МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ТЕЗИ
VI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ ТА МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ «АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ»

29 березня 2019 р.

ЛУЦЬК – 2019

УДК 658.8:338(066)

Тези VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих науковців «Актуальні проблеми маркетингового менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки». – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2019. – 232 с.

Відповідальний за випуск: к.е.н., професор Морохова В.О.

Розглянуто та схвалено вченою радою факультету бізнесу Луцького національного технічного університету.

Протокол № 8 від 17 квітня 2019 року.

Тексти тез представлено в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікації, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

© Луцький національний технічний університет, 2019

ЗМІСТ

Алексейчук Аліна Сергіївна, Проскурович Оксана Василівна
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У МАРКЕТИНГУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ **11**

Балаж Софія Ярославівна, Попик Валентина Василівна, Ямкова Юлія Олександрівна
УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМИ МАРКАМИ ТА «ПАРАЗИТИЧНИЙ» МАРКЕТИНГ: ТЕОРЕТИЧНІ І ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ **13**

Баклан Анастасія Юріївна
РЕТАРГЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ **15**

Барбарук Аліна Сергіївна
ГЕОМАРКЕТИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ **17**

Барбарук Аліна Сергіївна
МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ЯК ЄДИНЕ ЦІЛЕ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА **19**

Баркалова Анастасія Володимирівна
ПРОБЛЕМИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ **21**

Бенещук Тетяна Володимирівна
ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ СЕРВІСНОГО ПІДПРИЄМСТВА **23**

Близнюк Анастасія Леонідівна
МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ **25**

Бойко Ольга Вікторівна, Морозович Анастасія Ярославівна
ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ BIG DATA В ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ **27**

Бойко Ольга Вікторівна, Жуковська Валентина Вікторівна
ФУНКЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА **29**

Боліла Світлана Юріївна, Осадчук Ірина Віталіївна
НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНІСТЬ СІМЕЙНИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ **31**

Буняк Надія Михайлівна
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА **33**
Бурак Павло Валерійович
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ: ШЛЯХИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ **35**
Valetska Yuliana, Herasymiak Nelia
EMOTIONAL MARKETING AS A NEW TYPE OF MARKETING **37**
Васютκіна Наталія Володимирівна, Угбабе Едіга Едвардс
ПРОБЛЕМАТИКА УСПІШНОГО ВПРОВАДЖЕННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ **39**
Величко Олександр Віталійович
ЗМІСТ ТА ЗНАЧЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ **44**
Вовк Микола Олександрович
ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПРИНЦИПІВ УПРАВЛІННЯ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ **46**
Войтович Сергій Ярославович, Юхимчук Дмитро Володимирович
МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА ПОСЛУГ **48**
Волощук Олена Михайлівна, Лорві Ірина Федорівна
ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА **50**
Вороніна Вікторія Леонідівна, Онищенко Тетяна Іванівна
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ **52**
Гаврилюк Зоряна Ігорівна, Шостак Людмила Василівна
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОГО КОШИКА НАСЕЛЕННЯ **54**
Гаврилюк Роксолана Романівна, Хвищун Надія Віталіївна
РЕПУТАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЗВО В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ **56**
Гараєв Мікаіл огли
УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ **58**
Гетьман Оксана Олександрівна
ПРОБЛЕМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ **60**

Гнап Анна Ярославівна
ПРОБЛЕМИ НАЛАГОДЖЕННЯ ПАРТНЕРСТВА У ЕКОСИСТЕМІ ІННОВАЦІЙ **62**
Головій Леся Петрівна
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄСМТВІ **64**
Гончарук Олександр Валентинович
ЕТАПИ ПРОЦЕСУ СТВОРЕННЯ ТОВАРНИХ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ **67**
Гопко Алина Александровна
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В КОНСАЛТИНГОВОЙ КОМПАНИИ **69**
Грицаєнко Микола Ігорович
МІСЦЕ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА **71**
Дмитриенко Елена Владимировна
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ **73**
Довба Іванна Василівна, Лиходій Тетяна Вікторівна
МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ РЕГІОНУ **75**
Дюкарєв Дмитро Сергійович
МАРКЕТИНГОВИЙ ЗМІСТ АУТСОРСИНГУ **77**
Дячков Дмитро Володимирович, Вибиванець Анастасія Борисівна
ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА **79**
Зоріна Олена Іванівна, Фадєєнко Валерія Юріївна
ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «БАНКІВСЬКИЙ МАРКЕТИНГ» **81**
Зорянський Віталій Анатолійович
ВИКОРИСТАННЯ GAP-АНАЛІЗУ ПРИ УПРАВЛІННІ БАНКОМ **83**
Зух Валентин Михайлович
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА СКЛАДОВА КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА **85**
Каращук Юлія Миколаївна
ІННОВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ **87**
Кармінська-Бєлоброва Марина Володимирівна
РИЗИК- МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ **89**

