Додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

22 листопада 2024 року
м. Харків, Україна

Харків
2024

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол №12 від 29.10.2024 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 10 від 28.10.2024 р.)

Рецензенти: **Кизим Микола Олександрович,** доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України, керівник відділення досліджень людського капіталу, завідувач відділу досліджень людського розвитку Інституту демографії та проблем якості життя НАН України (Київ, Україна);
Криворучко Оксана Миколаївна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (Харків, Україна);
Назарова Галина Валентинівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри соціальної економіки Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (Харків, Україна)

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22 листопада 2024 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2024. Укр. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто проблеми та перспективи розбудови економіки України, стратегічного управління конкурентоспроможністю підчас війни та повоєнної розбудови економіки України на основі інновацій, зокрема питання: сучасного стану використання пропозицій Овсія Лібермана щодо планування, зростання прибутку підприємств; управління розвитком міжнародної діяльності підприємств в умовах цифрової трансформації; розглянуто сучасні детермінанти забезпечення конкурентоспроможності та національної безпеки України; інноваційної трансформації промисловості України за різними галузями; перспективних напрямів розвитку циркулярної економіки в Україн.

Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції.

Представлений матеріал може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, практичній діяльності підприємств і організацій для підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, наукових, освітніх і громадських організацій.

ЗМІСТ

Секція 1
Проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі інновацій

Адамчук С. Р. Оптимізація управління запасами матеріальних ресурсів на підприємстві 81

Алієва А. Н. Теоретичні аспекти стратегування розвитку підприємства 85

Андрієвська Д. О. Інструменти та стратегії управління репутаційними ризиками 89

Безносенко К. В. Формування конкурентних переваг підприємства 93

Берднікова А. І. Формування конкурентної стратегії підприємства 96

Беспалов В. В. Інноваційні методи в системі розвитку персоналу підприємств 100

Бєлікова Н. В. Стратегічне управління вирішенням проблемних ситуацій у прикордонному регіоні (на прикладі Харківської області) 105

Бриль Є. В. Роль адаптації персоналу в забезпеченні стійкості організації в сучасних умовах 110

Бударін О. С. Імпортозаміщення як основа підвищення ефективності діяльності підприємства 115

Будрейко М. А. Значущість системи охорони здоров'я як критичної сфери економіки України в умовах воєнного стану 119

Булахова А. В. Управління персоналом в умовах віддаленої роботи 123

Васильєва В. В. Управлінння транспортною логістикою на підприємстві під час воєнного стану 127

Веретенников Д. О. Управління вибором постачальників на торгово-посередницькому підприємстві 131

Внукова Н. М. Інноваційний підхід до економіки зовнішньоекономічної діяльності у сучасників та науковій школі професора О. Г. Лібермана 136

Воробйов Д. Ю., Велика О. Ю. Особливості управління збутовою діяльністю підприємств в умовах воєнного стану 141

Гайдук К. В., Козлова І. М. Адаптація маркетингових стратегій до викликів воєнного часу 146

Гаплєвська А. В. Роль крос-медіа в сучасній журналістиці 150

Гетьман О. О., Овчаренко С. Л. Формування конкурентної стратегії розвитку підприємства 155

Глотов М. В. Інструменти та стратегії управління ризиками при інтеграції інноваційних технологій у логістичні системи 159

Гнесь В. П., Хмурова В. В. Цифровізація бізнес-процесів у контексті сучасних викликів 164

Гнилосир В. В. Удосконалення системи оплати праці персоналу підприємства 167

Головко В. А. Економічна ефективність інвестиційних процесів і проєктів 172

Гончарова Є. С. Формування конкурентних переваг підприємства 177

Гулякін Є. І., Витриховський Є. А. Основні виклики сучасного управління стартапами як інноваційною формою трудової діяльності працівників 181

Гунько А. В. Теоретичні засади розробки функціональної закупівельної стратегії 186

Гусева М. В. Вплив цифрової трансформації на управління кадровим потенціалом підприємства 190

Демченко Г. В. Аналіз сучасних трендів управління ризиками в логістичній діяльності підприємства 194

Демченко П. С. Інноваційні стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств у цифрову епоху 198

