

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ



ЗБІРНИК
НАУКОВИХ ПРАЦЬ
МОЛОДИХ УЧЕНИХ,
АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ

Одеса 2023

Наукове видання

Збірник наукових праць молодих учених, аспірантів та студентів

Матеріали, занесені до збірника, друкуються за авторськими оригіналами.
За достовірність інформації відповідає автор публікації.

Рекомендовано до друку та розповсюдження в мережі Internet Вченою радою
Одеського національного технологічного університету,
протокол № 14 від 20.06.2023 р.

Під загальною редакцією Заслуженого діяча науки і техніки України,
Лауреата Державної премії України в галузі науки і техніки,
д-ра техн. наук, професора Б.В. Єгорова

Технічний редактор Т.Л. Дьяченко

Редакційна колегія

Голова: Іванченкова Л.В., д.е.н., професор

Заступник голови Поварова Н.М., к.т.н., доцент

Члени колегії:

Агунова Л.В., к.т.н., доцент

Артеменко С.В., д.т.н., професор

Басюркіна Н.Й., д.е.н., професор

Бурдо О.Г., д.т.н., професор

Бордун Т.В., к.т.н., доцент

Верхівкер Я.Г., д.т.н., професор

Гапонюк О.І., д.т.н., професор

Гаркович О.Л., к.б.н., доцент

Добрянська Н.А., д.е.н., професор

Жигунов Д.О., д.т.н., професор

Філіпенко О.І., к.філ.н., доцент

Згадова Н.С., к.е.н., доцент

Капрельянц Л.В., д.т.н., професор

Капустян А.І., д.т.н., доцент

Коваленко О.О., д.т.н., професор

Косой Б.В., д.т.н., професор

Котлик С.В., к.т.н., доцент

Козак К.Б., д.е.н., професор

Лагодієнко В.В., д.е.н., професор

Лебеденко Т.Є., д.т.н., професор

Ломовцев П.Б., к.т.н., доцент

Макаринська А.В., д.т.н., професор

Ніколюк О.В., д.е.н., професор

Немченко В.В., д.е.н., професор

Осадчук П.І., д.т.н., доцент

Павлов О.І., д.е.н., професор

Солоницька І.В., к.т.н., доцент

Седікова І.О., д.е.н., професор

Сергеева О.Є., д.ф-м.н., професор

Семенюк Ю.В., д.т.н., професор

Симоненко Ю.М., д.т.н., професор

Скрипніченко Д.М., к.т.н., доцент

Соловей А.О., к.т.н., доцент

Струк Б.І., к.п.н., доцент

Тіплов О.С., д.т.н., професор

Тележенко Л.М., д.т.н., професор

Ткаченко О.Б., д.т.н., професор

Ткачук Г.О., д.е.н., професор

Фесенко О.О., к.т.н., доцент

Хобін В.А., д.т.н., професор

Хмельнюк М.Г., д.т.н., професор

Одеський національний технологічний університет

Збірник наукових праць молодих учених, аспірантів та студентів.

Міністерство освіти і науки України. – Одеса: 2023. – 395 с.

Література

1. Асоціація «Український клуб аграрного бізнесу» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ucab.ua/ua>
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 25.04.2022)
3. ПрАТ «Одесавинпром», [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.spfu.gov.ua/ua/news/7929.html>

УДК 339.138

ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПЕРУКАРНІ «КАТРІН» (ФОП ДЕМЧЕНКО К.П.)

Чабанова Є.Д., студента СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

На сьогодні ринок послуг краси є насиченим та характеризується наявністю великої кількості гравців та високим рівнем конкуренції між ними. На сьогодні в місті Нова Каховка за даними близько 70 підприємств, що надають перукарські послуги. Сюди входять підприємства вузькою та широкою спрямованості: перукарні, манікюрні студії, салони краси, центри перманентного макіяжу, косметологічні клініки, медичні центри, бізнес центри.

Підприємства різної цінової політики:

