



**Харківський національний  
університет радіоелектроніки**

**Кафедра економічної кібернетики та  
управління економічною безпекою**

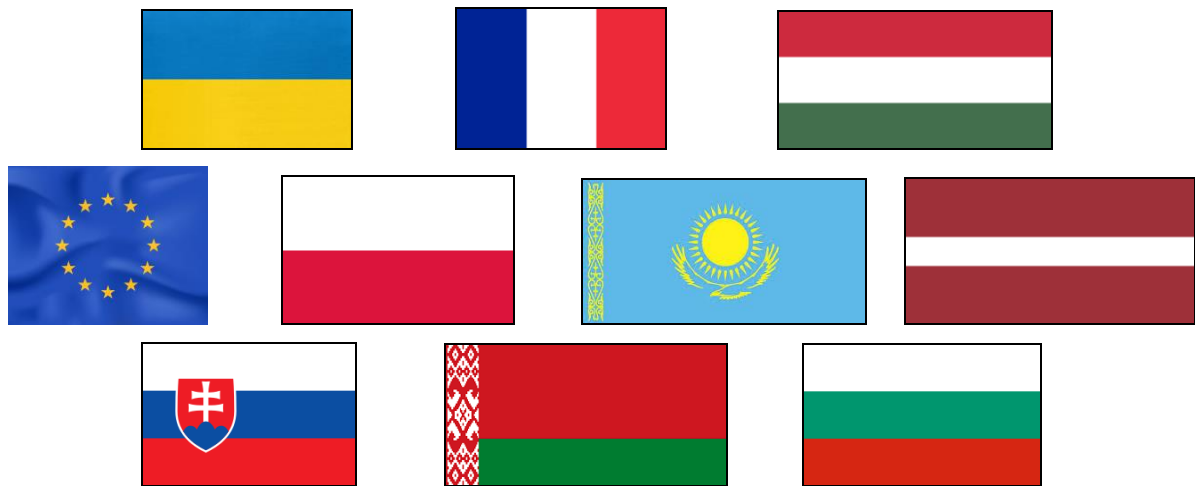
**Матеріали**

**I Міжнародної науково-практичної  
конференції**

**СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:  
НАУКА, ІННОВАЦІЇ ТА БІЗНЕС-ОСВІТА**



**3 листопада 2020 року  
м. Харків**



**Kharkiv National University of Radio Electronics**

**Department of Economic Cybernetics and Management  
of Economic Security**

**Proceedings of the Conference**

**I International Scientific and Practical Conference**

**MODERN STRATEGIES OF ECONOMIC DEVELOPMENT:  
SCIENCE, INNOVATION AND BUSINESS EDUCATION**



**November 3, 2020  
Kharkiv, Ukraine**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ

Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою

**СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:  
НАУКА, ІННОВАЦІЇ ТА БІЗНЕС-ОСВІТА**

**I Міжнародна науково-практична конференція**

**3 листопада 2020 року**

Харків 2020

**УДК 330.341; 338.24; 005 (06)**  
**ББК 65; 65.050.2**  
**Я 431**

Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 3 листопада 2020 р.) / За заг. ред. Т. В. Полозової [та ін.]. Харків. ХНУРЕ. 2020. 380 с.

У збірнику містяться матеріали, що були подані на I Міжнародну науково-практичну конференцію «Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта» (м. Харків, 3 листопада 2020 року).

Для науковців, викладачів, аспірантів, а також фахівців, що займаються дослідженням питань соціально-економічного розвитку та забезпечення економічної безпеки підприємств, галузей, регіонів та країни.

**УДК 330.341; 338.24; 005 (06)**  
**ББК 65; 65.050.2**  
**Я 431**

*Автори є цілком відповідальними за висловлені ідеї, висновки та пропозиції.  
Труди відтворюються безпосередньо з авторських оригіналів.  
У разі використання матеріалів збірника посилання на авторів і видання обов'язкове.  
Розповсюджувати та тиражувати без офіційного дозволу ХНУРЕ забороняється.*

© Кафедра економічної кібернетики та управління  
економічною безпекою, 2020  
© Харківський національний університет  
радіоелектроніки, 2020  
© Колектив авторів, 2020

