

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

В.О. Козуб, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

Л.М. Бондаренко, канд. екон. наук, доц. (*ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків*)

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЙНІ ПРАКТИКИ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Прогресуюча динаміка інноваційного розвитку міжнародного бізнесу вимагає відповідного ринкового супроводження, тобто маркетингу, який допомагає перетворювати інноваційні здобутки в товарні, матеріальні, інформаційні, фінансові, людські потоки, забезпечує відповідне безперерйне функціонування вказаних потоків, ураховує ринкову кон'юнктуру та захищає виробника і споживача від можливих макроекономічних та конкурентних коливань. Отже, кожен учасник ринку повинен випередити своїх конкурентів шляхом створення більш привабливих інноваційних можливостей.

У провідних економічно розвинених країнах фахівці в галузі маркетингу виділяють такі головні особливості інноваційних товарів:

1) товари, для виробництва яких потрібні високі найдосконаліші технології (або, іншими словами, наукомісткі технології), де впроваджені останні науково-технічні розробки;

2) товари, що швидко обновляються і мають досить короткий життєвий цикл (побутова техніка, комп'ютери та ін.);

3) товари, що є товарами «ринкової новизни», тобто характеристики яких дозволяють радикально змінити ринок;

4) товари, при створенні яких рівень інвестицій на НДДКР є досить високим порівняно з загальним бюджетом на розроблення й упровадження інноваційного товару.

Для отримання максимального прибутку від інновацій компанія повинна випереджати конкурентів у глобальному масштабі, що передбачає: близькість до ринку (доступність до найважливіших національних ринків та каналів збуту); сприятливе ставлення споживачів (для випередження конкурентів необхідно, щоб споживачі в усьому світі намагались придбати нові продукти компанії); канали збуту (здатність створити переваги на світовому ринку з допомогою рекламування її переваг та моніторингу успіхів чи невдач).

Виходячи з того, що під інновацією розуміють всі продукти й послуги, які змушують споживачів витратити кошти, виділимо основні споживчі тенденції, які ґрунтуються на змінах у поведінці споживачів і надирають бренди на інновації та нові бізнес-ідеї «разом з клієнтами».

1. Емоційне благополуччя – розробники мобільних додатків турбуються не лише про фізичне здоров'я споживачів, але й їхнє емоційне благополуччя (різні мобільні веб-додатки для iPhone і iPad).

2. Безготівкова економіка – у розвинених країнах прагнення споживачів до зручності у поєднанні з технологічними досягненнями продовжує стимулювати інновації у сфері безготівкових операцій (програми безготівкової оплати Starbucks, McDonald's, Burger King, сервіси і додатки, основані на безготівковій оплаті за товари).

3. Приховані історії – багато споживачів усе більше сприймають індивідуальні історії продуктів так само як традиційне бренд-повідомлення (компанії Re Makes, N-spired Story, IOU project).

4. Продукти за підпискою – оскільки життя споживачів ускладнюється, підвищується їх зайнятість, з'являється можливість продавати продукти за передплатою (компанії Jangeus Design, Noseanna, Men are Useless Glossy Box, Tota Press, Not Another Bill).

5. Миттєві покупки – споживачі люблять відчувати хвилювання від ексклюзивності придбаних товарів, охоче реагують на спонтанні покупки (компанії Speedsale, Burberry, Moda Operandi).

6. Благодійність, добродійність, щедрість, прояв доброти, великодушність – тренд серед сучасних інновацій.

7. Тренд POP-UP STORES сьогодні став елементом багатьох стратегій маркетингу та брендингу (бутик Tommy Hilfiger на східній площі Covent Garden, креативна іміджева реклама кампанії Give It Back Coca-Cola в Тель-Авіві, pop-up термінал у аеропорту Женеви).

8. HOME-MADE професіоналізм – дешеві й доступні продукти та інструменти дозволяють звичайним людям створювати професійні та якісні продукти (компанія Williams Warn, сервіс Collabracam).