Еспєров А. І. Управління економічною безпекою підприємства 203

Ємець А. Д. Інноваційна культура: сутність і системний підхід 208

Жук М. В. Види маркетингової стратегії 211

Zavidna L. D., Sherstiuk R. P. Social responsibility as a corporate strategy of an enterprise in the conditions of war 215

Захаркін Б. С. Формування системи мотивації персоналу підприємства у військовий час 221

Зіньковська Л. А. Напрями адаптації організації маркетингової діяльності підприємства в умовах воєнного стану 226

Іванов М. І., Козлова І. М. Вплив воєнного стану на мотивацію персоналу та шляхи її адаптації 231

Іванов Ю. Б., Іванова О. Ю. Інноваційні аспекти диверсифікації просторового розвитку 236

Івахненко А. О. Формування стратегії конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах 240

Іващенко М. В. Підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом розширення асортименту послуг 245

Казакова В. О. Інноваційні методи планування діяльності підприємства 248

Калабіна К. Є. Управління проєктами з розробки 3D-відеореклами 252

Калашнікова К. Ю. Особливості розвитку концепції збалансованої системи показників та її застосування в управлінні розвитком підприємства 258

Калініченко В. В. Сутність і класифікація конкурентних переваг 267

Каменчук М. І. Формування маркетингової стратегії підприємства в умовах воєнного стану 271

Кащеєва С. Ю. Складові стратегічного управління процесом використання фінансових ресурсів підприємства на основі інновацій в умовах війни 276

Кірієнко К. В. Вплив факторів зовнішнього середовища на стабільність банківської системи 280

Коваленко М. П. Інноваційні підходи в управлінні змінами на підприємстві в умовах воєнного стану 284

Ковалишина С. В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств у сучасних умовах 288

Ковальова Ю. С. Мотивація персоналу підприємства в сучасних умовах функціонування 291

Козлова І. М., Ковнір Н. А. Ключові фактори мотивації медичних працівників у кризових умовах 295

Kokosha K. D. Management of logistics processes at the enterprise 300

Колбасін Є. С., Перепеліцин Г. Б. Кластеризація лісопромислового комплексу в регіонах України 304

Колбасін Є. С., Самойленко В. С. Структурні зрушення та проблеми зовнішньої торгівлі України 308

Kolomoitseva D. Warehouse activities in the conditions of digitalization 313

Корабельська К. А. Проблеми управління конкурентоспроможністю підприємств в Україні в умовах воєнного стану 317

Космік І. О. Ключові інструменти мотивації основних працівників харчової промисловості в умовах війни 322

Костін І. Д. Роль держави у розвитку диджитал-інновацій 327

Котельницький В. О. Розвиток інноваційного потенціалу підприємства 332

Кравцова Ю. Р. Вплив реінжинірингу на конкурентоспроможність банків 336

Краснянський А. М. Особливості організації логістики на підприємстві 340

Кулікова М. О. Удосконалення системи складування на виробничому підприємстві 343

Купріянов В. М. Актуальні напрями інноваційного розвитку експортно-імпортної діяльності підприємств 347

Kurakin O. Real-time tracking technologies and their impact on supply chain management: exploring the role of IoT and tracking systems in supply chain management 351

Ларіна К. В. Використання таргетованої реклами в соціальних мережах для просування та популяризації закладу вищої освіти 355

Letep N. M. Management of procurement of material resources at the enterprise 360

Лисиця Н. М. Детермінанти конкурентоспроможності ЗВО в інформаційному маркетингу 365

Литовченко І. В., Васильченко О. О. Інноваційні інструменти ризик-менеджменту як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної нестабільності..... 369

Лохненко А. В. Роль маркетингового планування у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства 373

Лютенко А. В. Виклики та можливості адаптації кадрової стратегії підприємств під час війни..... 377

Ляшко К. А. Проблеми організації міжнародних автомобільних вантажоперевезень на підприємстві у воєнний період..... 382

Мажник Л. О., Потрашков А. О. Завдання стратегічного, тактичного та оперативного рівнів медіапланування діяльності підприємства в умовах військового часу 385