- економ
- середній, середній+
- Люкс
- VIP

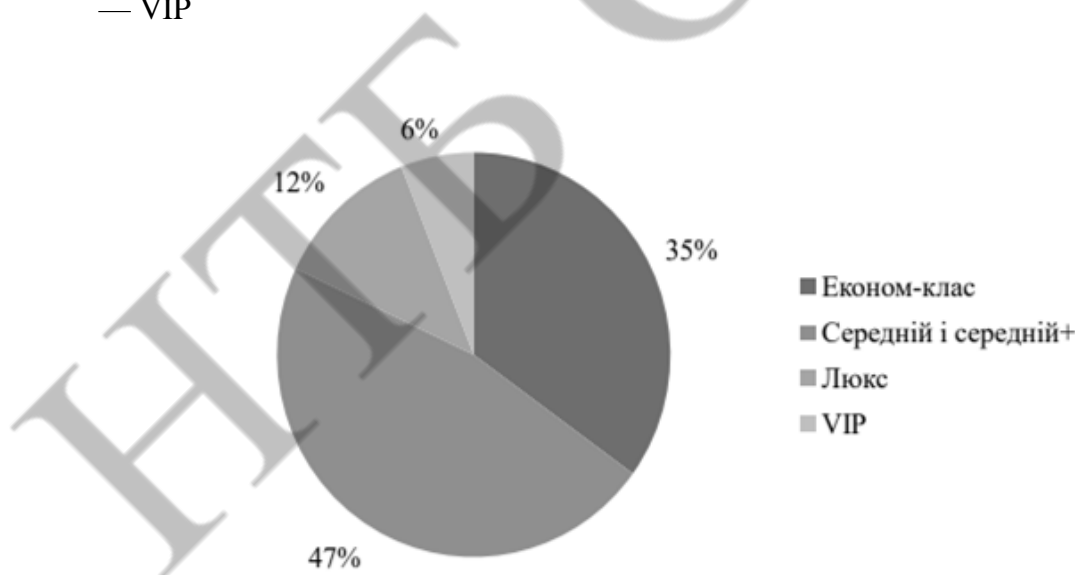


Рис. 1 – Сегментація перукарень за рівнем цін в м. Нова Каховка

В м. Нова Каховка наявні салони сегменту недорогі, їх становить близько 35 %. Це перукарні «Анушка» і «Акварель». Вони діють на умовах франшизи.

Середній ціновий сегмент більш ширший туди відносяться перукарні «Катрін», «Златовласка» та «Lux» оскільки в них асортимент послуг більший ніж у сегмента недорогих

салонів. Майже 47 % ринку салонів краси належить до сегментів «Середній» та «Середній +». І з переважанням категорії «Середній +».

Перукарні Vip та преміум-класу м в місті Нова Каховка залишається стабільною і становить всього 18 % ринку, оскільки місто невелике і не всі готові плати тільки за гарну обгортку салону. До цього сегменту належать «Ідеальна краса», «Desiderio» та «Backstage» інші.

Якщо розглядати найближчих конкурентів салону по ціновій політиці і місцем розташування, то можна виділити: «Lux», «Златовласка». Щоб побачити загальну картину ринку конкуренції в даній сфері послуг в місті Нова Каховка зверніть увагу на таблицю 1.

Ці підприємства індустрії краси надають приблизно однакові процедури за однаковою ціною в одному районі міста, тим самим є головними конкурентами салону краси «Катрін».

Таблиця 1 – Порівняльний аналіз цін на послуги перукарні «Катрін» та її конкурентів

Види послуг	«Lux»	«Златовласка»	«Катрін»
Фарбування волосся	700	900	849
Мелірування	350	470	450
Хімічна завивка	–	1200	1000
Вирівнювання волосся	180	–	230
Укладка	210	230	230
Дитяча стрижка	–	–	100
Весільна зачіска	2000	1800	2500
Модельна стрижка (жіні)	610	590	650
Модельна стрижка (чол)	600	–	630
Нарощування волосся	–	3500	–
Плетіння африк. Косичок	–	650	550
Миття голови	100	100	100
Манікюр (класичний)	300	350	–
SPA-манікюр	–	–	–
Нарощування нігтів	–	–	–
Педикюр	350	350	–

Оцінюючи салони краси «Катрін» необхідно врахувати переваги та недоліки салонів – конкурентів по даній ціновій категорії. Перукарня «Катрін» має певні переваги серед інших, надає більше послуг ніж салони-краси, що знаходяться поруч, ціни середні або вище середнього, тому що салон відповідає за ефективність та якість своїх робіт та працює тільки якісним приладдям та використовують косметику вищої категорії. Але перукарні «Катрін» також є куди рости, потрібно розширювати послуги, наприклад додати манікюр, педикюр, нарощування волосся.

Аналізуючи ринок, можна говорити про певні тенденції його розвитку. Більшість підприємств цієї сфери послуг розміщують інформацію про себе в Інтернет ресурсах, тим самим просуваючи свої послуги. До них можна віднести різні соціальні мережі, найпопулярнішими з яких є «Фейсбук» і «INSTAGRAM». Це власні сайти. Для оповіщення клієнтів про акції та знижки використовуються СМС розсилки. Так само на ринку з'являються підприємства, які спеціалізуються на конкретних послугах, як то, наприклад, нігтьова студія, перукарня для чоловіків, масажні салони та ін.

Науковий керівник – к.е.н., доц. Лозовська Г.М.