9. Репутація онлайн – більшість споживачів проводять багато часу в Інтернеті, тому зростає попит на підтримку репутації продуктів, послуг і самого бренду в онлайн-просторі (американські компанії reputation.com, Reputation Armor, Socioclean Reppler).

10. Готовий вибір – у зв'язку з невинним зростанням обсягу інформації сьогодні споживачам усе складніше вибирати товари. Через це деякі компанії свідомо обмежують вибір і таким чином спрощують процес прийняття рішення для своїх клієнтів (сайт Hotel Naiku, компанія Just Buy This One).

Таким чином, в сучасних умовах ведення бізнесу інновації – єдиний спосіб вижити, оскільки міжнародний бізнес стає усе глобальнішим і конкурентнішим. Адаптувати діяльність компаній, особливо українських, до умов зовнішнього ринку дозволяє забезпечення відповідності внутрішніх можливостей розвитку (потенціалу компанії) зовнішнім, швидкість змін та їх інноваційна спрямованість.

ЗМІСТ

Секція 1. МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК ТРИГЕРИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА ГАЛУЗЕЙ ЕКОНОМІКИ

Yancheva L., Mykhailova M. Experience of innovations in the organization of educational process at Ohio State University (USA).....	5
Oklander M. Government and marketing.....	7
Natorina A. Marketing innovations in digital retail.....	9
Savytska N., Lylyk I. Marketing of the higher education and marketers education	11
Андросова Т.В., Чернишова Л.О. Особливості івент-маркетингу в Україні як інноваційного напрямку розвитку	13
Афанасьєва О.П., Кофан Д.Ю. Формування комплексу маркетингу інноваційних молочних продуктів	15
Базалієва Л.В. Особливості формування довіри між економічними агентами в умовах обмеженої раціональності	17
Біловодська О.А. Аналіз сервісного потенціалу регіонів України під час розподілу промислової продукції	19
Бредіхін В.М. Метод white paper як маркетингова інновація на ринку складних продаж	22
Гонтаренко Н.А., Рафальська Д.П. Маркетингові інновації та маркетинг інновацій у торгівлі	24
Голованова М.А. Підходи до оцінювання споживчої задоволеності на ринку послуг	26
Григор'єва Ю.А. Інноваційні технології в автомобілебудуванні	28
Грищенко О.Ф., Косторнова С.О. Перспективи застосування зеленого маркетингу в діяльності підприємства	30
Ермакова Л.С. Маркетинговые инновации.....	32
Жегус О.В. Особливості маркетингу вищого навчального закладу	34
Жегус О.В., Рейх анлі В.В., Михайлова В.О. Принципи маркетингу взаємовідносин на підприємствах сфери послуг	36
Карпенко Н.В. Стратегічні рішення в діяльності рекламних посередників	38
Коваль С.І., Макар Н.М. Instagram як інноваційний інструмент просування бізнесу	40
Ковальчук С.В., Андрушкевич З.М. Цифровий маркетинг – інноваційний напрям розвитку підприємств та галузей економіки	42