Мартиненко М. В. Напрями управління конкурентоздатністю підприємств сфери охорони здоров'я в умовах воєнного стану..... 389

Мащенко М. А., Пономаренко О. О. Сучасні проблеми та напрями інноваційної політики у підвищенні конкурентоспроможності підприємницьких структур 393

Медвідь А. М., Малюта Л. Я. Інноваційний розвиток підприємств індустрії гостинності в умовах викликів війни..... 397

Мельникова К. В. Напрями оптимізації руху фінансових потоків у мікрологічних системах 402

Мельник В. О. Проблеми організації складської діяльності сільськогосподарських підприємств 406

Мельнік О. Є. Шляхи оптимізації витрат на підприємстві в умовах воєнного часу 410

Миколайчук І. П., Каховська О. В., Гойна А. О. Застосування штучного інтелекту та технологічних інновацій у командній взаємодії 414

Мисник Д. В. Інноваційні підходи до управління брендом в епоху цифрових технологій 418

Мокренець І. О. Удосконалення управління складською логістикою на підприємстві як джерело підвищення його конкурентоспроможності 422

Morhun A. M. Improving the sales activities of a trading company 427

Мухін В. А. Проблеми інноваційного повоєнного відновлення прикордонних регіонів України 431

Назарок А. С. Управління процесами закупівельної діяльності 435

Назарько К. О. Специфіка маркетингової діяльності в умовах воєнного стану 439

Науменко Д. В. Сучасні тенденції в управлінні конкурентоспроможністю підприємства 442

Neudakina Ye. V. Peculiarities of managing the logistics activities of an enterprise in crisis conditions 447

Овдієнко А. О. Екологізація транспортного процесу підприємства 451

Озерова В. П. Удосконалення управління підприємствами на основі інноваційних підходів в умовах воєнного стану 455

Олехновіч В. В. Процес прийняття маркетингових рішень з просування продукції в умовах диджиталізації 459

Онищенко М. В. Аналіз існуючих методів оцінки ефективності інвестиційних проєктів 464

Орєхов Д. М. Перспективи запровадження штучного інтелекту в сферу публічного управління в Україні 469

Пасечник К. Д. Мотивація як фактор ефективності праці 477

Пасько М. І., Кретов Я. О. Забезпечення конкурентної стійкості підприємств в умовах воєнного стану 482

Пасько М. І., Терещук Д. В. Розвиток системи управління якістю продукції на сучасному підприємстві 487

Perevarukha M. V. Peculiarities of organizing transport logistics under martial law 492

Пилипенко І. А., Колодізєва Т. О. Організація процесу логістичного обслуговування споживачів 496

Півик А. С. Особливості збутової логістики в умовах війни 501

Покровська А. А. Ефективні методи запобігання опору в процесі організаційних змін на підприємстві 505

Попова В. І. Особливості збутової діяльності мікрологістичних систем у сучасних умовах 510

Портяннікова В. О. Планування маркетингових інновацій підприємства у повоєнний період відновлення 514

Приходько В. Є., Шевченко С. О. Інноваційні методи ухвалення управлінських рішень у сучасному бізнесі: український та міжнародний досвід 519

Рогач О. Д. Формування ефективної інвестиційної стратегії підприємства 523

Савченко І. О. Значення маркетингової стратегії для розвитку підприємства 527

Самойленко В. В., Левіцький А. О. Розробка мотиваційної стратегії підприємства 531

Самойленко В. В. Дослідження феномену «лояльність персоналу» як актуального тренду в управлінні кадровою безпекою підприємства 536

Самойленко В. В., Гречин К. Ю. Проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств сфери ритейлу на основі інновацій 541

Сергєєва В. В. Фінансове управління ресурсами підприємства в умовах воєнного стану 544

Sydorenko T. The influence of electronic commerce on the development of logistics services 549

Сиромолот Е. А. Вплив Good Governance на інноваційний розвиток і конкурентоспроможність екосистеми публічного управління розвитком територій 554

Sigaieva T., Ivanenko D. Innovative activities in Ukraine under the conditionsof martial law 558

Слюсар С. О. Формування стратегії розвитку підприємства в умовах воєнного стану 562

