

6. Гапоненко, А. Контуры наукоемкой экономики. / А.Гапоненко // Экономист. 2005. – № 10. – С. 56-66.

7. Годин В.В., Корнеев И.К. Управление информационными ресурсами: 17-я модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 17. М.: Инфра-М, 2000.

1. Boks Dzh., Dzhenky`ns G. Analy`z vremennыx ryadov: Prognoz y` upravleny`e. – М.: Му`р, 1974. Выр. 1; Выр. 2.

2. Burmenko, T. D. Sfera uslug: ekonomy`ka Tekst. / T.D. Burmenko, N.N. Dany`lenko, T.A. Turenko.-М.: KNORUS,2007.- 328 s.

3. Vorony`n B. CRM – novaya strategy`ya so starыmy` pry`ncy`pamy` - Exmarket&Assoc. Int.2001.

4. Vyutry`x A., Fy`ly`ppp X. Vy`rtualy`zacy`ya kak vozmozhnyj put` razvy`ty`ya upravleny`ya. Online [Электронный resurs] – Rezhy`m dostupa: <http://wvsw.ptpu.ru/issues/599/19599Jitm>

5. Gadasy`n V.A., Konyavsky`j V.A. Ot dokumenta k elektronnomu dokumentu. Sy`stemnye osnovы [Электронный resurs] – Rezhy`m dostupa: <http://www.pvti.ru/isi/fizsi.htm>

6. Гапоненко, А. Контуры наукоемкой экономики. / А. Гапоненко // Экономы`st. 2005. – # 10. – S. 56-66.

7. Gody`n V.V., Korneev Y`.K. Upravleny`e y`nformacy`onny`y` resursamy`: 17-ya modul`naya programma dlya menedzherov «Upravleny`e razvy`ty`em organy`zacy`y`». Modul` 17. М.: Y`nfra-М, 2000

*Рецензент Балджи М.Д., д.е.н., професор кафедри економіки та управління національним господарством Одеського національного економічного університету*

22.05.2014

УДК 379.85:379.825

*Ухліцева Ірина, Дьяченко Дар'я*

## **ПРОФЕСІЯ "ПОЖВАВЛЕННЯ"**

Розширення туристських зв'язків і розвиток туризму у світовій

спільноті розставляє нові акценти і пріоритети в туристській діяльності і затребуваності, що надаються клієнтам послуг. Нині ринок туристських послуг поповнюється великою кількістю не лише екскурсійних, але і анімаційних програм. Сегмент туристської індустрії, що нестримно розвивається, пред'являє нові вимоги до організаторів культурно-досугових заходів в умовах функціонування підприємств туризму і гостинності, покликаних продавати ці послуги в структурі туристського продукту, створюючи передумови інноваційного підходу до проектування анімаційних програм.

**Ключові слова:** туризм, культурно-досугові інновації, анімаційна діяльність, туристична анімація, аніматор.

*Ухличева Ирина, Дьяченко Дарья*

### **ПРОФЕССИЯ «ОЖИВЛЕНИЯ»**

Расширение туристских связей и развитие туризма в мировом сообществе расставляет новые акценты и приоритеты в туристской деятельности и востребованности предоставляемых клиентам услуг. В настоящее время рынок туристских услуг пополняется большим количеством не только экскурсионных, но и анимационных программ. Стремительно развивающийся сегмент туристской индустрии предъявляет новые требования к организаторам культурно-развлекательных мероприятий в условиях функционирования предприятий туризма и гостеприимства, призванных продавать эти услуги в структуре туристского продукта, создавая предпосылки инновационного подхода к проектированию анимационных программ.

**Ключевые слова:** туризм, культурно-развлекательные инновации, анимационная деятельность, туристическая анимация, аниматор.

*Ukhlicheva Irina, Dyachenko Darya*

### **PROFESSION OF "REVIVAL"**

Expansion of tourist communications and tourism development in the world community places new accents and priorities in tourist activity and a demand of services provided to clients. Now the market of tourist services replenishes with a large number not only an excursion, but also with animation programs. Promptly developing segment of the tourist industry imposes new requirements to organizers of cultural and leisure actions in operating conditions of the enterprises of tourism and the hospitality, urged to sell these services in structure of a tourist product, creating prerequisites of innovative

approach to design of animation programs.

**Keywords:** tourism, cultural and leisure innovations, animation activity, tourist animation, animator.

**Постановка проблемы.** Прошедший XX век, наряду со многими феноменальными событиями и явлениями в жизни мирового сообщества, продемонстрировал огромный скачок в развитии туризма. Очевидным фактом становится благотворное влияние туризма на развитие социально-культурных и образовательных связей, как внутри государств, так и в международном масштабе. Все более значимый вес на рынке туристических услуг приобретает культурный туризм и одно из его направлений – анимация.