Козуб В.О., Бондаренко Л.М. Маркетингові інноваційні практики в міжнародному бізнесі	45
Колмакова О.М. Маркетинг територій як один з інструментів подолання регіональної асиметрії	47
Корженко К.А. Передумови розвитку когнітивного маркетингу	49
Кривошеєва Н.М., Коваленко Я.В. Особливості інноваційного маркетингу в діяльності сучасних підприємств	51
Мальцева О.О. Брендбук країни як інструмент просування на туристському ринку	53
Мальчик М.В., Попко О.В. Сучасна парадигма стартапів у бізнесі	55
Мальчик М.В., Клімавічус Я.І., Мальчик Я.Я. Маркетингові інтернет-технології в бізнесі	57
Мальчик М.В., Ковальчук Є.А. Маркетингові інновації у сфері туризму	59
Мелушова І.Ю. Особливості використання комплексу маркетингу на підприємствах роздрібної торгівлі	61
Мокляк М.В. Inbound-маркетинг як засіб інноваційного маркетингу сучасних підприємств	63
Невертий А.С. Социально-коммуникативные технологии: современные тенденции развития и использования	65
Нестеренко О.В. Проектне фінансування як форма інвестування інноваційних проектів	67
Олініченко К.С. Використання користувальницького контенту для просування та впізнаваності бренду	69
Перерва П.Г., Кобелева Т.А., Ткачева Н.П. Особенности маркетинга ресторанного, гостиничного и туристского бизнеса	71
Полякова Я.О. Формування інформаційних систем забезпечення управлінських рішень у міжнародній маркетинговій діяльності підприємства	76
Попко О.В., Дубровик І.В. Особливості формування стратегії «блакитного океану»	78
Попова Н.В., Катаєв А.В. Діджитал-маркетинг як тригер розвитку підприємств торгівлі	80
Притиченко Т.І., Лях І.С. Споживач в електронній комерції: аналіз і сучасні тенденції	82
Прядко О.М., Гарасов І.Ю. Інноваційна модель розвитку стартапів в Україні	84

Романчик Т.В., Горшарук Д.С. Маркетинговий підхід у плануванні діяльності підприємства ресторанного господарства	86
Соболевса Н.Ф. Маркетинг інноваційної діяльності підприємств України	88
Федорченко А.В. Роль і місце сучасного маркетингу в забезпеченні інноваційного процесу підприємств	90
Філіпковська Л.О. Використання експертних систем у маркетингу	92
Черненко О.В., Москаленко О.Д. Вплив прогресу інформаційно-комунікаційних технологій на систему маркетингового моніторингу	94
Чукурна О.П. Аналіз підходів до тлумачення поняття глобалізації	96
Чумаченко Є.С. Теоретичні аспекти інноваційного маркетингу у сфері бізнесу	100
Шгаль Т.В., Козуб В.О. Роль глобального маркетингу в організації міжнародного бізнесу	102
Яворська М. Актуалізація адміністративного менеджменту ВНЗ в умовах інноваційного розвитку	104
Янченко Н.В. Переваги оптимізації маркетингової діяльності під час вибору стратегії розвитку підприємства	106
Янченко Н.В., Безрук С.О. Маркетингова логістика у фармацевтичній галузі	108

Секція 2. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ

Didmanidze I., Kakhiani G., Dumbadze Z. Assessment methodology of investment management software package performance quality on stock market	110
Атюшкіна В.В., Мельничук Н.Н. Преимущества и недостатки внедрения маркетинговой инновационной программы Albert	111
Баламут Г.С., Смокова Л.М. Реклама як основний елемент політики маркетингових комунікацій	113
Глухова С.В. Взаємозв'язок понять «ефективність» та «результативність» інноваційної діяльності підприємств	115
Головка О.Г., Пашкевич М.В. Стан і тенденції розвитку бізнес-планування в Україні	116
Госн С. Системи управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами на підприємстві	118

Гросул В.А., Каленік К.В. Параметри оцінювання конкурентоспроможності ресторанної послуги	120
Зубков С.О. Стратегічний розвиток та ефективність бізнес-моделей торговельних мереж	124
Іванова Т.П. Питання оцінювання зрілості бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства	126
Коленда Н.В. Ризики впровадження маркетингових інновацій у сфері послуг та їх вплив на рівень економічної безпеки суб'єктів діяльності.....	130
Круглова О.А., Козуб С.О. Класифікація методів бюджетування на торговельному підприємстві	132
Любчук О.К., Ярченко Ю.В. Использование методики по интегративному показателю для оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия	133
Мілаш І.В. Реструктуризація в системі адаптивного управління витратами підприємств торгівлі.....	135
Перерва П.Г., Косенко А.В. Оценка экономической эффективности работы предприятий ресторанного, гостиничного и туристского бизнеса	137
Полулях О.В. Тенденції розвитку маркетингу в соціальних мережах.....	140
Принько М.С. Поняття ринку некомерційних організацій.....	142
Сибірякова І.Г. Маркетингові проблеми малого і середнього підприємництва.....	144
Сибірякова І.Г. Інновації як об'єкт маркетингу	146
Синицина Г.А. Маркетингові дослідження як інструмент управління маркетинговими ризиками на ринку лікєро-горілчанних виробів.....	148
Сукачова-Груніна С.М. Основні чинники, що обмежують впровадження маркетингових інновацій у діяльність підприємств	150
Ткаченко О.П., Тімченко О.Д. Сучасні проблеми впровадження маркетингових інновацій	152
Филипенко О.М. Маркетингові інновації в роздрібній торгівлі.....	154
Чаговец В.В. Проблеми інтерактивного маркетингу сучасних торговельних підприємств	156