Сокіл С. С. Удосконалення руху інформаційних потоків підприємства 566

Сорочан Д. Е. Сучасні аспекти управління складським процесом на підприємстві 570

Стогнієв А. Є. Визначення виробничого потенціалу підприємства 574

Суханов С. І. Удосконалення управління процесами цифровізації в основному виробництві підприємства 579

Tereshenko-Basarhina S. V. Peculiarities of logistics supply processes at industrial enterprises 583

Tkachenko D. V. Directions of improving logistics services for consumers 586

Ткач М. С. Оптимізація асортиментної політики як інструмент адаптації підприємства до сучасних викликів 589

Томах В. В. Особливості планування діяльності підприємства в умовах економічної нестабільності 593

Тонєва К. В. Стійкість економіки ЄС: зростання попри виклики 598

Topolia A. Oorganization of logistics processes of the enterprise using «green» technologies 603

Тристан С. Ю. Цифрова трансформація логістичних процесів як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства 606

Трофімова С. В. Роль емоційного інтелекту керівників у мотивації працівників 610

Трушкіна Н. В., Патлачук Т. В. Споживча економіка як тренд розвитку сучасного суспільства 614

Фещенко А. В. Управління кадровою безпекою підприємства в умовах військового стану 619

Фомінов Д. С. Транспортна логістика України в умовах воєнного стану: ключові проблеми 624

Хайло І. О. Види вражень споживачів підприємства за моделлю економіки вражень 630

Харківська Д. К. Порівняльний аналіз сучасних CRM-систем для взаємодії зі споживачами 635

Храпська А. А. Якість і конкурентоспроможність продукції в стратегії менеджменту 640

Худайберганов Д. Л. Удосконалення маркетингової стратегії АТ «Перший Український Міжнародний Банк» 644

Циганок Ю. С. Переваги впровадження «зелених» технологій в логістичні системи підприємств 648

Чепенко Є. М. Стратегічне планування інноваційної діяльності на підприємстві 652

Черкасова К. А. Впровадження смарт-логістики в діяльність підприємства 657

Чернова В. В. Дослідження способів оцінки ефективності логістичної інфраструктури 662

Чугаєва А. В. Особливості обліку логістичних витрат у мікрологістичних системах 666

Шакун В. О. Особливості формування організаційно-економічного механізму кадрової безпеки підприємства..... 670

Шаповалов М. К. Методи планування та провадження продуктових інновацій на підприємстві 675

Шаповал О. В. Інструменти забезпечення конкурентоспроможності закладів вищої освіти 680

Шевченко С. І. Забезпечення фінансової стійкості банків в умовах воєнного стану..... 684

Шиян Д. В., Севрюкова Є. О. Дія мотиваційного механізму в сільському господарстві в умовах військового стану..... 688

Shpak I. O. Problems of warehouse planning in a modern enterprise 693

Юрченко О. К. Напрями покращення процесів цифровізації МСП України в умовах обмежених ресурсів 697

Юхименко Б. О. Особливості та проблеми операційного менеджменту торговельних підприємств 702

Яковенко Д. Р. Управління витратами і цінова політика на підприємстві в сучасних умовах розвитку 706

Яковенко А. В. Сучасні нестандартні методи мотивації персоналу підприємства 712

Ярошенко В. В. Основні етапи навчання персоналу для формування креативності 719

Ястремська О. М., Дараган Є. В. Розроблення пропозицій з мотивації працівників до інноваційної діяльності 723

Ястремська О. О., Кончик Д. В. Інновації як основа атрактивності для забезпечення конкурентоспроможності підприємства 729

Ястремська О. М., Акіншина Ю. С. Оцінка ефективності логістичного менеджменту на підприємстві 734

Секція 2
Управління розвитком міжнародної діяльності підприємств в умовах цифрової трансформації

Арінєнков О. М. Ключові аспекти теорії управління персоналом 739

Боцман В. В. Шляхи мінімізації ризиків для підвищення конкурентоспроможності ІТ-компанії на міжнародному ринку 743

Бутенко О. П. Оптимізація міжнародної діяльності українських підприємств в умовах цифрової трансформації та економічних викликів 746