**Міністерство освіти і науки України**  
**Харківський національний університет радіоелектроніки**  
**Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти**  
**Університет Нархоз, Казахстан**  
**Білоруський національний технічний університет, Білорусь**  
**Латвійський університет, Латвія**  
**Вища школа економіки, менеджменту і публічного адміністрування, Словаччина**  
**Громадська організація «Nasz Dom», Польща**  
**Будапештський університет технологій та економіки, Угорщина**  
**Міжнародний інститут інноваційних освітніх технологій**  
**Асоціація «Міжнародний науково-освітній траст»**  
**Громадська організація «Silk Road», Польща**  
**Університет Анже, Франція**  
**Університет національної та світової економіки, Болгарія.**

### **ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**Валерій Семенець**, ректор Харківського національного університету радіоелектроніки, д.т.н., професор, Україна.

**Тетяна Полозова**, завідувач кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою, Харківський національний університет радіоелектроніки, д.е.н., професор, Україна.

**Людмила Горохова**, директор Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти, Україна.

**Майгуль Нугманова**, керівник центру гендерної економіки, Університет Нархоз, к.е.н., Казахстан.

**Ксенія Якушенко**, завідувач кафедри маркетингу, Білоруський національний технічний університет, к.е.н., доцент, Білорусь.

**Валерія Прокopenко**, директор Міжнародного інституту інноваційних освітніх технологій, д.е.н., професор, Україна.

**Надія Бєлікова**, учений секретар Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України, д.е.н., доцент, Україна.

**Байба Шавріна**, професор, д.е.н., Латвійський університет, Латвія.

**Михайло Фабущ**, проректор із закордонних зв'язків, Вища школа економіки, менеджменту і публічного адміністрування, PhD, Словаччина.

**Богуслав Бліхарський**, віце президент громадської організації «Nasz Dom», Польща.

**Надія Дубровіна**, координатор міжнародних проєктів, Вища школа економіки, менеджменту і публічного адміністрування, к.е.н., PhD з фінансів, Словаччина.

**Лазло Вертеші**, доцент, Будапештський університет технологій та економіки, PhD з економічних наук, PhD з юридичних наук, Угорщина.

**Георгій Іоффе**, президент асоціації «Міжнародний науково-освітній траст», Україна.

**Яцек Новак**, член громадської організації «Silk Road», к.е.н., PhD, Польща.

**Девід Кайла**, заступник декана факультету права, економіки та управління, Університет Анже, PhD, Франція.

**Костадин Коларов**, директор Інституту підприємництва, Університет національної та світової економіки, PhD, доцент, Болгарія.

**Модератор: Іріна Колупаєва**, д.е.н., професор кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою

**Секретар: Олена Мурзабулатова**, к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою

**Ministry of Education and Science of Ukraine**  
**Kharkiv National University of Radio Electronics**  
**Ukrainian Association for Management Development and Business Education**  
**Narkhoz University, Kazakhstan**  
**Belarusian National Technical University, Belarus**  
**University of Latvia, Latvia**  
**Higher School of Economics, Management and Public Administration, Slovakia**  
**Public organization «Nasz Dom», Poland**  
**Budapest University of Technology and Economics, Hungary**  
**International Institute of Innovative Educational Technologies**  
**International Scientific and Educational Trust Association**  
**Non-governmental organization «Silk Road», Poland**  
**University of Angers, France**  
**University of National and World Economy, Bulgaria**

#### **MEMBERS OF THE CONFERENCE ORGANIZING COMMITTEE**

**Valerii Semenets**, Rector Kharkiv National University of Radio Electronics, Doctor of Technical Sciences, Professor, Ukraine.

**Tetiana Polozova**, Head of Department of Economic Cybernetics and Management of Economic Security, Kharkiv National University of Radio Electronics, D.Sc. in Economics, Professor, Ukraine.

**Lyudmyla Gorokhova**, Director of Ukrainian Association for Management Development and Business Education, Ukraine.

**Maigul Nugmanova**, Director of Gender Economics Center, Narxoz University, PhD in Economics, Republic of Kazakhstan.

**Kseniya Yakushenko**, Head of «Marketing» Department, Belarusian National Technical University, PhD in Economics, Associate Professor, Belarus.

**Valeriia Prokopenko**, Director International Institute of Innovative Educational Technologies, D.Sc. in Economics, Professor, Ukraine.