Секція 3. АЛЬЯНСИ ЗНАНЬ: ПОШИРЕННЯ ІННОВАЦІЙ МІЖ ВИЩОЮ ОСВІТОЮ ТА СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИМ СЕРЕДОВИЩЕМ

Mutazakki N., Borysova A., Foshchan A., Ryznikov V. Status and development priorities of the Ukrainian-Moroccan economic and cultural cooperation.....	158
Hrosul V., Kruhlova O., Zubkov S. Erasmus+ project “Higher education institutions for youth entrepreneurship” is opportunities for eastern partnership countries	161
Давидова І.О. Розвиток складових економічного потенціалу вищої освіти.....	163
Дейнега І.О., Андрощук М.С. Розширення комунікацій між вищою освітою та бізнес-середовищем як обов’язкова передумова її стабільного розвитку.....	165
Зарецька Л.М. Роль інституту соціального партнерства у вищій освіті.....	167
Ілляшенко С.М. Наукові дослідження як спосіб посилення позицій ВНЗ і його підрозділів на ринку науково-освітніх послуг	169
Коломієць Г.М., Перепечаснко МІ. Зміни інституту маркетингових комунікацій як драйвера знанневих альянсів	171
Кулініч О.А. Маркетингові дослідження на ринку освітніх послуг ..	173
Лебедченко В.В. Інституалізація ринку освітніх послуг в умовах трансформації механізму розподілу доходів.....	175
Маковоз О.С. Сучасна парадигма формування трудового потенціалу підприємства: компетентнісний підхід.....	177
Носова О.В. Роль інститута образования в демократизации общества.....	179
Носова О.В., Черкашина А.О. Інвестиційний клімат в Україні та шляхи його покращення	181
Подлужна Н.О. Визначення інституційного впливу в інформаційно му просторі побудови економіки знань	183
Помінова ІІ. Тенденції інтелектуальної міграції в знанневій економіці	185
Романчик Т.В., Романчик А.В. Стан інноваційного розвитку економіки України	187
Сичинава А.Ш., Сехниашвили Д.В. Предпринимательские университеты для развития экономики Грузии.....	189

Сокол Н.А. Навчання впродовж життя як стратегічний напрям розвитку вищої освіти в Україні.....	191
Ушакова Н.Г., Чвала Л.С. Колаборація вищої освіти і бізнесу як умова підвищення конкурентоспроможності економіки	193
Федоренко Н.М. Дуальна освіта як чинник розвитку інноваційно-інституціонального середовища	195

Секція 4. ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ ТА СВІТОВИХ РИНКАХ

