> Етапи і принципи формування стратегії розвитку експортного потенціалу підприємства .....	356
<i>Проскурніна Н. В., Малигіна Є. Ю.</i> Роль стратегічного маркетингу в діяльності підприємства .....	360
<i>Резнікова А. В.</i> Стратегія експортної діяльності підприємства.....	365
<i>Резнікова Т. О., Боброва Я. Я.</i> Ефективне формування міжнародних резервів країн світу .....	368
<i>Резнікова Т. О., Чефранова К. Р.</i> Вплив глобалізації на розвиток фондового ринку України .....	372
<i>Синюта А. Р., Новосельцева В. І.</i> Методичні особливості організаційного проектування системи управління міжнародною конкурентоспроможністю .....	376
<i>Сулейманова А. Г.</i> Особливості процесу формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства .....	380
<i>Шпілевський О. В.</i> Використання в Україні «зелених» тарифів на електричну енергію в умовах технологічного розвитку геліогенерації .....	385
<i>Щигарев С. О.</i> Методи оцінки та мінімізації ризиків при здійсненні експортної діяльності підприємством.....	390

### **Секція 3. Проблеми розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності підприємств**

<i>Булеев І. П., Брюховецька Н. Ю.</i> Інноваційні інвестиції – домінанта системного реформування економіки: методологічний аспект.....	395
<i>Льяшенко Г. В.</i> Сучасний мотиваційний механізм підвищення ефективності управління персоналом.....	400
<i>Кащеева Д. В.</i> Управління знаннями в системі інноваційного розвитку організації.....	404
<i>Костенко Д. М.</i> Законодавче та нормативно-правове забезпечення стимулювання використання та виробництва біопалива в Україні.....	409
<i>Красноусова О. М.</i> «Розумне» місто як прояв впливу агломераційних процесів на розвиток інноваційної складової регіональної інфраструктури.....	413
<i>Лисиця Н. М., Ус М. І.</i> Напрямки інноваційної діяльності як основа конкурентоспроможності підприємств.....	417
<i>Лях І. І.</i> Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку національної економіки.....	422
<i>Лях О. В.</i> Інтегрована політика щодо технологічного розвитку промисловості (досвід економічно розвинутих країн).....	426
<i>Матюшенко І. Ю., Кобзева М. Ю.</i> Напрями інтеграції України з ЄС: перспективи для інноваційного розвитку української економіки та суспільства.....	431
<i>Нікітіна А. В., Стищенко Т. О.</i> Інвестиційні процеси в агробізнесі України: загальні тенденції та проблеми.....	438
<i>Палант О. Ю., Стаматін В. В.</i> Елементи організаційно-економічного механізму систем автоведення поїздів як інноваційна діяльність підприємств метрополітенів країни.....	442
<i>Sandal Jan-Urban.</i> Museum Science and the Creation of Artifacts based on the Production Function.....	447
<i>Хаустова В. Є., Лелюк О. В.</i> Особливості розвитку електроенергетичного сектора України.....	451

УДК 339.138

## **SOCIAL MEDIA MARKETING ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГИ І ТОВАРУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

**Астахова Ірина Едуардівна**, к. е. н., доцент,  
доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту  
зовнішньоекономічної діяльності  
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця,  
e-mail: iastahova11@gmail.com

**Бабенко Дарія Сергіївна**, студент 3 курсу  
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця,  
e-mail: dary.babenko@gmail.com

На сьогодні SMM (Social media marketing) набирає стрімку популярність, соціальні мережі активно впроваджуються у наше побутове життя. Ми звикли вибирати, купувати, вивчати в Інтернеті все, що нам цікаво. Завдяки цим неминучим звичкам компаніям, які продають, доводиться йти в ногу з часом і бути на одній хвилі з клієнтом. Для того щоб завоювати лояльність і увагу споживача, потрібно бути сучасним і відповідати запитам сучасності.

SMM - це новий, але дуже перспективний спосіб просування товарів і послуг за допомогою форумів, соціальних мереж, сервісів миттєвих повідомлень, тобто всіх доступних на сьогодні соціальних медіа-каналів. Він з'явився на ринку маркетингу всього 7 років тому і вже встиг довести свою ефективність [2].

Розглянемо головні особливості SMM-просування:

1. Пряма комунікація з цільовою аудиторією.
2. Відстеження реакції аудиторії в постійному режимі реального часу.
3. Щоденний і безпосередній контакт з цільовою аудиторією.
4. Великий резонанс при успішності компанії при відносно низькій вартості просування (бажання користувачів ділитися інформацією, поширювати пости про бренд).
5. Оперативність.
6. Широке охоплення цільової аудиторії.
7. Нарощування онлайн і офлайн-активності в соціальних медіа.
8. Використання таргетингової реклами.