Карпенко Діана Володимирівна, Суханова Алла Валеріївна
ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ПРАВИЛЬНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ 91
Клименко Тетяна Анатоліївна
ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ЗАТРАТАМИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА 93
Коваленко Любов Григорівна
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ 95
Коваль Світлана Іванівна
МІСЦЕ І РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ БІЗНЕС-ЦІЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВА 97
Коваль Владислав Миколайович
МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ 99
Ковальчук Зінаїда Миколаївна
НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ МЕТОД МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ 101
Козеровська Юлія Олександрівна
ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬТЕРНАТИВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ 103
Королюк Вікторія Русланівна
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 105
Коцур Олена Тарасівна
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ 107
Куденчук Анна Богданівна
ПОНЯТТЯ МОТИВАЦІЇ ТА ЇЇ РІЗНОВИДИ 109
Кузема Богдан Вадимович, Проскурович Оксана Василівна
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ 111
Куц Юлія Олегівна
ОГЛЯД ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ 113
Куцай Наталія Сергіївна, Устяк Олена Миколаївна
ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В РОЛІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ 115
Куцай Наталія Сергіївна, Мазурик Олена Вікторівна
МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ 117
Лагер Ангелина Евгеньевна
ПРОБЛЕМЫ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ «PREMIER HOTEL COSMOPOLIT» 119

Лісовський Олег Олегович
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ **121**
Лопушинська Олена В'ячеславівна
РОЛЬ ДЕРЖАВИ В УПРАВЛІННІ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ ПІДПРИЄМСТВА: УКРАЇНСЬКИЙ І ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД **123**
Лорві Ірина Федорівна, Дейна Олена Віталіївна
МАРКЕТИНГОВА КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ **125**
Марковський Роман Михайлович
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА **127**
Марченко Ольга Іванівна
ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА **129**
Міщенко Вікторія Геннадіївна
DIGITAL-МАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЙ **131**
Мєлєшкова Лілія Павлівна
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ **133**
Мельник Юрій Васильович, Сухоставська Христина Данилівна
КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ **135**
Миронов Юрій Богданович
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ **137**
Михалевич Павло Миколайович
КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ В ІНТЕРНЕТІ **139**
Морохова Валентина Олександрівна, Булавчик Максим Іванович
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ АКТИВНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ **141**
Некритюк Богдана Вікторівна
МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ ЯК КЛЮЧОВИЙ НАПРЯМ ЗМІЦНЕННЯ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ **143**
Овчиннікова Олена Русланівна, Шевченко Лілія Вікторівна
РОЛЬ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ КАПІТАЛІВ **145**
Ольшанська Тетяна Леонідівна
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ **147**

Павлова Світлана Іванівна, Рудзей Ілона Юріївна
ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДУ ТАКСОНОМІЇ 149
Пащенко Тетяна Андріївна
СУЧАСНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ 151
Плахова Катерина Русланівна, Проскурович Оксана Василівна
ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ 153
Пиртко Мар'ян Сергійович
МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ 155
Плоскіна Андріана Андріївна, Шостак Людмила Василівна
ВІДПОВІДНІСТЬ РІВНЯ МІНІМАЛЬНОЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ РИНКОВИМ ЦІНАМ ДЛЯ ПРОЖИВАННЯ 157
Полінкевич Оксана Миколаївна, Даркевич Артем Ігорович
СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ 159
Потапюк Ірина Петрівна
КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА 161
Робейко Катерина Григорівна
СУТНІСТЬ СИСТЕМИ ЗБУТУ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 163
Рябенко Аліна Василівна, Клімович Ольга Миколаївна
Маркетингові стратегії конкурентної боротьби підприємств 165
Сеничак Христина Степанівна
МЕТОДИЧНІ ПРИЙОМИ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА 167
Ситник Олег Сергійович
ЩОДО РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ 169
Скочеляс Діана
РОЗРОБКА НОВИХ ТОВАРІВ У ПРАКТИЦІ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 171
Сліпенко Анастасія Костянтинівна, Манаєнко Ірина Миколаївна
ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 173