Актуальность статьи обусловлена изменением общественных взглядов на существующие формы и содержание анимационной деятельности в туристическом бизнесе. Расширение туристских связей и развитие туризма в мировом сообществе расставляет новые акценты и приоритеты в туристской деятельности и востребованности предоставляемых клиентам услуг. В настоящее время рынок туристских услуг пополняется большим количеством не только экскурсионных, но и анимационных программ.

Анимационная деятельность является результатом культурно-досуговых инноваций, привнесенных в эту деятельность под воздействием изменений социально-экономических условий рынка профессиональной деятельности. Стремительно развивающийся сегмент туристской индустрии предъявляет новые требования к организаторам культурно-досуговых мероприятий в условиях функционирования предприятий туризма и гостеприимства, призванных продавать эти услуги в структуре туристского продукта, создавая предпосылки инновационного подхода к проектированию анимационных программ.

**Анализ исследований и публикаций последних лет.** Начиная с 50-х годов XX века, исследованием анимационной деятельности занимаются многие зарубежные и отечественные ученые П.Бенар, И.И.Бульгина, Т.И.Гальперина, Н.И.Гаранин, Ю.С.Гениуш, А.М.Гурдон, Т.В.Дедурина, А.С. Кусков, Ж.Р.Дюмазедье, В.В.Корякова, Л.В.Курило, Р.Лабури, Ф.Н.Лавров, Е.Б.Мамбеков, М.В.Никитский, М.Ж.Паризе, Е.М.Приезжева, Л.В.Тарасов, Р.Торайя,

И.И.Шульга, Н.Н.Ярошенко и др. Так, Кусков А.С в своем учебном пособии «Основы туризма» — формулирует общее представление об анимации и ее роли в формировании туристского продукта [4, с. 20]. Власова Т.И. в учебнике «Анимационный менеджмент в туризме» характеризует основные компоненты анимации и ее историю становления [1, с. 312]. Третьякова Т.Н. в учебном пособии «Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме» раскрывает значение анимации в туризме и характеризует ее как один из важных компонентов туристского продукта, способствующего рентабельности туров и развитию туризма в целом [2, с. 191]. В последние десятилетия значительное внимание уделяется проблемам социально-культурной, рекреационной и педагогической анимации, понятиям «анимация» и «аниматор», разрабатываются различные модели подготовки профессиональных аниматоров.

#### **Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы.**

Несмотря на то, что анимационная деятельность получает все более широкое распространение, в современной практике анимационной деятельности украинских предприятий туризма используются в основном традиционные, устаревшие, потерявшие свою актуальность формы развлекательного характера. Анализ показывает, что свыше 63% аниматоров предпочитают содержанию, смыслу анимационной деятельности ее внешнюю форму, яркость, красочность [6].

Важно подчеркнуть, что при всем широком наборе различных направлений анимационной деятельности на предприятиях туризма отсутствует целостная система, не определены функции, принципы анимационной деятельности, что, в свою очередь, оказывает влияние на понятие анимационной деятельности, границы исследования, на эффективность осуществления целостного технологического процесса на предприятиях туризма. Также развитие анимационной деятельности требует высокой профессиональной квалификации, знаний, а также многофункциональных умений и навыков работников анимационной службы.

**Цель статьи.** Раскрыть роль и установить влияние анимационной деятельности на туристическую сферу, как в целом, так и на отдельные ее подразделения: анимация в отелях, на круизах, во время экскурсий и организации различных развлекательных программ и т.д. А также определить специфику и требования к профессиональной деятельности

И.И.Шульга, Н.Н.Ярошенко и др. Так, Кусков А.С в своем учебном пособии «Основы туризма» — формулирует общее представление об анимации и ее роли в формировании туристского продукта [4, с. 20]. Власова Т.И. в учебнике «Анимационный менеджмент в туризме» характеризует основные компоненты анимации и ее историю становления [1, с. 312]. Третьякова Т.Н. в учебном пособии «Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме» раскрывает значение анимации в туризме и характеризует ее как один из важных компонентов туристского продукта, способствующего рентабельности туров и развитию туризма в целом [2, с. 191]. В последние десятилетия значительное внимание уделяется проблемам социально-культурной, рекреационной и педагогической анимации, понятиям «анимация» и «аниматор», разрабатываются различные модели подготовки профессиональных аниматоров.