Sikorska M., Somosi M. Veres, Pererva P. Kompleens service as a competitive advantage of the enterprise of guest services	198
Артьомова А.В. Проблеми забезпечення конкуренто- спроможності вітчизняних підприємств та шляхи її підвищення	203
Атюшкіна В.В. Забезпечення конкуренто- спроможності підприємств у стратегічній перспективі	205
Білоткач І.А. Інституціональні особливості забезпечення конкурентоспроможності ринку органічної сільськогосподарської продукції України	207
Благой В.В., Константинова Е.Г. Исследование налоговой системы США	209
Благой В.В., Тихомирова А.О. Переваги онлайн-кредитування	211
Близнюк О.П., Коляда Ю.В. Методичні аспекти оцінювання фінансової стійкості підприємства	213
Близнюк О.П., Кузіна Т.О. Оптимізація портфеля цінних паперів за критеріями дохідності та фінансового ризику	215
Близнюк О.П., Марченко Н.С. Методичні підходи до оцінювання ефективності реальних і фінансових інвестицій підприємства.....	217
Бредіхін В.М., Белоглазова К.В. Пріоритетні напрями підвищення конкурентоспроможності України в умовах розвитку сучасного світу	219
Бугріменко Р.М., Смірнова П.В. Конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства, її особливості	221
Бурлака С.О. Управління розвитком ресурсного потенціалу як умова забезпечення конкурентоспроможності підприємства... ..	223
Величко К.Ю., Печенка О.І. Сучасні тенденції формування міжнародної конкурентоспроможності підприємства.....	225

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

Кубліньська І.А. Упровадження нових екоінгредієнтів у продукцію закладів готельно-ресторанного господарства	260
Кушнір Т.Б. Роль інноваційного фактора в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств торгівлі	262
Кушнір Т.Б., Гармаш Є.І. Використання інноваційних технологій під час задоволення попиту споживачів на ресторанну продукцію як конкурентна перевага підприємств готельної сфери	264
Мальчик М.В., Оплачко І.О. Маркетингова стратегія антикризового управління з урахуванням рефлексії прийняття рішень підприємством	266
Незвещук-Когут Т.С., Сулима Н.М. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства в Україні	269
Нестеренко О.М. Засади стратегічного управління конкурентним потенціалом підприємства	271
Носач Л.Л. Проблеми підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємств України	273
Обуд О.П. Україна прямує на світові ринки	275
Окландер Т.О. Управління ризиками підприємницької діяльності	278
Опанасюк Ю.А., Мельник Ю.М. Аналіз структури ресторанного бізнесу в Сумській області	280
Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Комплаєнс-функція в сфері ресторанного, гостиничного і туристського бізнесу	282
Петрик В.Л. Проблеми конкурентоспроможності машинобудівного комплексу України	287
Пиртко М.С. Конкурентоспроможність підприємств у контексті розвитку територіальних громад регіону	289
Польова В.В. Маркетингова діяльність у підвищенні конкурентоспроможності регіональних соціально-економічних систем	291
Попко О.В., Гришук В.А., Козачук К.Е. Клієнтоорієнтований підхід у формуванні лояльності споживача	293
Попко О.В., Нетецька О.Ю. Актуальні проблеми розвитку логістики України	295
Попко О.В., Пономаренко А.В. Стратегічні завдання розвитку промисловості Рівненської області	297
Попко О.В., Прит Я.Ю., Шпоняк А.Ю. Перспективи виходу вітчизняних підприємств молочної промисловості на європейський ринок	299