**Nadiia Bielikova**, The National Academy of Sciences of Ukraine, Research Center for Industrial Problems of Development, Ukraine.

**Baiba Šavriņa**, University of Latvia, Dr.Sc. in Economics, Professor, Latvia.

Ing. **Michal Fabuš**, Vice-rector for Foreign Affairs, PhD, School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava, Slovakia.

**Boguslaw Blicharski**, Vice-president NGO «Nasz Dom», Poland.

**Nadiya Dubrovina**, Associate Professor, Csc., PhD, Department of Economics and Finance, School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava, Slovakia.

Dr. habil **László Vértesy**, PhD jur, PhD oec, Associate Professor, Budapest University of Technology and Economics, Hungary.

**Georgii Ioffe**, President Association «International Scientific and Educational Trust», Ukraine.

**Jacek Nowak**, PhD, Organization «Silk Road», Poland.

**David Cayla**, PhD, Associate Professor of Economics and Vice-Dean of the Faculty of Law, Economics and Management at Angers University, France.

**Kostadin Kolarov**, PhD, Associate Professor, Director Institute of Entrepreneurship University of National and World Economy, Bulgaria

**Moderator: Irina Kolupaieva**, Doctor of Economics Sciences, Professor Department of Economic Cybernetics and Management of Economic Security

**Secretary: Olena Murzabulatova**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor Department of Economic Cybernetics and Management of Economic Security

## ЗМІСТ

<i>David Cayla</i> <b>COVID-19... AND WHAT'S NEXT? AN INTRODUCTION TO POPULISM AND NEOLIBERALISM.....</b>	12
<i>Geseleva N., Yarmolenko A.</i> <b>THE INFLUENCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE DEVELOPMENT ON THE UKRAINIAN LABOUR MARKET.....</b>	18
<i>David Elie GOHI</i> <b>IMPORTANCE AND APPROACH TO CORPORATE RISK MANAGEMENT.....</b>	22
<i>Kolupaieva I. V., Tsokota Viktoriia</i> <b>DIGITAL TRANSFORMATION: CHALLENGES FOR BUSINESS AND THE STATE.....</b>	25
<i>Polozova T. V., Nicola Jennifer John Elia</i> <b>THEORETICAL ASPECTS OF ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY.....</b>	29
<i>Sheiko I., Storozhenko O. V.</i> <b>UKRAINE AND EASTERN EUROPEAN COUNTRIES: PROSPECTS FOR FURTHER DEVELOPMENT AGAINST THE COVID-19 PANDEMIC.....</b>	33
<i>Veriasova G. M., Ijenwagy G. O.</i> <b>EUROPEAN DIGITAL MARKET: LESSONS FOR UKRAINE.....</b>	38
<i>László Vértesy, Valéria Széplaki</i> <b>FEATURES OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF COMPANIES IN INTERNATIONAL MARKETS.....</b>	43
<i>Бестужева С. В., Луценко Л. В.</i> <b>PORTFOLIO TRANSFER WITH SPECIAL FOCUS ON REINSURANCE.....</b>	46
<i>Бровко О. В.</i> <b>РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	50
<i>Геселева Н. В., Мельник А. Ю.</i> <b>ДЕРЖАВНА СЛУЖБА: ПОНЯТТЯ, ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ.....</b>	54
<i>Геселева Н. В., Піна Т. М.</i> <b>ІНТЕРНЕТ ТОРГІВЛЯ ЯК ОДИН З НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	57
<i>Готовцева Е. А., Малайчук О. А.</i> <b>ВПЛИВ КОЛИВАННЯ ВАЛЮТНОГО КУРСУ НА СТАН ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....</b>	62
<i>Гришко С. В., Єфіміна О. О.</i> <b>МОДЕЛИ ПАРТНЕРСКИХ ПРОГРАММ ПРИ ПРОДВИЖЕННІ СТРАТЕГІЧЕСКИХ АЛЬЯНСОВ.....</b>	67
<i>Гришко С. В., Коциця О. О.</i> <b>ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГІБРИДНИХ ЗАГРОЗ.....</b>	71
<i>Гришко С. В., Савченко Д. Ю.</i> <b>МОНІТОРИНГ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ.....</b>	76
<i>Горобинська М. В., Сироватська К. С.</i> <b>МОДЕЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО ЦЕНТРУ В УМОВАХ ГІБРИДНИХ ЗАГРОЗ.....</b>	79
<b>ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ ІТ-КОМПАНІЇ.....</b>	82