#### **Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы.**

Несмотря на то, что анимационная деятельность получает все более широкое распространение, в современной практике анимационной деятельности украинских предприятий туризма используются в основном традиционные, устаревшие, потерявшие свою актуальность формы развлекательного характера. Анализ показывает, что свыше 63% аниматоров предпочитают содержанию, смыслу анимационной деятельности ее внешнюю форму, яркость, красочность [6].

Важно подчеркнуть, что при всем широком наборе различных направлений анимационной деятельности на предприятиях туризма отсутствует целостная система, не определены функции, принципы анимационной деятельности, что, в свою очередь, оказывает влияние на понятие анимационной деятельности, границы исследования, на эффективность осуществления целостного технологического процесса на предприятиях туризма. Также развитие анимационной деятельности требует высокой профессиональной квалификации, знаний, а также многофункциональных умений и навыков работников анимационной службы.

**Цель статьи.** Раскрыть роль и установить влияние анимационной деятельности на туристическую сферу, как в целом, так и на отдельные ее подразделения: анимация в отелях, на круизах, во время экскурсий и организации различных развлекательных программ и т.д. А также определить специфику и требования к профессиональной деятельности

репродуктивно-творческий – открытие человеком для себя того нового, что объективно новым не является [3].



Рис. 1 Анимационный процесс [5]

Анимационные услуги являются одним из самых эффективных средств привлечения гостей в отель, влияющих на позитивную оценку туристом работы отеля в целом. Это своеобразные дополнительные услуги клиенту отеля, позволяющие занять его таким образом, чтобы пробудить в нем положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха в отеле и желание вернуться в этот отель еще раз.

Туристская анимация – важнейшая часть совокупной деятельности на туристском предприятии (в отеле, ресторане, на крупном теплоходе и т. д.). Схематически типология анимации представлена на рисунке 2.

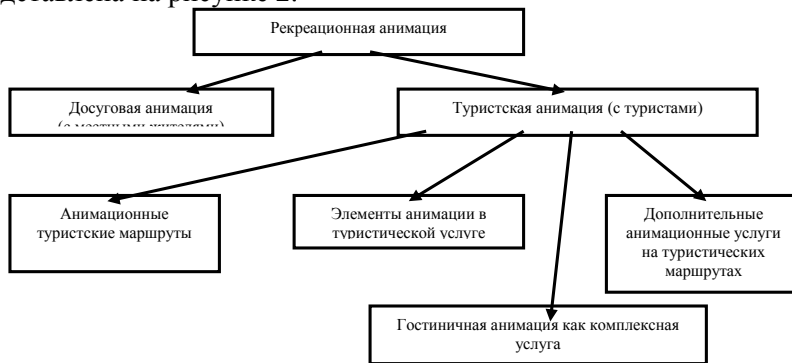


Рис.2. Типология туристической анимации [5]

Это не просто забава, а выражение высокой степени профессионализма туристской деятельности, важнейшая составная часть туристского продукта. Поэтому, как и всякая другая деятельность на туристском предприятии, анимация должна быть планируемой, четко

регламентируемой и организационно управляемой деятельностью, обеспеченной материальными, финансовыми и кадровыми ресурсами [2]. Конечной целью туристской анимации является удовлетворенность туриста отдыхом, его хорошее настроение, положительные впечатления, восстановление моральных и физических сил. В этом заключаются важнейшие рекреационные функции туристской анимации. Значение туристской анимации заключается в повышении качества, разнообразия и привлекательности туристского продукта, увеличении количества постоянных клиентов, увеличении спроса на туристский продукт, повышении нагрузки на материальную базу турпредприятия, а, следовательно, и повышение эффективности ее использования, и, наконец, в повышении доходности и рентабельности туристской деятельности [1].

Туристской анимацией занимаются постоянные команды профессионалов, вкладывающие немалые финансовые средства в воплощение своих идей, приобретение и обновление сценических костюмов, фонограмм, реквизита, обучение, стажировки и т.д.

Различают следующие виды анимации:

1. Спортивно-оздоровительная анимация приглашает к участию в походах, соревнованиях, эстафетах, спартакиадах, турнирах по футболу, рыбной ловле, бильярду, плаванию и другим спортивным состязаниям, имеющим оздоровительную направленность. В содержание физкультурно-оздоровительных программ целесообразно включать общие сведения по валеологии и теории физической культуры, о правильном питании, суточном режиме здорового человека. Оздоровительный эффект физического воспитания проявляется на занятиях гимнастикой, аэробикой, атлетикой и в процессе спортивных игр (баскетбол, гандбол, волейбол, шахматы, теннис), при увлечении спортом (коньки, лыжи и прочие, в том числе экстремальные, виды). Например, в современном фитнесе востребовано более 40 видов занятий аэробикой (аква, джим, стрейч, фитнес и т.д.).