9. Можливість використання нестандартних інтерактивних форматів. 10. Маркетинг подій [1; 3].

Спочатку SMM носив хаотичний характер: ніхто не сприймав серйозно це явище, всі заводили свій блог, писали коментарі з посиланнями на продавців або майстрів, ділилися вподобаннями на товари і послуги. Всі ці дії спочатку носили неофіційний характер і винагороди блогерів були чисто символічними. Справжня активність SMM почалася з розвитку соціальних медіа, а саме з Instagram і Facebook. З моменту, коли число користувачів стало перевищувати більше десятків мільйонів, рекламний ринок значно розширив свої дії [4].

Це сталося в 2008 році, він був переломним для соціальних медіа. Слідом за цим став підвищуватися попит на SMM-агентства і фрілансерів. Насправді для рекламодавців це була прекрасна можливість, щоб максимально точно впливати на свою конкретну цільову аудиторію. Це могло вирішити всі проблеми з вирішенням насущних бізнес-питань, а також прискорити ефективне просування бренда. Але, на жаль, в Україні на той момент не всі сприйняли цей шанс і це ніяк не змогло прижитися. Через незнання SMM-ринку підприємці допускали грубі помилки, наприклад, не брали до уваги прозорість контекстної реклами, які в подальшому стали негативно позначатися на розвитку ринку [5].

Соціальні мережі сьогодні мають і все більше набирають величезну популярність серед користувачів Інтернету. Всього за кілька років аудиторія подібних спільнот розрослася в десятки мільйонів відвідувачів. Це обумовлюється тим, що людям подобається комфортно спілкуватися і отримувати багато інформації, дізнаватися моментально про щось нове, отримувати визнання від друзів [6]. Такі величезні майданчики, як Instagram і Facebook, відмінно підходять для реклами. З кожним роком ці майданчики розвиваються більш активно і набувають досконалої форми.

Авторами було проведено дослідження щодо переваг і недоліків SMM просування товарів і послуг, що наведені в табл. 1.

Таблиця 1

## Переваги і недоліки SMM просування товарів і послуг

Переваги SMM-просування	Недоліки SMM-просування
1. Невисока вартість. Ціна за залучення одного відвідувача відносна низька, ніж при використанні інших сервісів	1. Недостатність інформації в аналітиці. Нині дуже непросто дізнатися і проаналізувати дії відвідувачів на сторінці. Складно сказати, звідки і з яких сервісів вони дізналися і перейшли на конкретну сторінку
2. Високий ефект вірусності. За короткий проміжок часу можна підвищити охоплення своєї сторінки за рахунок вірусного ефекту поширення інформації	2. Контроль з боку модераторів мереж. За спам або надмірну активність на своїй сторінці легко можна отримати заморозку сторінки. Можуть заблокувати сторінку з діяльністю компанії
3. Хороші перспективи розвитку. Як відомо, соціальні мережі активно розвиваються. Все більше користувачів з'являються в кожному хвилину, і це число постійно збільшується	3. Наявність розкрученого бренду чи сайту. Якщо розкручується бренд, який вже відомий, то набагато простіше через нього донести потрібну інформацію до потенційного клієнта, і навпаки. Мало відомий бренд вимагає більше зусиль для завоювання уваги

На основі проведеного дослідження можливо зробити висновок, що Social media marketing є основним інструментом просування товарів і послуг від виробника до споживача. Визначені переваги SMM-просування товарів і послуг, зокрема, невисока вартість і високий ефект поширення інформації свідчать про величезну популярність серед користувачів Інтернету. Це, своєю чергою, має значні перспективи формування та розвитку внутрішніх і зовнішніх ринків товарів і послуг в умовах інтернаціонального комунікаційного простору.

**Література**

1. Афанасьев В. Т. Социальная информация. М., 2011. 120 с.
2. Амблер Т. Практический маркетинг. СПб. : Питер, 2000. 213 с.

3. Эволюция интернет-рекламы. URL: <http://lpgenerator.ru/blog/2013/08/08/evolyuciya-internet-reklamy/>

4. Бакланова Ю. О. Эволюция подхода к проектному управлению инновациями: инициатива, проект, программа, портфель. *Современные технологии управления*. 2012. № 3. Номер статьи: 1501. URL: <http://sovman.ru/article/1501/>

5. Кортленд Л. Современная реклама. М. : Довгань, 2010. 610 с.

6. Локк Д. Основы управления проектами. М. : НИППО, 2004. 253 с.