<i>Гузенко Д. В.</i>	
<b>МОДЕРНІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ОРГАНІЗАЦІЇ.....</b>	<b>86</b>
<i>Діденко Є. В.</i>	
<b>МОДЕЛЬ ПРОСУВАННЯ КРУЇЗНИХ ТУРІВ НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКАХ .....</b>	<b>91</b>
<i>Діденко Є. В., Бабаєв Р.</i>	
<b>ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>96</b>
<i>Довгопол Н. В., Ігуменцева Н. В.</i>	
<b>СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ОСНОВІ БЕНЧМАРКІНГУ .....</b>	<b>99</b>
<i>Довгопол Н. В., Ігуменцева Н. В.</i>	
<b>НЕПАРАМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ СТАВЛЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ДО ПРОТИКОРОНАВІРУСНОЇ ВАКЦИНАЦІЇ.....</b>	<b>104</b>
<i>Іванова В. Б., Бузецька К. І.</i>	
<b>ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ .....</b>	<b>108</b>
<i>Іванова В. Б., Давіденко А. І.</i>	
<b>ІНСТРУМЕНТИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ .....</b>	<b>113</b>
<i>Іванова В. Б., Литвинова А. В.</i>	
<b>ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА: ХАРАКТЕРНІ РИСИ .....</b>	<b>118</b>
<i>Іванова В. Б., Петренко М. А.</i>	
<b>ГОЛОВНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТИ .....</b>	<b>122</b>
<i>Іващенко Г. А., Куцевол В. О.</i>	
<b>ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>127</b>
<i>Іващенко Г. А., Рожнова Т. Ю.</i>	
<b>ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....</b>	<b>132</b>
<i>Іващенко Г. А., Хівренко О. А.</i>	
<b>СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....</b>	<b>136</b>
<i>Карпенко Ю. В., Пєнова А. І.</i>	
<b>ТИПОЛОГІЗАЦІЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВСТАНОВЛЕННЯ СУТНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ .....</b>	<b>140</b>
<i>Кирий В. В., Мірошніченко Д. Д.</i>	
<b>ПЕРЕДУМОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ.....</b>	<b>144</b>
<i>Кирий В. В., Шелефонтьок В. Р.</i>	
<b>ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ.....</b>	<b>148</b>
<i>Кирий В. В., Шемшюра В. А.</i>	
<b>ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>152</b>
<i>Кішинський Н. В.</i>	
<b>ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>157</b>
<i>Колупаєва І. В., Ткаченко А. Г.</i>	
<b>ЕКОНОМІЧНА СУТЬ МЕХАНІЗМУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>161</b>

<i>Костін Ю. Д., Буркан Є. А.</i>	
<b>ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	165
<i>Костин Ю. Д., Костин Д. Ю.</i>	
<b>КЛАСТЕРНЫЕ ПРИЗНАКИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ТАРИФОВ НА ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫЕ УСЛУГИ.....</b>	168
<i>Кузнецова І. О., Горбатюк В. В.</i>	
<b>СУЧАСНІ КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	173
<i>Курденко О. В., Холодков О. А.</i>	
<b>ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПЕРСПЕКТИВИ ТА ЗАГРОЗИ.....</b>	178
<i>Курденко О. В., Салай М. В.</i>	
<b>ПАНДЕМІЯ COVID-19 ЯК ГАЛЬМО ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....</b>	183
<i>Ліпницька М. В., Удовиченко О. В.</i>	
<b>УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....</b>	188
<i>Лісеній Є. В., Бондаренко А. В.</i>	
<b>ВІРТУАЛЬНА ТОРГІВЛЯ ЯК ОЗНАКА ПРОГРЕСИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....</b>	193
<i>Лісеній Є. В., Ільченко А. А.</i>	
<b>РЕКЛАМА В INSTAGRAM.....</b>	197
<i>Мільчева В. В.</i>	
<b>СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АПК.....</b>	201
<i>Можайкіна Н. В., Мамічева А. Д.</i>	
<b>СВІТОВИЙ РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....</b>	205
<i>Мозгова Г. В., Петренко К. В.</i>	
<b>ПСИХОЛОГІЯ КОЛЬОРУ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ.....</b>	208
<i>Мурзабулатова О. В.</i>	
<b>УМОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИНИКНЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН В АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВАХ.....</b>	211
<i>Мурзабулатова О. В., Абдулаєв Акбар Ібадулла огли</i>	
<b>РОЛЬ І МІСЦЕ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	216
<i>Мусієнко В. О., Вадіянци А. Р.</i>	
<b>ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ.....</b>	221
<i>Мусієнко В. О., Зінченко М. Е.</i>	
<b>РЕСУРСИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ ХХІ СТОЛІТТЯ.....</b>	225
<i>Мусієнко В.О., Шапошник Б. В.</i>	
<b>ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	229
<i>Нугманова Майгуль</i>	
<b>ГЕНДЕРНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ДОСТУПА К ДОСТОЙНОМУ ТРУДУ И ИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЯ УСЛУГ ПО УХОДУ.....</b>	233
<i>Овсяченко Ю. В., Пересада Е. В.</i>	
<b>АВТОМАТИЗАЦІЯ СИСТЕМ СИТУАЦІОННОГО УПРАВЛІННЯ.....</b>	238
<i>Пархоменко Н. О., Первушина О. О.</i>	
<b>ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	243

