

**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

15–16 листопада 2018 року
м. Харків, Україна

Харків
2018

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного економічного університету імені Семена Кузнеця
(протокол № 2 від 17.10.2018 р.), вченої ради Науково-дослідного центру
індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 13 від 23.10.2018 р.)

Рецензенти: **Криворучко Оксана Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного економічного 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 :
Тези доповідей : ФОП Лібуркіна Л. М., 2018. Укр. мова, рос. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників, проведених у рамках тринадцятої 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, забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання щодо глобалізаційних соціально-економічних процесів. 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 впровадженні інновацій

<i>Авраменко О. В., Мірошников П. О.</i> Організація збутової діяльності підприємства.....	90
<i>Астахова И. Э., Ковалева Ю. Ю.</i> Актуальность маркетинговых исследований во внешнеэкономической деятельности предприятия	95
<i>Астахова И. Э., Стоенко Е. М.</i> Instagram как новый инструмент в интернет-маркетинге.....	98
<i>Валюх Я. І.</i> Корпоративне управління та інноваційний розвиток підприємства	102
<i>Велика О. Ю.</i> Місце України у світових інноваційних рейтингах.....	106
<i>Веретенникова Г. Б.</i> Методичні рекомендації до формування конкурентної стратегії підприємства	110
<i>Н. Vereshchagina, T. Vashchuk.</i> Cyberethization of innovation management.....	114
<i>Вошанова Ю. В.</i> Особливості формування маркетингової стратегії підприємства	118
<i>Геращенко І. М., Андрущенко О. В., Базаров Т. М.</i> Роль системи оцінки персоналу в покращенні інноваційної діяльності компанії.....	122
<i>Демченко Г. В.</i> Омніканальний маркетинг – бізнес-модель майбутнього	126
<i>Держожко В. О.</i> Визначення вагомих факторів впливу на коливання валютного курсу.....	129
<i>Yu. Zaloznova, N. Trushkina.</i> Reverse logistics as a modern concept of waste management	134
<i>Заславська К. А., Стеріна К. В.</i> Роль фінансової стратегії у підвищенні конкурентоспроможності підприємства.....	139

<i>Засуха Г. І.</i> Вплив інноваційного розвитку на конкурентоспроможність і активність діяльності сучасного підприємства.....	143
<i>Захаров В. А.</i> Етапи моделі якості операційного менеджменту промислового підприємства.....	147
<i>Іванова О. Ю., Севостьянова Г. С.</i> Експертиза законодавчих і нормативно-правових актів як чинник конкурентоспроможності країни.....	151
<i>I. Ippolitova, H. Seleznova.</i> Prerequisites for the development of partnerships.....	155
<i>Колодізева Т. О.</i> Особливості інноваційного управління ланцюгами поставок національних підприємств	159
<i>Копитько А. Ю.</i> Міжнародна реклама як інструмент міжнародного маркетингу підприємства	164
<i>М. Korovkin.</i> Identification of innovative ways of enterprise development and their application.....	168
<i>Косинов В. В.</i> Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах.....	172
<i>Костіна О. М.</i> Впливовість невизначеності на формування стратегії розвитку підприємства.....	176
<i>A. Kuznetsov.</i> Innovative management and motivation techniques.....	181
<i>Кулік І. А.</i> Управління інвестиційною діяльністю підприємств	184
<i>Лаптев В. І.</i> Чинники формування проблемно-орієнтованої системи управління людськими ресурсами	187
<i>Мартиненко А. О.</i> Система збуту підприємства	192
<i>Мартиненко М. В.</i> Інновації в економічній освіті – від традиційного маркетинг-міксу до маркетингу взаємовідносин.....	196
<i>Мерхо О.</i> Ціннісна складова стратегічної мотивації людини в умовах глобалізації.....	200
<i>Небилиця О. А., Різанов В. В.</i> АВС-XYZ-аналіз як засіб управління асортиментною політикою підприємства	205

