

**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 Л. 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. Ліберману. 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 впровадженням 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 Л. Ю.</i> Стратегический мониторинг внедрения инноваций: опыт Польши	122
<i>Верещагіна Г. В., Сушко К. В.</i> Оптимізація транспортно-логістичної діяльності підприємства	126
<i>Герашенко 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., Дяшенко 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., Тімур Уманс.</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., Коршикова 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'єктивної 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 IT-підприємства.....	300
<i>Дейнеко Е. 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. Л.</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>Судейманова А. Г.</i> Особливості процесу формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства	380
<i>Шнілевський 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>Булєєв І. П., Брюховецька Н. Ю.</i> Інноваційні інвестиції – домінанта системного реформування економіки: методологічний аспект	395
<i>Ілляшенко Г. В.</i> Сучасний мотиваційний механізм підвищення ефективності управління персоналом	400
<i>Кащєєва 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>Красноносова 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., Стиценко 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

**ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ
ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ЗА ДОПОМОГОЮ ЕФЕКТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ
МАРКЕТИНГУ**

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

Шевченко Валерія Вікторівна, студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

На сьогодні досвід не тільки іноземних, але й українських підприємств показує, що рівень розвитку маркетингу нерозривно пов'язаний з рівнем конкуренції. І немає сумніву, що ефективність маркетингу зростатиме пропорційно рівню конкуренції. Низька конкурентоспроможність українських промислових підприємств частково визначається нерозвиненістю маркетингових технологій.

Головною метою маркетингової стратегії є формування конкурентної переваги. Отже, принципи, правила, норми й орієнтири фірми, які були заздалегідь визначені місією, конкурентним статусом і конкурентними перевагами, будують стійку основу для прийняття будь-яких рішень в організації та розробці цілісної стратегії, прийнятної для зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

Актуальність цієї теми дослідження полягає в тому, що існують різні точки зору відносно самої категорії конкурентоспроможності підприємства. Безсумнівно, в умовах сучасного ринку обов'язкового аналізу потребують причини недостатньої конкурентоспроможності підприємств промислового комплексу. Необхідно виявити фактори, що впливають на конкурентоспро-

можність залежно від ринкової ситуації; визначити механізм формування системи управління конкурентоспроможністю промислових підприємств на основі маркетингового підходу, розробити систему показників оцінки ефективності маркетингової стратегії щодо формування конкурентних переваг.

Теоретичні аспекти підвищення конкурентоспроможності вивчали такі відомі вчені-економісти, як: П. Дойль, Ф. котлер, Ж.-Ж. ламбен, М. Портер, Дж. О'Шонессі, Д. Мельничук, І. Должанський, Т. Загорна й ін.

Роль маркетингу в менеджменті промислових підприємств було розглянуто в роботах таких учених, як: В. Герасимчук, П. Дойль, Ф. котлер, Ж.-Ж. ламбен, В. Пономаренко, М. Портер та ін.

Основною метою роботи є дослідження та аналіз впливу маркетингових факторів на конкурентоспроможність підприємств промислового комплексу. Сучасна практика ведення бізнесу вказує на необхідність розробки ефективних маркетингових стратегій. Це обумовлено впливом маркетингу на фінансові показники діяльності підприємства в умовах зростаючої конкуренції на ринку. Суть ефективного функціонування маркетингової системи підприємства полягає в тому, що вона повинна виробляти нові підходи до управління, спрямовані на капіталізацію бізнесу, підвищення його конкурентного статусу. Ця концепція управління передбачає стратегічну орієнтацію промислового підприємства на довгострокове перебування на ринку.

Маркетингова стратегія орієнтує підприємство на вибір ринку і поведінки в ньому, вказує, за допомогою чого підприємство планує посилити свої конкурентні переваги і реалізувати одну зі стратегій розвитку. у цій ситуації для ведення ефективного бізнесу необхідна модель маркетингового управління конкурентоспроможністю підприємства.

Маркетинг є соціальним і управлінським процесом, спрямованим на усунення недоліків і задоволення потреб, як індивідів, так і

груп шляхом створення, пропозиції та обміну товарів [1, с. 25]. На нашу думку, таким чином, формується поняття не власне маркетингу, а маркетинг-менеджменту, який враховує системність розвитку ринкових відносин з високим рівнем конкуренції.

Ця філософія повинна втілюватися в маркетинговій стратегії, яка спрямована на загальнокорпоративну стратегію, забезпечуючи зростання прибутку, розширюючи асортимент продукції, завойовуючи нові ринки, змінюючи репутацію у сфері бізнесу, в суспільстві [2, с. 226]. Використовуючи таку філософію маркетингу, підприємства проводять не тільки зважену політику завоювання ринків збуту, а й формують потреби і запити з метою найбільш прибуткової реалізації асортименту вироблених товарів або наданих послуг. у секторі складного обладнання промислового підприємства, яке на сьогодні є основою технічного прогресу, маркетинговий підхід повинен складатися з таких етапів: 1 етап – комплексні дослідження і прогнозування стратегічних потреб, параметрів ринку; 2 етап – комплексні дослідження і розробка нормативів конкурентоспроможності технологій, НДДкР; 3 етап – встановлення вимог до взаємної відповідальності за якість роботи в ланцюжку «виробник – споживач»; 4 етап – уточнення місії підприємства, посадових інструкцій, в яких повинні бути відображені вимоги до якості робіт; 5 етап – контроль реалізації маркетингового підходу у всіх ланках і стимулювання ефективності всіх робіт за такими критеріями: кількість, якість, терміни, витрати, надійність [3, с. 180].

Бенчмаркінг (benchmarking) як нова технологія маркетингового управління дозволяє топ-менеджменту здійснювати радикальні зміни, засновані на порівнянні кращих бізнес-практик. Формування нового мислення у керівників промислових підприємств має вирішальне значення. успіх маркетингового управління безпосередньо залежить від двох ключових компетенцій менеджменту: здатності прогнозувати майбутнє краще конкурентів і вміння зрозуміти, де слід сконцентрувати ресурси компанії. Ранжування стратегічних альтернатив за критерієм вартості бізнесу

дозволяє виявити найбільш перспективний варіант інноваційного розвитку компанії і розробити детальний план підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції [4, с. 232].

Отже, в умовах жорсткої конкуренції сучасного ринку важливим є дослідження маркетингового підходу до формування дієвої управлінської політики промислових підприємств, яка забезпечує досягнення і підтримання бажаного рівня виробництва, а також ефективних маркетингових стратегій, спрямованих на розвиток і впровадження технічних і управлінських інновацій у виробництво відповідно до запитів споживачів і вимог ринку. Особливості промислового комплексу України вимагають системного маркетингового підходу до управління підприємством.

Таким чином, для успішної реалізації системи управління конкурентоспроможністю необхідно впровадження підходу, який полягає в розробці взаємопов'язаних підсистем: соціально-економічної, яка визначає цілі процесу управління, і організаційної, яка визначає форму такого процесу.

Література

1. Котлер Ф. Маркетинг Менеджмент. СПб. : Санкт-Петербург, 2018. 848 с.
2. Герасимчук В. Г. Відповідальність і компетентність – основні принципи програмного підходу в управлінні. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2017. № 14. С. 223–231. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2017_14_36
3. Герасимчук В. В., Кузьменко О. Ю. Маркетинговий потенціал підприємства в умовах сучасного ринку. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2013. № 4. С. 178–181. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2013_4_25
4. Портер М. Конкурентна стратегія. Методика аналізу отраслей и конкурентов. М. : Альпина Паблишер, 2014. 452 с.



