

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
Харківський державний університет  
харчування та торгівлі

**МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ  
В ОСВІТІ, ТУРИЗМІ,  
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ,  
ХАРЧОВІЙ ІНДУСТРІЇ ТА ТОРГІВЛІ**

**Тези доповідей**  
*Міжнародної науково-практичної*  
*інтернет-конференції,*  
*присвяченої 50-річчю заснування*  
*Харківського державного університету харчування та торгівлі*

3 жовтня 2017 року

Харків  
ХДУХТ  
2017

УДК 658.8.001.76:378:640.4  
ББК 65.291.34+74+65.43

*Редакційна колегія:*

*О.І. Черевко*, д-р техн. наук, проф. (відпов. ред.); *Л.М. Янчева*, канд. екон. наук, проф. (заст. відпов. ред.); *В.М. Михайлов*, д-р техн. наук, проф. (заст. відпов. ред.); *А.Л. Фоцан*, канд. техн. наук, доц. (заст. відпов. ред.); *Т.В. Андросова*, канд. екон. наук, проф. (заст. відпов. ред.); *О.О. Труш*, заступник директора Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації; *О.С. Чубаров*, директор Департаменту у справах сім'ї, молоді та спорту Харківської міської ради; *Т.М. Афоніна*, керівник ВОІР; *А.П. Грінко*, д-р екон. наук, проф.; *В.А. Гросул*, д-р екон. наук, проф.; *О.В. Кот*, канд. екон. наук, доц.; *О.К. Кухарьонюк*, начальник НН ЦНІТ, доц.; *І.В. Лилик*, генеральний директор Всеукраїнської громадської організації «Українська Асоціація Маркетингу», канд. екон. наук, доц.; *І.Ю. Мелушова*, канд. екон. наук, доц.; *Н.Л. Савицька*, д-р екон. наук, проф.; *М.О. Середенко*, керівник видавничого відділу; *О.Г. Терешкін*, д-р техн. наук, проф.; *Н.Г. Ушакова*, канд. екон. наук, проф.; *Арвід Флагестад*, проф. з маркетингу; *М.В. Чорна*, д-р екон. наук, проф.; *Моніка Яворська*, регіональний директор Суспільної Академії Наук; *Л.М. Яцун*, д-р екон. наук, проф.

*Рекомендовано до видання вченою радою ХДУХТ, протокол № 16 від 03.07.17 р.*

**Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі :** Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, присвячена 50-річчю заснування ХДУХТ, 3 жовтня 2017 р. : [тези доп.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. – Х. : ХДУХТ, 2017. – 474 с.

ISBN

Збірник містить тези доповідей із вирішення актуальних питань розробки та впровадження маркетингових інновацій, інноваційної політики підприємств готельно-ресторанного господарства, торгівлі, туризму, харчової індустрії; поширення інновацій між вищою освітою та соціально-економічним середовищем; забезпечення конкурентоспроможності підприємств на вітчизняному та світовому ринках.

Збірник розраховано на науковців, викладачів вищих навчальних закладів, керівників і фахівців підприємств готельно-ресторанної, харчової індустрії, торгівлі, туризму та послуг.

УДК 658.8.001.76:378:640.4  
ББК 65.291.34+74+65.43

Видається в авторській редакції

ISBN

© Харківський державний університет  
харчування та торгівлі, 2017

конкурентоспроможності є бенч маркінг: безперервний, систематичний пошук, вивчення кращої практики конкурентів із суміжних галузей, а також постійне порівняння бажаних змін і результатів бізнесу зі створеною еталонною моделлю власної організації бізнесу.

Сьогодні більшість країн світу забезпечують підвищення товарної конкурентоспроможності за рахунок використання інновацій. Під інноваційним забезпеченням конкурентоспроможності підприємства розуміється створення і реалізація інноваційних та конкурентних переваг у сфері підвищення якості продукції, скорочення витрат, методів формування товарного асортименту, організації виробництва і управління підприємством.