Гарницький А. О. Трансформаційне лідерство в умовах цифровізації: сучасні підходи, виклики та можливості 750

Говоровська А. В., Піддубна Л. І. Детермінанти забезпечення конкурентоспроможності підприємств пивоварної галузі України 755

Джаббаров Т. А. Особливості формування маркетингової стратегії розвитку компанії в умовах цифрової трансформації 760

Дзеніс О. О., Давидова А. М. Формування стратегії цифрового маркетингу з використанням методу SOSTAC 763

Дзеніс О. О., Ільченко К. В. Інноваційні технології в міжнародному рекламному бізнесі 767

Дзеніс О. О., Мороз В. С. Роль digital-маркетингу в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємства 771

Дзеніс О. О., Шестакова О. А., Бездєтко К. С. Вплив корпоративної стратегії на сталий розвиток підприємства 776

Дзеніс О. О., Шкафенко А. В. Особливості формування стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки.....780

Dzenis O., Shestakova O. Technological impact on export risks of an enterprise.....784

Дибач І. Л. Роль електронної комерції для невеликого бізнесу в міжнародній торгівлі 789

Дубинін Я. Ю. Вплив програм менторства та наставництва на кар'єрний розвиток працівників в IT-сфері 793

Зайцев Ю. О., Снопченко М. Ю. Формування організаційно-економічного механізму розвитку підприємства в умовах цифровізації.....797

Коваленко І. Р. Вибір джерел фінансування залежно від життєвого етапу стартапу.....801

Козуб В. О., Козуб С. О. Тенденції розвитку світової електронної комерції в умовах цифрової економіки 805

Коргун Є. Є. Цифровізація логістики в Україні як крок до європейської інтеграції 810

Левковець О. М. Розвиток бізнес-екосистем у контексті змін міжнародної конкуренції цифрової доби 814

Petrenko O. Application software of the performance review process in modern IT companies 819

Фатьянов Д. В. Методичне забезпечення формування стратегії ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства 823

Федорова О. Г., Козуб В. О. Перспективи та виклики розвитку експортних можливостей аграрного сектора України 827

Чернуха Т. С. Сучасні підходи та технології для розвитку маркетингових комунікацій 831

Shestakova O. A., Ye Lingle. Innovation and development strategies of enterprise international activity management in context of digital transformation 836

Шталь Т. В., Могилевський Р. О. Управління маркетинговим потенціалом підприємства в умовах цифрової трансформації 840

Секція 3
Сучасні детермінанти забезпечення конкурентоспроможності та національної безпеки України

Губарєва І. О., Марущенко О. О. Оцінка продовольчої безпеки України та країн ЄС 845

Zyta O. H., Vovk K. M. Legal Aspects of Ukrainian Tourism Competitiveness in the Time of War 850

Касич А. О. Інноваційно-інвестиційна модель як основа національної безпеки України 854

Колеснікова К. С., Стоянова Т. С. Національна безпека України в період воєнних дій 859

Костенко Д. М. Речовий аналіз використання матеріально-енергетичних ресурсів в Україні 862

Котляров Є. І., Шульга І. В. Перспективи створення в Україні «зеленої» металургії 866

Крячко Є. М. Конкурентоспроможність продукції лісопромислового комплексу України на світовому ринку за рівнями доданої вартості 870

Лиска П. О. Впровадження інновацій як механізм забезпечення конкурентоспроможності та національної безпеки України 873

Літинський О. А., Турчина І. О., Лебедєва І. Л. Аналіз ефективності різних видів енергетики в сучасних економічних умовах 878

Мокій А. І., Кошкаров С. А. Імперативи управління продуктивною спроможності регіону на сучасному етапі євроінтеграції 883

Небилиця О. А. Особливості збутової політики сучасного бізнесу в умовах війни 887

Петриківа О. С. Сучасні орієнтири забезпечення конкурентоспроможності післявоєнної України 892

Полякова О. Ю. Диверсифікація економіки країни як чинник конкурентоспроможності 895

Решетняк О. І., Попович М. В. Методичні підходи оцінювання вразливості економік країн світу 900