<i>Перепелюкова О. В., Красільнікова Д. П.</i>	
<b>ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ.....</b>	247
<i>Пересада О. В.</i>	
<b>ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ.....</b>	251
<i>Петряєва З. Ф., Лабзєв О. Ю.</i>	
<b>ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЮ ТАЄМНИЦЕЮ.....</b>	255
<i>Полозова Т. В., Ал-Касєасбєх Ахмад Закарія Саламєх</i>	
<b>ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	259
<i>Полозова Т. В., Алзубі Лайт</i>	
<b>ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	262
<i>Полозова Т. В., Кисліченко А. П.</i>	
<b>ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	265
<i>Полозова Т. В., Куценко Ю. А.</i>	
<b>ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ДО УМОВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА.....</b>	268
<i>Полозова Т.В., Обєїд Лара Ходор</i>	
<b>НАПРЯМИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	272
<i>Полозова Т.В., Рабєах Мохаммед Рїдха Салман</i>	
<b>ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	276
<i>Полозова Т. В., Самков В. В.</i>	
<b>ЕКОНОМІЧНА СУТЬ І КЛАСИФІКАЦІЯ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ.....</b>	279
<i>Пономарьов С. В.</i>	
<b>МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЕНЕРГОКОМПАНІЇ.....</b>	284
<i>Прибыльнова И. Б., Прибыльнов А. А.</i>	
<b>МОДЕЛИРОВАНИЕ БЛОКА «УЧЕТ БРАКА» НА БАЗЕ CRM-СИСТЕМЫ SALES CREATIO.....</b>	287
<i>Прокопенко В. Ю., Джаїн Джонні</i>	
<b>КРЕАТИВНІСТЬ В СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ.....</b>	291
<i>Ругалева И. Е., Сокольчик А. В.</i>	
<b>НЕЙРОМАРКЕТИНГ КАК НОВЫЙ ПОДХОД В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМ ИЗУЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ.....</b>	294
<i>Русінова А. О.</i>	
<b>ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА».....</b>	299
<i>Синіговець О. М.</i>	
<b>РОЗВИТОК ФОРМ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН У СТАНОВЛЕННІ СУЧАСНОГО СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА.....</b>	303
<i>Соколова Л. В., Зінченко М. Е.</i>	
<b>ТРАДИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....</b>	307
<i>Соколова Л.В., Колісник О. В.</i>	
<b>ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....</b>	311