Попко О.В., Сидоренко Д.Ю., Макарчук П.А. Маркетинговий SWOT-аналіз на прикладі ПАТ «Дікергофф Цемент Україна»	301
Придятько Е.М. Внутрішні чинники забезпечення ефективності процесу формування персоналу підприємства.....	303
Раскосова Г.Б. Терміни-англіцизми в рекламному дискурсі	305
Рета М.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств готельно-ресторанної галузі як фактор стратегічного розвитку ...	307
Рижикова Н.І. Венчурне інвестування: визначення, суть	309
Романчик Т.В. Конкуренція у сфері ресторанного бізнесу	311
Руденко О.А. Стан і тенденції розвитку інвестиційного ринку.....	313
Сікестіна Н.Г. Конкурентоспроможність продукції машинобудівного підприємства як основа досягнення ефективності його діяльності...315	
Сінківська В.М. Використання інноваційних інструментів у програмах лояльності для досягнення високої конкурентної позиції.....	319
Сіфурова А.І. Тенденції формування та ефективність використання оборотного капіталу підприємств торгівлі України.....	321
Смачило В.В., Халіна В.Ю. Конкурентні переваги соціального підприємства	323
Смірнова П.В., Бугріменко Р.М. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі.....	325
Смольнякова Н.М. Чинники формування стійких конкурентних переваг.....	327
Соломаха І.В. Порівняльна характеристика роздрібної мережі підприємств флористичної галузі міста Чернігова	329
Ставерська Т.О., Шевчук І.Л. Актуальні проблеми розвитку банківської системи України	332
Сурай А.С. Ранжування моделей ділового середовища за принципом глобалізації охоплення економічних структур	334
Тверська Я.М. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності національних соціально-економічних систем та методи їх вирішення.....	336
Ткачова С.С. Ресторанний франчайзинг як трансфер інновацій.....	338
Федотова Т.А., Хіба К.Д., Гергель К.Ю. Розвиток інноваційно-інвестиційного процесу як фактор реалізації інноваційного потенціалу	340
Чорна М.В., Резник М.О. Стратегія «блакитного океану»: можливості застосування підприємствами ритейлу.....	344
Шебуняєва А.С., Шквиря Н.О. Вибір оптимальних каналів збуту молочної продукції.....	347

Шипуліна Ю.С., Ващенко Т.В. Теоретичні засади формування стратегії імпортозаміщення промислового підприємства як запорука його випереджального розвитку.....	349
Шквиря Н.О., Крупікова А.О. Конкурентоспроможність підприємств на вітчизняних і зовнішніх ринках	351
Шквиря С.В., Шквиря Н.О. Дослідження поведінки споживачів на ринку молока та молочної продукції	353
Шубіна Л.Ю., Доманова О.В., Кононов В.М. Якість продуктів харчування – основа конкурентоспроможності вітчизняних технологій	355
Якименко-Трещенко Н.В., Ніколаш Я.Р. Ресурсозбереження в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємств а.....	357
Якименко-Трещенко Н.В., Сташкевич М.О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності України	358
Яшкіна О.І. Український форсайт: національна система досліджень науково-технологічного розвитку	360

Секція 5. ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Ков'ях І. The innovative approaches of Kharkiv State University of Food Technology and Trade to the practical training of future specialists.....	363
Александрова С.А., Власенко В.А. Маркетинговий підхід у кадровому менеджменті підприємств готельної індустрії.....	365
Александрова С.А., Годицький О.Е. Аутсорсинг як інноваційний підхід до ведення діяльності готельних підприємств	367
Балацька Н.Ю., Каленік К.В., Федак В.І. Анімаційна діяльність як складова іміджу санаторно-курортних закладів	369
Бовш Л.А. Сучасні тенденції інновацій у готельно-ресторанному бізнесі України	371
Брикова Т.М. Використання інноваційних технологій в індустрії гостинності	373
Гладкий О.В., Мірзодасєва Т.В. Особливості сертифікації та стандартизації видового розмаїття туризму.....	375
Давидова О.Ю. Удосконалення управління у сфері гостинності в умовах інноваційного розвитку.....	379
Джугташвілі Н.М. Клієнтоорієнтованість готелю крізь призму маркетингової теорії	381