Сліпородський Едуард Володимирович
МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ **175**
Слобода Анастасія Сергіївна
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ЗАРУБІЖНИХ КОРПОРАЦІЯХ **177**
Smygur Viacheslav
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОБРЕНДИНГА НА ПРИМЕРЕ НЕКОТОРЫХ ФИРМ **179**
Smygur Roman
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАННИЯ В СТРАНАХ С РАЗНЫМ УРОВНЕМ РАЗВИТИЯ **181**
Sova Olena
THE CAPITAL ASSET PRICING MODEL: THEORY AND EVIDENCE **183**
Соколюк Катерина Олександрівна
ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «КИЇВХЛІБ» **185**
Сосовська Олена Сергіївна
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ **187**
Сошенко Юлія Євгеніївна, Сас Наталія Миколаївна
ЗАГАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ **189**
Стеч Станислав Игорович
РАЗРАБОТКА КАНАЛОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ТЯЖЕЛОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ **192**
Стешенко Олена Дамирівна, Капустіна Марія Ігорівна
ВИКОРИСТАННЯ МОДИФІКОВАНОГО МЕТОДУ ПОРТФЕЛЬНОГО АНАЛІЗУ У РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТІ **194**
Стрижеус Людмила Василівна, Тендюк Алла Олександрівна
УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ - ВИКЛИК СЬОГОДЕННЯ **196**
Хомич Анна Олегівна
ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ПОСЛУГ **198**
Хотимчук Катерина Миколаївна
РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В МАРКЕТИНГОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ **200**

Цибуковська Анастасія Володимирівна
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІД ЧАС КРИЗИ **202**
Черчик Артур Олегович
УПРАВЛІНСЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЛІСОВИХ ГОСПОДАРСТВ **204**
Шевчук Михайло Миколайович
РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ **206**
Шевченко Анастасия Дмитриевна
ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ РАЗВЛЕЧЕНИЙ **208**
Шевчук Яна Вікторівна, Герасимяк Неля Вікторівна, Волинчук Юлія Вікторівна
СОЦІАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ МАРКЕТИНГУ **210**
Шегинський Мар'ян Олегович
ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПРИСКОРЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ **212**
Шепелюк Наталія Павлівна
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА **214**
Шрамковська Анастасія Геннадіївна, Марченко Ольга Іванівна
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА **216**
Shakhova Olena
RELATIONSHIP MARKETING AS AN INTERGRAL PART OF MARKETING MANAGEMENT **220**
Shcherbik Olena, Paula Odete Fernandes, Herasymiak Nelia
MARKETING POTENTIAL OF UKRAINIAN STARTUP PROJECTS AND ITS ELEMENTS **222**
Шур Денис Михайлович
ЯК СТВОРИТИ ЕФЕКТИВНУ РЕКЛАМНУ КОМУНІКАЦІЮ **224**
Якименко Ірина Юріївна
ДОСЛІДЖЕННЯ СКЛАДОВИХ ТА ЦІЛЕЙ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ **226**
Поліщук Владислав Артемович
СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА **228**

Грицаєнко Микола Ігорович
Таврійський державний агротехнологічний університет

МІСЦЕ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційна діяльність підприємства являє собою соціально-економічний процес, який спрямований на створення та впровадження нових ідей в межах інституційної взаємодії задля досягнення економічних цілей. Ця діяльність може бути неефективною внаслідок багатьох причин, в тому числі через неправильне визначення основних рушійних сил і факторів успіху. В умовах мінливої ринкової кон'юнктури вчасне ініціювання та просування нововведень залежить від персоналу підприємства, його активності, знаній, кваліфікації, а також певних зв'язків, які становлять сутність соціального капіталу.

Зв'язок соціального капіталу та інноваційної діяльності досліджували Алейнікова В.Д. [6], Богашко О.Л. [1], Дунська А.Р. [5], Жалдак Г.П. [5], Жидченко В.Д. [6], Носик О.М. [7], Ящишина І.В. [8] та інші науковці. Але залишаються недопрацьованими питання впливу основних складових соціального капіталу на інноваційну діяльність підприємства.

Соціальний капітал нами розглядається як сукупність здатних приносити дохід зв'язків та соціально-економічних відносин, які виникають у певній соціальній мережі на основі існуючих норм та довіри [2, с. 132; 3, с. 60; 4, с. 61].