Традиційно інновації пов'язують зі сферою матеріального виробництва, проте нововведення виникають і втілюються і в невиробничій сфері: медицині, освіті та інших галузях невиробляючих матеріальних продуктів. Таким чином, інноваційною є будь-яка діяльність, яка охоплює дослідження, проектування, розробку і впровадження нових, вдосконалених продуктів і технологічних процесів незалежно від їх галузевого призначення.

Мати конкурентну перевагу не повинно бути самоціллю для підприємства, важливо правильно зорієнтувати його діяльність і вміло слідувати обраній стратегії, що в кінцевому рахунку надають підприємствам можливості домогтися успіху в конкурентній боротьбі.

**Ю.В. Ковтуненко**, канд. екон. наук, доц. (ОНПУ, Одеса)

**О.А. Янковська**, студ. (ОНПУ, Одеса)

## **АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ВІТЧИЗНЯНИХ І СВІТОВИХ РИНКАХ**

Конкурентоспроможність будь-яких суб'єктів господарювання є необхідною умовою для їх виживання, стабільного розвитку, збереження позицій на ринку, окупності, можливого розширення діяльності, інвестиційної привабливості. Але вона не є постійною й абсолютною характеристикою, це динамічна категорія.

Проблеми конкурентоспроможності вивчали такі науковці: К.Л. Бабчук, Р.Я. Баран, Т.Б. Гавришук, О.В. Доброзорова, Ю.Я. Єленєва, В.В. Криворотов, Т.В. Лавровська, А.О. Левицька, Н.В. Мисько, І.В. Причєпа, М.Є. Просвірина, М.Й. Романчукевич, М.І. Філіппов та ін.

Вчені інтерпретують поняття «конкурентоспроможність» не однаково, бо вони розглядають його з різних позицій. Наведемо деякі з них для порівняння.

Конкурентоспроможність підприємства – здатність (спроможність) підприємства вести суперництво у базовій галузі, на міжгалузевому та світових ринках [1, с. 6].

Конкурентоспроможність фірми (підприємства) – це можливість ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку [2, с. 210].

Конкурентоспроможне підприємство (фірма) – здатне тривалий час залишатися прибутковим в умовах відкритої ринкової економіки [3, с. 163].

Роздивляючись визначення, можна побачити, що ці науковці визначають конкурентоспроможність за допомогою критеріїв «прибутковість», «суперництво в ринкових умовах».

Аналіз конкурентоспроможності включає виявлення факторів, що забезпечують на ринку певну перевагу серед схожих підприємств. А її оцінка – порівняння характеристик підприємства, його особливостей з показниками конкурентів, що займають чи можуть зайняти кращі позиції на ринку. Існує багато різноманітних методів для оцінки конкурентоспроможності (матричні (SWOT-аналіз; матриця визначення конкурентних переваг, McKensey та інші); PIMS-проект; карта стратегічних груп; оцінки (інтегральна, за допомогою балів, витрат, ланцюжку цінностей), метод профілів чи графічний; функціональний і структурний методи, бенчмаркінгу та ін.) [4].

Методика визначення переваг, що необхідна для оцінки конкурентоспроможності підприємства: 1) виявлення лідера; 2) пошук, відбір критеріїв продуктивності ресурсів підприємства; 3) моніторинг за діяльністю конкурентів, аналіз достовірної інформації про їх активність на світових і вітчизняних ринках; 4) здатність зайняти певне місце на ринку; 5) підтримка переваги серед інших організацій.

Вітчизняні організації при пошуку конкурентних переваг стикаються з такими проблемами: відсутність використання стратегії конкурентоспроможного росту при вирішенні завдань у поточній діяльності підприємства; вибір ефективних методів при аналізі; односторонність підходів; неможливість реалізації внаслідок відсутності практики використання заходів в комплексі.