Самойленко Д. Г. Напрями трансформації бізнес-моделей підприємств агропромислового сектора України в умовах цифровізації економіки 905

Тур О. В., Єремєєв О. В. Енергетична безпека регіонів України в умовах війни 913

Хаустов М. М., Бондаренко Д. В. Цифрові перетворення як необхідна складова забезпечення конкурентоспроможності 917

Хаустова В. Є., Трушкіна Н. В. Засади формування системи забезпечення національної безпеки України.....923

Хаустова В. Є., Кизим М. О., Юденко Є. В. Перспективи та проблеми розвитку ринку швидкомонтованого будівництва в Україні.....929

Хаустова В. Є., Косс А. В. Тенденції розвитку ринку молока та молочної продукції в світі та Україні 934

Хаустова В. Є., Ягольницький О. А. Резильєнтність суспільства: теоретичний аспект 940

Shestakova O. A., Zhou Huan. The model of industrial upgrade under internal circular economy policy: based on the example of China 946

Shestakova O. A., Peng Chen. Ukrainian international trade: post-war recovery and future development.....950

Шпілєвський О. В. Види ресурсних циклів і принципи їх моделювання.....954

Ярошенко І. В., Семигуліна І. Б. Світовий досвід реалізації проєктної діяльності публічному управлінні просторовим розвитком 957

УДК 339.13:659

Сучасні підходи та технології для розвитку маркетингових комунікацій

Чернуха Тетяна Станіславівна,
канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки і менеджменту,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: Tatyana0009@gmai.com

Сучасний світ демонструє, що вже зараз більшість організацій (компаній, фірм, підприємств) усвідомлюють свою пряму залежність від суспільства та його потреб у системі відносин між виробниками та споживачами. Нова віха переходу до ринкової економіки вимагає від підприємців інноваційного підходу до ведення бізнесу, який міг би забезпечити досконалі засоби виробничо- комерційної діяльності, їх реалізацію на якісно новому рівні. На сучасному етапі дослідження проблем комунікації зазвичай виділяють три підходи. Перший приділяє найбільшу увагу вивченню комунікацій всередині організації. Другий розглядає комунікації, пов'язані з просуванням товару в системі маркетингу. Третій підхід розглядає комунікацію як обмін інформацією між складними динамічними системами та їх частинами, які здатні розуміти інформацію, накопичувати її, перетворювати та використовувати для успіху своєї організації.

У практиці кожного підприємства, яке прагне до успіху в досягненні певних цілей, важливою умовою є ефективні маркетингові комунікації. У зв'язку з цим вважаємо, що визначення ролі маркетингових комунікацій та можливостей використання комунікаційних ресурсів з урахуванням сучасних вимог є досить значущим завданням [15].

Важливість маркетингових комунікацій визначається їх впливом на ефективність і результативність діяльності підприємства. Роль

комунікації в організації, а отже, і її функції, визначаються насамперед потребами самої організації. Будучи обов'язковим елементом функціонування підприємства, комунікація також може використовуватись на примітивному рівні, не забезпечуючи ефективного управління організацією та її взаємодії із зовнішнім середовищем. З іншого боку, підвищення значення ролі комунікації в діяльності підприємства можна вважати об'єктивним. На нашу думку, є чотири причини зростання значення маркетингових комунікацій у сучасних організаціях:

- старі фактори взаємодії відходять у минуле і поступаються місцем новим (компетентність, споживачі та знання);
- у контексті стратегії організації знання стають основним джерелом конкурентоспроможності;
- з'являється поняття споживчого капіталу, який визначається як вартість відносин організації з її партнерами та клієнтами.

Найбільш актуальним та інноваційним у сучасних умовах є комплексний підхід до вивчення всіх аспектів і проблем комунікації на підприємстві, оскільки він характеризується яскраво вираженою міждисциплінарністю, а також допускає ефект синергії. Сам термін «синергетичний ефект» часто використовується щодо маркетингових комунікацій і означає ефект взаємодії скоординованих маркетингових і рекламних дій різного типу, об'єднаних однією метою, так що сумарний ефект впливу може перевищувати суму ефектів кожного з них окремо [13].