Розглянемо вплив соціального капіталу через його основні складові на інноваційну діяльність підприємства. Так, довіра як соціальний феномен передбачає впевненість у результатах дій інших осіб, яка базується на отриманому досвіді. Наявність довіри в колективі позитивно впливає на міцність особистих контактів, взаємозалежність, прозорість вертикальних та горизонтальних відносин, зменшує корупційність та рівень конфліктності на підприємстві. Довірчі відносини між партнерами сприяють їхньому добровільному об'єднанню для вирішення складних завдань. Вважаємо, що найвищим рівнем розвитку довірчих відносин є інноваційне партнерство, яке проявляється у співпраці та співтворчості.

Соціальні мережі являють собою групи людей, які завдяки спільним економічним інтересам підтримують неформальні відносини задля отримання взаємної вигоди та допомоги. Соціальні мережі всередині підприємства сприяють росту рівнів лояльності і кооперації персоналу, через збільшення рівнів відповідальності, самоконтролю та делегування повноважень дозволяють суттєво зменшувати витрати на контроль та координацію спільної діяльності. Зовнішні мережі соціальних зв'язків необхідні підприємству для побудови довгострокових корисних соціальних відносин, що допомагають швидше отримувати венчурний капітал, критично важливу інформацію, знаходити потенційних споживачів інноваційної продукції.

Норми – це правила поведінки, які вироблені групою людей в процесі життєдіяльності. Дотримання певних норм сприяє покращенню психологічного клімату в колективі, репутації та іміджу підприємства в цілому, створенню робочої атмосфери і певної системи цінностей, що збільшує соціокультурний потенціал підприємства. Саме існуючі норми формують атмосферу високої значимості інноваційної діяльності для економічного і соціального розвитку підприємства.

Формування та накопичення соціального капіталу підприємства для активізації та підвищення ефективності інноваційної діяльності вимагає розробки і реалізації управлінських механізмів, що враховують комплексність даного феномена. Вважаємо, що необхідно задіяти систему соціальних гарантій, методів преміювання, пільг і компенсацій, які сприятимуть розвитку колективу, внутрішній активізації бізнес-процесів та інноваційної діяльності підприємства.

Перспективами подальших досліджень є розробка комплексної оцінки соціального капіталу працівників підприємства, його взаємозв'язок з показниками ефективності виробництва в процесі реалізації інноваційної діяльності.

Перелік використаних джерел:

1. Богашко О.Л. Соціально-економічна сутність інтелектуального капіталу та його роль в забезпеченні інноваційного розвитку національної економіки. Економіка та держава. 2014. № 9. С. 20-22;

2. Грицаєнко М.І. Роль ВНЗ у формуванні соціального капіталу регіону. Економіка та суспільство. 2017. Вип. 8. С. 129-136;

3. Грицаєнко М.І. Соціальний капітал у становленні підприємницької мережі аграрної сфери України. Економіка АПК. 2017. №5. С. 58-64;

4. Грицаєнко М.І. Сутність соціального капіталу та його особливості в аграрній сфері. Економіка АПК. 2018. №1. С. 60-65;

5. Дунська А.Р., Жалдак Г.П. Соціальний капітал як ресурс інноваційного розвитку підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. 2014. № 3. Т. 3. С. 95-99;

6. Жидченко В.Д., Алейнікова В.Д. Соціальний капітал в умовах інноваційного стратегічного розвитку підприємств. Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Серія : Економіка. 2013. Т. 14, Вип. 266. С. 52-62;

7. Носик О.М. Соціогуманітарний вектор відтворення людського капіталу інноваційного розвитку. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. 2016. Вип. 16. Ч. 2. С. 17-20;

8. Ящишина І.В. Взаємозв’язок капіталізації та соціалізації в інноваційній економіці. Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. 2010. Вип. 18. С. 165-170.

ТЕЗИ
VI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ ТА МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ «АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ»

29 березня 2019 року

Комп'ютерний набір: автори статей

Тези надруковані в оригіналі без редакційної правки

Комп'ютерна верстка: Войтович С.Я.
Ковальчук О. В.
Ковальчук І. В.

Підп. до друку 17 квітня 2019 р. Формат 60x84/16. Папір офс.
Гран.Таймс.Ум. друк. арк. 14,5. Обл.-вид.арк. 15,5
Тираж 50 шт. Зам. № 58

Інформаційно-видавничий відділ
Луцького національного технічного університету
43018, м. Луцьк, вул. Львівська, 75
Друк – ІВВ Луцького НТУ