Для їх вирішення дослідники пропонують:

- сформувати ефективну систему якості і дотримуватися міжнародних стандартів;
- поліпшення технічних умов;
- періодично проводити моніторинг, щоб вчасно виявити зміни в конкурентному середовищі;
- вчасне реагування на зміни кон'юнктури;

- підвищення рівня управління підприємством і кваліфікації робітників в цілому;
- ретельно вивчати потреби ринку;
- доцільно використовувати людський капітал на підприємстві;
- використовувати з розумом досвід інших успішних підприємств, враховуючи національні особливості;
- залучати нові інвестиції, щоб модернізувати виробництво.

#### **Список використаних джерел**

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
2. Kovtunenکو Yu. V. Competitiveness enterprise in modern conditions: problems and prospects [Електронний ресурс] / Yu. V. Kovtunenکو, O. A. Grabovenko // Економіка: реалії часу : наук. журнал. – 2016. – № 2 (24). – С. 41–46. – Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n2.html>.
3. Костецька Є. В. Конкурентоспроможність фірми та її продукції як важливі показники оцінки діяльності підприємства в умовах ринкової економіки / Є. В. Костецька // Науковий вісник Українського НЛУ. – 2005. – Вип. 15.2. – С. 163–165.
4. Промисловий маркетинг : навч. посібник / О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 364 с.

**А.О. Козлова**, канд. екон. наук, ст. викл. (*ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, Харків*)

**А.О. Старостіна**, студ. (*ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, Харків*)

### **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ**

В останній час в Україні і світі в цілому приділяється увага багатофункціональному розвитку сільської місцевості та диверсифікації виробничої діяльності та послуг в агросекторі. Сутність цієї концепції полягає у необхідності забезпечення розвитку села та сільського способу життя у декількох напрямках одночасно. Особлива увага приділяється розвитку зеленого, сільського туризму. Що у свою чергу підвищує рівень зайнятості сільських жителів, розбудови

<b>Віденко М.А.</b> Методи акумулювання ідей і прийняття рішень у системі адаптивного управління.....	227
<b>Волосов А.М.</b> Конкурентні переваги як факторна характеристика конкурентоспроможності.....	229
<b>Голованова М.А.</b> Стратегії підвищення конкурентоспособності підприємства в умовах дуополії.....	231
<b>Головань Д.В.</b> Підвищення конкурентоспроможності торговельного підприємства з використанням системного підходу.....	233
<b>Голубнича А.І., Артёмова А.В.</b> Сучасні проблеми та перспективи управління фінансовою стійкістю підприємства.....	235
<b>Дейнега О.В., Волошин В.С.</b> Інформаційне забезпечення підприємств як складова формування їх конкурентоспроможності.....	237
<b>Дубовик Т.В.</b> Інтернет-маркетингові комунікації на основі споживацької поведінки.....	239
<b>Дядюк М.А.</b> Конкурентоспроможність продукції як потенціал забезпечення конкурентних переваг підприємства.....	241
<b>Жадан Т.А., Куліш О.О.</b> Систематизація методів калькулювання та систем обліку витрат підприємства.....	243
<b>Іванюта О.М.</b> Методичні підходи до оцінювання кредитоспроможності торговельних підприємств.....	245
<b>Кадушкіна І.С.</b> Інновації в системі управління конкурентоспроможністю підприємства.....	247
<b>Ковтуненко Ю.В., Янковська О.А.</b> Аналіз конкурентоспроможності підприємств на вітчизняних і світових ринках.....	248
<b>Козлова А.О., Старостіна А.О.</b> Проблеми та перспективи підвищення конкурентоспроможності підприємств сільського зеленого туризму.....	250
<b>Косар Н.С., Кузьо Н.Є.</b> Технології залучення клієнтів торговельними мережами на ринку побутової хімії та косметики України.....	252
<b>Косухіна Л.І.</b> Стратегія диференціації як спосіб ведення конкурентної боротьби на вітчизняному ринку.....	254
<b>Крала В.Г., Бальдер А.</b> Ефективність управлінської діяльності та її зв'язок із конкурентоспроможністю підприємства.....	256
<b>Крюкова О.М., Клочко В.М.</b> Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції національного господарства України.....	258