Отже, маркетингові комунікації можна розглядати як складне багатоаспектне явище, яке має синергетичний ефект, яке є стратегічним ресурсом організації та вимагає інноваційних підходів до його формування.

Комплексний підхід до використання всіх комунікаційних ресурсів організації передбачає єдину комунікаційну стратегію. При цьому комунікації не обмежуються функцією одного з елементів комплексу

маркетингу, а набувають системоутворюючих можливостей. Тому поділ цілей комунікаційної стратегії на зовнішні та внутрішні дуже відносний. Кожна з комунікаційних завдань, що вирішуються на внутрішньоорганізаційному рівні, співвідноситься з діяльністю організації у зовнішньому середовищі.

У сучасних реаліях звичні інструменти в комунікаційній політиці компаній швидко трансформуються і розробляються нові. Відносини зі споживачем через використання маркетингових комунікацій є важливими або навіть фундаментальними для побудови довгострокових і довірчих відносин.

Це означає, що популярні 5–10 років тому маркетингові інструменти у сфері комунікацій, такі як візити з паперовими презентаціями чи реклама на телебаченні, втрачають свою актуальність і відходять у минуле. Це спонукає до нових пошуків, творчого мислення, потреби придумати щось нове, що користуватиметься попитом у споживачів. В цьому випадку йдеться про соціальні медіа як один із найбільш оптимальних інструментів маркетингових комунікацій [6].

Однією з цих нових технологій у цьому контексті став розвиток Інтернету. В Інтернеті активно створюються нові платформи для спілкування – споживач-бренд у вигляді соціальних мереж. Маркетологи вважають, що за допомогою соціальних мереж бренд стає «другом» споживача. Використовуючи опитування, реакцію (позитивну/негативну) на публікації, презентації нових продуктів, інтерактивний контент, споживачі можуть висловити своє ставлення до товару, свою думку, залишити відгук у соціальних мережах.

Ми вважаємо, що синергетичний ефект від застосування комплексного підходу до маркетингових комунікацій в організації полягає в такому:

- формування комунікаційної стратегії базується на принципі «єдність через різноманітність», що забезпечує різноспрямованість і різноспрямованість комунікаційних впливів;

- внаслідок комунікаційних взаємодій, об'єднаних єдиним комунікаційним простором і певною комунікаційною політикою, неминуче виникає кореляція між елементами комунікаційної системи;
- спільне використання комунікаційних ресурсів і технологій призводить до економії коштів, а також усуває дублювання при передачі інформації;
- формування єдиного комунікаційного простору організації створює переваги для узгодженості дій, появи нових ідей, підтримки необхідної різноманітності в результаті постійного обміну інформацією;
- активна комунікаційна взаємодія в організації сприяє накопиченню комунікативного досвіду, формуванню комунікативної культури та створенню бренду організації.

Саме тому в останні роки спостерігається зростання значення Інтернету та соціальних медіа для розвитку комунікацій. Це вже стає звичним явищем, і можна реально спостерігати, як бізнес все частіше починає вдаватися до соціальних мереж (у рекламній політиці, роботі з постачальниками та клієнтами).

Медіакомунікації стають невід'ємною частиною діяльності організації, а маркетинг у соціальних мережах – SMM – ключовим фактором формування та підтримки іміджу компанії в професійному середовищі.

Література

1. Башинська І. О. Маркетингові комунікації підприємства у соціальних мережах. *Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент».* 2012. Вип. 9 (34). Ч. 1. С. 36–41.

2. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : монографія / за заг. ред. Н. В. Карпенко. Київ : Центр учб. літ., 2016. 252 с.

3. Чернуха Т. С., Фрідман О. А., Чернуха Т. С. Аналіз концептуальних підходів щодо сутності лідерства в управлінні міжнародним бізнесом. *Економіка та суспільство.* 2023. № 49. С. 806–809.

4. Шталь Т. В., Козуб В. О. Маркетингові технології досягнення конкурентоспроможності експорту компаній // Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність : тези допов. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 15 трав. 2019 р.). Харків : ХДУХТ, 2019. Ч. 2. 286 с. С. 97–98.

Тези надійшли до редакції 04.11.2024 р.