Коломиєц Е.В., Сухой К.М. Економія енергоресурсов за счет использования адсорбционных преобразователей тепла ..	383
Кононенко Т.П., Полстяна Н.В. Особливості та елементи іміжду підприємств індустрії гостинності	385
Крайнюк Л.М., Волинська Я.О. Напрями вдосконалення інвестиційної діяльності в готельному бізнесі.....	387
Летуновська Н.Є. Дослідження світового досвіду функціонування інноваційних проєктів типу TIR Parking.....	389
Оболенцева Л.В., Оуд А.В. Обґрунтування стратегічних пріоритетів розвитку туризму в Україні	391
Полстяна Н.В., Кононенко Т.П. Сучасні маркетингові тенденції в готельному бізнесі	393
Смігунова О.В. Інформатизація процесів управління в готельному бізнесі	395
Стадник В.В., Мельничук А.І. Умови побудови й розвитку партнерських мереж в індустрії туризму	397
Тарасов І.Ю. Використання особливостей підприємств ресторанного господарства в рекламі як засіб підвищення її комунікативної ефективності.....	399
Тітомір Л.А., Данилова О.І. Упровадження енергозберіжних інновацій на підприємствах готельної індустрії.....	401

Секція 6. ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ТУРИЗМУ

Балковська В.В. Теоретичні основи формування, використання та охорони туристичних ресурсів України.....	403
Віннікова В.А., Віннікова В.В. Розвиток і сегментація ринку туристично-рекреаційних послуг в Україні	405
Глушко В.О. Мобільні додатки як засіб просування туристичних послуг	407
Горбенко В.О. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають	409
Гризівська Л.О., Гаджук М.О. Вплив економічної кризи на розвиток туристичного бізнесу.....	413
Забродська Г.І. Маркетингова діяльність інноваційного підприємства ресторанного господарства	415
Зосимова Ж.С. Практика утворення міжнародних готельних ланцюгів	417

Калініченко Л.Л., Устіловська А.С. Механізм досягнення конкурентних переваг підприємств індустрії туризму	419
Клочко В.Н., Евстратова Е.Г. Приєми у величчя лояльності клієнтів в сфері готельно-ресторанного бізнесу і туризму	421
Козуб В.О., Хасратлі Т.І. Інтеграція туристичної індустрії України до глобального ринку туристичних послуг	423
Колесніченко А.С. Звітність у формуванні механізму інноваційного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства	425
Косенко А.П., Перерва П.Г., Ткачев М.М. Інноваційна діяльність в ресторанным, готельно-туристичному бізнесі	427
Ліпінська К.В. Використання QR-коду в роботі закладів ресторанным господарства	431
Мельниченко С.В., Присакар І.І. Інформаційні технології в маркетинговій діяльності підприємств ресторанным господарства	433
Пакуліна А.А., Пакуліна Г.С. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі	437
Перерва П.Г., Маслак М.В. Інтрапренерство в інтелектуально-інноваційній і економічній діяльності ресторанным, готельно-туристичного бізнесу	439
Пляшешник А.М., Левченко М.О. Вплив інноваційних технологій на формування мотиваційно-ціннісного пріоритету фізичної культури особистості студента	444
П'ятницька Г.Т., Григоренко О.М., Найдюк В.С. Креативні рекламні технології як складова інноваційної політики підприємств ресторанным господарства та роздрібно-торгівлі	446
Редько В.Є. Сталій розвиток туризму: холистичний підхід	448
Селютін В.М., Селютіна Г.А. Інформатизація як головний чинник інноваційної політики підприємств туризму	450
Телетов О.С. Інновації в туристичній сфері України	452
Яцун Л.М., Селютін С.В. Інноваційні можливості розвитку агротуризму в Україні	454
Яцун Л.М., Флагстад А., Сущенко О.А. Моделі ресторанным господарства в туристських дестинаціях	456

Наукове видання

**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

Відповідальні за випуск: Н.Л. Савицька,
І.Ю. Мелушова,
О.М. Жданович
Техн. редактори: Л.Ю. Кротченко,
Н.А. Кобилко,
О.В. Щегельська,
А.О. Гончарова
Комп'ютерна верстка: С.В. Удовікова

План 2017 р., поз. 8/

Підп. до друку 13.10.17р. Формат 60x84 1/16. Папір офсет.
Ум. друк. арк. 29,7. Тираж 100 прим.

Видавець і виготовник

Харківський державний університет харчування та торгівлі
вул. Клочківська, 333, Харків, 61051
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4417 від 10.10.2012 р.