<i>Олейнікова А. А.</i> Інноваційні аспекти мотивації на підприємстві	210
<i>Пасько М. І., Семенюта Ю. В.</i> Управління конкурентним потенціалом підприємства.....	214
<i>Піддубна Л. І., Горобинська М. В.</i> Особливості розрахунку Індексу глобальної конкурентоспроможності 4.0	219
<i>Поклонська Л. С.</i> Управління репутацією і іміджем підприємства.....	224
<i>Резнікова Т. О., Боева А. А.</i> Комплексна оцінка фінансового стану підприємства в галузі міжнародних інформаційно-комунікаційних технологій	227
<i>Сав'юк Л. О., Драчук Ю. З.</i> Аспекти інноваційного розвитку сфери надання освітніх послуг	232
<i>Самойленко В. В.</i> Формування організаційного забезпечення процедури оцінки конкурентоспроможності підприємства	237
<i>Саульченкова В. І.</i> Економічна та соціальна ефективності бренда підприємства.....	241
<i>Серокурова В. І.</i> Удосконалення логістичної інфраструктури підприємства	245
<i>T. Sigaieva, T. Magey.</i> Application of the innovative advertising types at various stages.....	248
<i>Снітко Є. О., Драчук Ю. З.</i> Напрями розвитку інноваційно активних підприємств.....	251
<i>Томах В. В.</i> Аналіз підприємницької діяльності в умовах інноваційної економіки.....	255
<i>Тоцька І. В.</i> Використання принципів маркетингової логістики в системі управління конкурентоспроможністю підприємства	259
<i>Тутова А. С.</i> Основні методи та чинники стимулювання праці топ-менеджерів	262
<i>Уварова А. Є., Дмитрієв Г. Б.</i> Запровадження логістичного управління підприємством як умова його конкурентоспроможності	266
<i>Фірстенко К. С.</i> Марочний капітал як основа розвитку маркетингових інтелектуальних активів підприємства	269

<i>Чернишов О. Д.</i> Факторинг як інноваційний інструмент рефінансування дебіторської заборгованості підприємства	274
<i>Шиян Д. В., Божко М. В.</i> Вплив концентрації виробництва на рівень конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств	278
<i>Штомпель О. О., Тімонін О. М.</i> Необхідність розроблення маркетингової стратегії для аутсорсингових ІТ-підприємств	282
<i>Щербина А. Ю.</i> Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю як необхідна умова ефективного розвитку підприємства	287

Секція 2. Міжнародна конкуренція та конкурентоспроможність

<i>Білецька О. Ю.</i> Механізми активізації експортної діяльності підприємства	291
<i>Валиев Ашраф Вагиф оглы, Кулибали Алиу Секура.</i> Методы развития экспортной деятельности предприятия	294
<i>Гайворонська Д. Ю.</i> Методичне забезпечення аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства	297
<i>Гордієнко К. С.</i> Інституційні технології регулювання міжнародної конкурентоспроможності підприємств	301
<i>Гринько П. О.</i> Формування еталонних значень показників ефективності експортно-імпоротної діяльності підприємства.....	304
<i>Громенкова С. В.</i> Рівень економічної складності національної економіки та перспективи її зростання та диверсифікація	308
<i>Дерід І. О., Кальченко В. Ю.</i> Ядерна програма Ірану як фактор розгортання міжнародної конкурентної боротьби	312
<i>Дерід І. О., Шкурка В. А.</i> Інноваційна конкурентоспроможність Ізраїлю	317
<i>Зубко Д. О.</i> Вплив процесу здійснення покупки на конкурентоспроможність товарів бренда	322
<i>Квітка В. В.</i> Структурно-технологічні аспекти розвитку експортного потенціалу підприємств машинобудування Харківської області.....	325