Література

1. Організація діяльності салону краси. Сайт: http://4ua.co.ua/management/yb3bd68b4c53a88521216d26_0.html
2. Укрсалон «Конкуренція в салоні краси». Сайт: https://ukrsalon.com.ua/blogs/cat_dlya_rukovoditeley-salonov/konkurenciya-v-salone-krasoty?lang=ua

УДК 658: 339.54

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Шукайло В.О., студент СВО «Бакалавр» факультету ММтаПА
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

В умовах глобалізації та постійного загострення конкуренції основою конкурентоспроможності виступають інновації, які дозволяють країнам, що володіють інноваційними конкурентними перевагами, займати гідне місце в світовому співтоваристві. На жаль, і до теперішнього часу застосування інновацій як одного з головних чинників підвищення рівня конкурентоспроможності в Україні системно не здійснюється. Таким чином, стратегічні завдання вимагають підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки на інноваційних засадах, що має створити переваги для вітчизняних виробників у боротьбі з економічними суперниками на внутрішніх і міжнародних ринках та допомогти Україні зайняти гідне місце поряд із розвиненими світовими країнами.

Основною ознакою сучасного розподілу сил у світі є суттєвий відрив країн-лідерів. Для країн, що належать до інноваційних лідерів, характерна висока концентрація найбільш рентабельних видів бізнесу (продукт з найбільшим вмістом доданої вартості), переважно високотехнологічна структура національного виробництва, винесення за межі країни промислово-технологічного циклу еколого- та ресурсоємних виробництв, зосередження найбільших фінансових потоків [1]. Саме інновації визначають конкурентні переваги в ринковій боротьбі, реалізація яких дозволяє активно брати участь у формуванні світової економічної системи завдяки досягненню інноваційної конкурентоспроможності на національному рівні.

Інноваційна активність з позицій комплексного підходу для українських підприємств вимагає комплексу змін, які стосуються оновлення виробничого обладнання, впровадження нових техніки та технологій, розвитку інтелектуального потенціалу підприємства. Ключовою проблемою активізації системних інновацій на українських підприємств є формування необхідного обсягу фінансових ресурсів. Враховуючи рівень відставання українських підприємств від зарубіжних конкурентів питання інвестицій в інновації є непереборним без прийняття певних стратегічних рішень, а тому активізувати процеси можна за рахунок реалізації окремих проєктів. Зважаючи на все вище викладене питання дослідження взаємозв'язків між конкуренцією та інноваційною діяльністю підприємства потребує дослідження, особливо в контексті активізації інноваційної діяльності українських підприємств, для яких вивчення зарубіжного досвіду може стати основою поетапних змін та цільового управління.

Теоретичним базисом управління конкурентоспроможністю є праця Портера М. [2], який зазначив, що суть конкуренції, незалежно діє вона на внутрішньому ринку чи зовнішньому, виражається п'ятьма силами: загрозою появи нових конкурентів; загрозою появи товарів чи послуг – замінників; здатністю покупців торгуватися; суперництвом вже

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
Мельниченко В.В.	326
ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	
Пономаренко О.Є.	327
МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТА СПОЖИВАЧІВ ПРОДУКЦІЇ ЗАТ «ОДЕСАКОНДИТЕР»	
Подуст Г.С.	329
СЕГМЕНТАЦІЯ СВІТОВОГО РИНКУ	
Потребенко Є.Ю.	331
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ПРОЄКТАХ ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГУ: СТРАТЕГІЇ ТА МЕТОДИ	
Рибіна К.	332
КОНЦЕНТРОВАНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СТРАТЕГІЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРУ: ДОСВІД І РИЗИКИ ЗАСТОСУВАННЯ	
Сапуга А.	334
ЗАГАЛЬНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	
Таранова О.Б.	336
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ОБМЕЖЕНОСТІ РЕСУРСІВ	
Узунова В.В.	338
АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІГРИСТИХ ВИН НА ПРАТ «ОДЕСАВИНПРОМ» І МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ	
Хоцевич С.О.	340
ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПЕРУКАРНІ «КАТРІН» (ФОП ДЕМЧЕНКО К.П.)	
Чабанова Є.Д.	343
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
Шукайло В.О.	345
АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗАХОДІВ І ЗАСОБІВ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ТОВ «СИЛЬПО-ФУД» В СЕГМЕНТІ СНЕКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ	
Юрій І.О.	346
BRANDING OF RURAL AREAS AS A MARKETING TOOL	
Bushko P.	348
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО СТРУКТУРНІ КОМПОНЕНТИ	
Герасимчук О.В.	350
TOOLS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF THE MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES	
Zagora A.	353
ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ ОРІЄНТИРИ ЛІСОРЕСУРСНОГО РОЗВИТКУ НА ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ЗАСАДАХ	
Гладкий І.В.	355
REGARDING IMPROVING THE EFFICIENCY OF INTERNATIONAL ROAD TRANSPORTATION OF PARTY CARGO IN LOGISTICS CHAIN	
Zagora R.	357
	393