<i>Соколова Л. В., Литвинова А. В.</i>	
<b>ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....</b>	<b>315</b>
<i>Соколова Л. В., Огородник В. А.</i>	
<b>КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>319</b>
<i>Соколова Л. В., Шапошник Б. В.</i>	
<b>ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....</b>	<b>323</b>
<i>Степаненко С. В., Гулюк О. І.</i>	
<b>ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ.....</b>	<b>326</b>
<i>Степанова О. В.</i>	
<b>АЛГОРИТМ ОЦІНКИ І РАНЖУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ.....</b>	<b>331</b>
<i>Солодкий В. С.</i>	
<b>СИСТЕМА ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ.....</b>	<b>335</b>
<i>Стороженко О. В., Овсієнко В. С.</i>	
<b>ВПЛИВ ІТ-ГАЛУЗІ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ.....</b>	<b>340</b>
<i>Стороженко О. В., Ткаченко Є. Л.</i>	
<b>ПЕРСПЕКТИВИ ТА ЗАГРОЗИ РОЗВИТКУ РИНКОВОГО ІТ-СЕКТОРУ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>344</b>
<i>Стороженко О. В., Худаєва С. А.</i>	
<b>ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ХІРУРГІЧНИХ МЕТОДІВ ЛІКУВАННЯ В УМОВАХ ПРИВАТНОЇ МЕДИЦИНИ.....</b>	<b>347</b>
<i>Стороженко О. В., Шашко О. В.</i>	
<b>УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА.....</b>	<b>351</b>
<i>Тохтаміш Н. І., Альхьярі Амер Махмуд Алі</i>	
<b>СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЕКТІВ.....</b>	<b>355</b>
<i>Тулуш Л. Д., Зінчук Л. М.</i>	
<b>ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ.....</b>	<b>360</b>
<i>Якушенко К. В.</i>	
<b>СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ.....</b>	<b>367</b>
<i>Яремчук І. В.</i>	
<b>ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ.....</b>	<b>371</b>
<i>Maо Rong</i>	
<b>PROBLEMS AND COUNTERMEASURES OF STAFF MANAGEMENT IN SMALL AND MICRO ENTERPRISES IN CHINA UNDER THE NEW CROWN PNEUMONIA.....</b>	<b>375</b>

**Соколова Л. В.,**

*д.е.н., професор, професор кафедри економічної  
кібернетики та управління економічною безпекою,  
Харківський національний університет радіоелектроніки*

**Зінченко М. Е.,**

*студент,  
Харківський національний університет радіоелектроніки*

## **ТРАДИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Маркетингові дослідження – це систематичний збір та аналіз, пов’язаних з наявною ситуацією даних щодо маркетингової діяльності підприємства чи організації [1]. Існують традиційні та інноваційні методи маркетингових досліджень. Роль маркетингових досліджень полягає в оцінці маркетингових ситуацій, забезпеченні інформацією, яка уможливорює створення ефективної маркетингової програми підприємства.

Мета маркетингових досліджень полягає в ідентифікації як проблем, так і можливостей підприємства зайняти конкурентну позицію на ринку в конкретний час, знизити міру ризику та невизначеності, збільшити ймовірність успіху маркетингової діяльності [1].

Традиційні методи складаються з якісних та кількісних. Якісні методи маркетингових досліджень спрямовані на вивчення поглядів, відносин, думок та інтересів споживачів. Якісні методи дозволяють досліднику розібратися в складній та різноманітній природі дій покупців.

Поряд з сегментуванням ринків дуже важливо вміти передбачати запити споживачів, точно розбиратися в перевагах та спонукальних стимулах, визначати основні зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на споживачів.

Якісні методи є менш структурованими, взаємодія з респондентом виходить триваліша та гнучка, а отримані дані є більш детальними та глибокими за змістом, що означає збільшення ймовірності отримання нового розуміння та нових ідей.

До якісних методів відносять спостереження, інтерв'ю, роботу з експертами, фокусування в групі, тестування. Спостереженням називається безпосередній візуальний або із застосуванням засобів візуалізації (відеокамери, монітори) відсторонений контроль з боку дослідника за будь-яким явищем або процесом. Інтерв'ю – формалізована бесіда з респондентом, сфокусована на темі, що цікавить дослідника. Фокус-група – це об'єднана за деякими критеріями мала група, увага якої тимчасово сконцентрована на певній темі. Завдання фокусування складаються не тільки в тому, щоб отримати більш глибоку інформацію якісного характеру від кожного з учасників, але і в тому, щоб в ході обговорення виявити різні точки зору та позначити варіативність думок, поведінки і відносин [2].

Кількісні методи досліджень націлені на отримання інформації про велику кількість об'єктів дослідження: покупців, споживачів, підприємств. Головним завданням кількісних досліджень є отримання чисельної оцінки досліджуваної теми.