<i>Ковтун М. В.</i> Оцінка експортного потенціалу закордонних ринків	328
<i>Котиш О. М., Бестужева С. В.</i> Теоретичне забезпечення розвитку митного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні	331
<i>Лапоног Д. В.</i> Формування механізму управління розвитком експортного потенціалу машинобудівного підприємства	336
<i>Липов В. В.</i> Конкурентоспроможність національної економіки: макроекономічний рівень дослідження.....	340
<i>Мельник О. Г., Адамів М. Є., Баран О. Й.</i> Особливості та перспективи розвитку магазинів безмитної торгівлі в умовах європейської інтеграції України	345
<i>Остропільець Є. Є.</i> Імпортозаміщення у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.....	350
<i>Пісарогло О. А.</i> Удосконалення стратегічного управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства	354
<i>Пустовойтов В. А., Семіколенов А. С.</i> Методичні аспекти формування інформаційно-аналітичної бази системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства	358
<i>Рудай Т. О.</i> Стратегії виходу підприємств на зовнішній ринок	362
<i>Свиридко Б. О., Скрипка С. О.</i> Теоретико-методологічні аспекти організаційного проектування системи управління конкурентоспроможністю	366
<i>Сімакова М. В.</i> Толінг як засіб підвищення ефективності експортної діяльності підприємства.....	377
<i>Собіна К. А.</i> Управління ризиками в процесі укладання зовнішньоекономічних контрактів	382
<i>Шталь Т. В., Козуб В. О.</i> Чинники конкурентного розвитку країн в умовах глобалізації.....	385
<i>Шталь Т. В., П'ятницька М. Ю.</i> Методи оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства.....	389

Секція 3. Актуальні проблеми розвитку науки та інновацій

<i>Астахова І. Е., Прохорова К. А.</i> Особливості формування інноваційної стратегії в системі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства	393
<i>Булеєв І. П., Брюховецька Н. Ю.</i> Економіка та хремагистика в індустріальному та постіндустріальному суспільствах	397
<i>Іванов Ю. Б.</i> Податкова конкуренція та стимулювання інновацій.....	400
<i>Котлярів Є. І., Лелюк О. В.</i> Сучасний стан електроенергетики України та можливості розвитку розподіленої енергетики.....	403
<i>Матюшенко І. Ю., Мишко Є. О.</i> Смарт-спеціалізація регіонів – європейський інструмент регіонального маркетингу та підвищення конкурентоспроможності країни	408
<i>Милов А. В., Милевский С. В.</i> Оцінка стоимості інвестицій в кибербезпеку.....	416
<i>Павлова Я. О.</i> Розвиток економічних зв'язків з Ізраїлем як стимул для підвищення конкурентоспроможності України.....	420
<i>Полякова Я. О., Пономаренко Т. П.</i> Класифікація елементів корпоративної культури в системі управління підприємством	426
<i>Полякова Я. О., Язева А. С.</i> Систематизація концептуальних моделей формування збалансованої системи показників у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.....	431
<i>Полякова Я. О., Копендаха А. О.</i> Формалізація процесу вибору стратегічних альтернатив зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	435
<i>Полякова О. Ю., Шликова В. О.</i> Прогноз результативності функціонування індустріальних парків в Україні.....	440
<i>Решетняк О. І.</i> Розвиток науки в Україні: проблеми та перспективи.....	445
<i>Салашенко Т. І.</i> Організація спотового ринку електроенергії в Україні.....	449
<i>Ушкальов В. В.</i> Поведінковий підхід до подолання когнітивних обмежень у менеджменті	455

Хаустова В. Є., Колодяжна Т. В. Вплив процесів злиттів і поглинань за участю національних компаній на конкурентоспроможність економіки країни 460

Шпілевський О. В. Методичний підхід до оцінки соціально-економічних наслідків децентралізації енергозабезпечення 467

Ярошенко І. В., Семигулін П. К. Роль системи моніторингу соціально-економічного розвитку у публічному управлінні країни та регіонів..... 473

УДК 339.138

АКТУАЛЬНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Астахова Ирина Эдуардовна, к. э. н.,
доцент кафедры международной экономики и менеджмента
внешнеэкономической деятельности
Харьковского национального университета им. С. Кузнеця;

Ковалёва Юлия Юрьевна, магистрант 2 года обучения
кафедры международных экономических отношений
Харьковского национального университета им. С. Кузнеця

Именно сегодня науки маркетинг и менеджмент как никогда близки, что подтверждается бурным развитием напрямую маркетинг-менеджмента (marketing management). Все это требует дальнейшего развития теории стратегического управления, формирования новых подходов и концепций, которые бы позволяли предприятиям формировать стойкие конкурентные преимущества и уникальную ценность. Высокий уровень спроса на товар достигается благодаря рациональному использованию маркетингового менеджмента. Субъект функционирует на принципах маркетинга лишь тогда, когда управление предприятием, всеми его отделами, подразделениями и функциями осуществляется на основе маркетинговой концепции. Концепция маркетинга – это гарантия достижения цели организации, мотивация потребителей и обеспечения удовлетворения этих потребностей более эффективными методами, чем у конкурентов. Основной объект внимания маркетинга – потребности потребителей, конечная цель – получение прибыли за счет удовлетворения потребностей потребителей, средства достижения цели – комплексные усилия маркетинга [2, с. 25].

В прикладном понимании маркетинг является процессом принятия управленческих решений на основе анализа факторов внешней рыночной среды, для чего применяются маркетинговые исследования. Маркетинговые исследования необходимы

для того, чтобы иметь представление о развитии рынка товаров, услуг и рабочей силы путем оценки потребностей потребителей, а также проводить практические мероприятия для удовлетворения этих потребностей. С помощью этой деятельности координируются возможности производства и распределение товаров и услуг, а также определяется, какие шаги необходимо предпринять, чтобы продать товар или услугу конечному потребителю.

Маркетинговые исследования являются эффективным рыночным инструментом, который призван предоставить необходимую информацию для «сферы производства» конкретного субъекта ведения хозяйства, поскольку производить должен лишь то, в чем нуждается рынок, а не продавать то, что выработано. Этот фундаментальный постулат маркетинга должен лежать в основе маркетинговых исследований, главное назначение которых – обеспечение информацией для принятия управленческих решений, прежде всего относительно производства конкретного продукта в определенное время и по конкретной цене с необходимыми потребителю свойствами, качеством, количеством, а не продвижение на рынок выработанного продукта с привлечением всех маркетинговых механизмов [3]. Также маркетинговые исследования помогают принять правильные решения при выходе компании на новые (как внутренние, так и внешние) рынки, выпуске новой продукции и решить другие вопросы стратегического развития, которые требуют обоснования и информации о внешней среде, прогноза относительно готовности рынка к действиям компании. Маркетинговые исследования – это систематическое определение круга данных, необходимых в связи с маркетинговой ситуацией, которая возникла перед фирмой, их сбор, анализ и отчет о результатах [1, с. 17]. Современный американский специалист по маркетинговым исследованиям Г. А. Черчилль предлагает следующее определение: «Маркетинговые исследования являются функцией, которая связывает организацию с потребителями через информацию. Информация используется для выявления и определения возможностей и проблем маркетинга; разработки,

уточнения, оценки и контроля выполнения маркетинговых мероприятий; совершенствования понимания маркетинга как процесса» [2, с. 153].

Таким образом, с появлением и укреплением маркетинга как основы рыночной деятельности маркетинговые исследования вписываются в рамки и становятся неотъемлемой составной частью маркетинга, превращаются в информационно-аналитическое обеспечение. Также необходимо подобрать свою стратегию исследования для каждого потребителя, дать почувствовать, что именно его ответ на вопросы анкеты поможет добиться успеха в исследовании рынка. По сути, это правда, ведь собранная по крупице информация в результате даст возможность составить портрет потребителя и провести анализ рынка, анализ внешней среды. А используя маркетинговые исследования, можно сэкономить свое время и деньги, минимизировать риски и, кроме того, получить возможность создать идеальный бизнес и заработать желанные миллионы.

Литература

1. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология практика. М. : Финпресс, 2009, 389 с.
2. Баринов И. А. Формирование стратегических компетенций предприятия. М. : Вильямс, 2014. 360 с.
3. Голова А. Директ-маркетинг. Диалог с клиентом. URL: <http://www.md-marketing.ru/articles/html/article10124.html>