В основі кількісних методів досліджень завжди лежать статистичні моделі, в яких використовуються великі вибірки. Це дозволяє не просто отримати думки та припущення, а з'ясувати точні кількісні значення досліджуваних показників. Дослідження з використанням кількісних методів – це основний інструмент отримання необхідної інформації для планування і прийняття рішень у разі, коли необхідні гіпотези щодо поведінки споживачів вже сформовані за допомогою якісних методів. До кількісних методів відносять [3]:

– експеримент – це цілеспрямована зміна окремих параметрів товару: ціни, упаковки або окремих її елементів, розташування на полицях, комплектації, рівня обслуговування;

– масове опитування (анкетування). Масовим вважається опитування, в ході якого шляхом особистої бесіди співробітника дослідницької компанії з носіями інформації (респондентами), вивчаються думки кількох сотень або тисяч чоловік. Під анкетуванням розуміють безособову форму спілкування дослідників з носіями інформації, при якій респонденти самостійно відповідають на питання;

– моніторинг – система постійного збору, суцільного відстеження чітко визначеного, як правило, досить вузького кола даних.

У теперішній час набувають популярності інноваційні методи маркетингових досліджень, до яких можна віднести нейромаркетинг. Його можна визначити не тільки як інноваційний напрям, але як нове поле маркетингових досліджень, на якому вивчаються сенсорні, когнітивні та емоційні відповіді споживачів на маркетингові стимули впливу на процес прийняття ними рішень щодо купівлі конкретного товару [4].

Серед інструментальних методів нейромаркетингових досліджень відповідно до [5] можна визначити такі, як: МРТ (магнітно-резонансна томографія); Eyetracker; детектор брехні; Facereading; Електроенцефалографія (ЕЕГ); Функціональна магнітно-резонансна томографія (ФмРТ або FMRI).

У період розвитку інтернет-технологій популярним засобом проведення маркетингових досліджень є онлайн-дослідження. Сильними сторонами онлайн-дослідження є: швидкість проведення дослідження та обробки інформації; відносно дешевий спосіб дослідження; можливість використання високотехнологічних методик, анімацій. Проте недоліком таких онлайн-опитувань є відсутність можливості спостерігати за реакцією респондентів при проведенні якісних досліджень й визначати невідповідності між вербальними та невербальними вираженнями [6].

Отже, основним об'єктом маркетингових досліджень виступають індивідуальні споживачі, які купують товари та послуги. Зміст маркетингових досліджень визначається товарною структурою і типом ринку. Залежно від поставлених цілей, змісту необхідної інформації та способів її збору в маркетингу необхідно обирати метод проведення та певний методичний інструментарій маркетингового дослідження.

### **Перелік джерел посилання**

1. Зінорук Л. В. Маркетингові дослідження у процесі удосконалення комплексу маркетингу підприємства. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2017. № 5. С. 123-128.

2. Череп О., Мєренкова В. Методи дослідження ефективності маркетингових досліджень. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 4. С. 96-98.

3. Стегура Е. С., Рега М. Г. Роль та методи маркетингових досліджень у роздрібній торгівлі. *Економіка та держава*. 2015. № 5. С. 107-109.

4. Sokolova, L., Veriasova, G. and Zinchenko, M. (2020) «Theoretical And Practical Aspects Of Introducing Innovations In The Enterprise's Marketing Activity», *Innovative Technologies And Scientific Solutions For Industries*, (2 (12)), pp. 119-126. doi: 10.30837/2522-9818.2020.12.119.

5. Скригун Н. П., Метейко В. О. Нейромаркетинг як засіб психологічного впливу на споживача. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2018. № 30. С. 67-70.

6. Суворова С. Г. Розвиток маркетингових інтернет-досліджень в умовах поширення електронної комерції. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2012. № 1 (11). С. 81-88.

Наукове видання

Матеріали  
I Міжнародної науково-практичної конференції  
**СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:  
НАУКА, ІННОВАЦІЇ ТА БІЗНЕС-ОСВІТА**

3 листопада 2020 року  
м. Харків

**Редактор:**  
**Полозова Тетяна Василівна**

**Відповідальний секретар:**  
**Мурзабулатова Олена Вячеславівна**

**Дизайн обкладинки:**  
**Іванова Вікторія Борисівна**

Харківський національний університет радіоелектроніки,  
Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою,  
61166, Україна, м. Харків, пр. Науки, 14,  
тел. (057) 702-14-90,  
e-mail: sser.conf@gmail.com