2. Развлекательная анимация предполагает литературные и музыкальные композиции, театральные постановки и конкурсы, сюжетно-игровые программы, тематические вечера, культурно-массовые мероприятия, кинофестивали, маскарадные карнавалы,

праздники национальной кухни, а также программы познавательных мероприятий и любительской деятельности (вязание, коллекционирование, макраме, роспись по шелку и другие формы).

3. Экскурсионная анимация подразумевает предоставление экскурсионной программы обслуживания в учебных и культурно-познавательных целях: узнать новое, углубить и расширить свои знания и представления об исторических событиях, культурных ценностях; повысить уровень знаний с познавательной мотивацией. Сегодня стали особенно популярны костюмированные экскурсионные туры и посещение шоу-музеев.

4. Рекреационная (восстановительная) анимация предлагает физические, психологические, интеллектуальные и релаксационные игры, развлечения, используемые для восстановления физических и умственных сил.

5. Бизнес-анимация подразумевает организацию маркетинговых мероприятий с целью увеличения продаж, «оживления» бизнеса. Аниматоры-менеджеры продаж – это служащие конкретной фирмы, которые на основе изученного опыта конкурентов участвуют в разработке, организации и проведении специальных акций - мероприятий, позволяющих увеличить продажи конкретных товаров или услуг. Формы и виды организации таких маркетинговых мероприятий – это целый набор конкурсов и испытаний, дегустаций и марафонов, лотерей и розыгрышей призов, выставок и светских вечеринок, корпоративных праздников и презентаций, экскурсий и ярмарок, фестивалей и состязаний знатоков, фанатов, дилетантов и профессионалов [7].

Аниматоры по продвижению услуг чаще всего востребованы в турбизнесе. В любом четырех и пятизвездочном отеле туристических стран мира работают постоянные анимационные группы, с которыми гости сталкиваются сразу же после работников служб размещения в отеле. Аниматор в отеле, как профессия, стала неотъемлемой частью турбизнеса. Туристический бизнес приносит сверхприбыль только тогда, когда в отеле есть отличная команда аниматоров, которая занимается разработкой и проведением различных программ для гостей отеля.

Функциями анимационных программ являются организация и руководство культурными, развлекательными, оздоровительными и



спортивными мероприятиями и их дальнейшее распространение среди клиентов гостиниц, гостинично-оздоровительных и санаторно-курортных комплексов. Планирование и организация отдыха туристов – гостей отеля осуществляется в двух аспектах:

1) типовые программы, ориентирующие и фиксирующие набор и последовательность занятий во время всего цикла отдыха и в течение дня, обеспечивая при этом получение оздоровительного и воспитательного эффекта;

2) конкретные, специально разработанные программы отдыха, которые соответствуют по структуре типовым, но привязаны к конкретным условиям места отдыха и учитывают интересы определенной группы людей.

Современный практический международный опыт показывает, что научно обоснованная разработка (на базе социологических, педагогических и медицинских исследований) и применение анимационных программ в туристической отрасли повышают удовлетворенность туристов отдыхом, а также повышают его оздоровительную и воспитательную эффективность[3]. Аниматоры предлагают тимбилдинг, сюжетно-динамические и ролевые игры, весёлые, оригинальные, стилизованные праздники, всевозможные развлекательные программы, имеющие цель познакомить и сдружить участников и организаторов, зрителей и артистов. В анимационных программах преобладает интерактив, есть в них и зрелищная часть, и игровая. Это обусловлено концепцией активного отдыха. Но главное – чтобы было максимально интересно, чтобы зрители могли отдохнуть, вволю посмеяться или насладиться красивым зрелищем.

Таким образом, аниматор – это специалист, занимающийся разработкой индивидуальных и коллективных программ проведения досуга, ориентирующий людей в многообразии видов досуга, организующий полноценный досуг (в результате которого происходит восстановление духовных и физических сил человека). Он создает атмосферу увлеченности, игры и азарта, которая привлекает и вовлекает в процесс игры и творчества, способствует оживлению отдыха, получению непосредственных впечатлений от личного участия в анимационных программах. Задача аниматора - не только занять свободное время гостя, но одновременно понравиться ему, обаять его, очаровать, в результате чего гость сможет потратить

хорошую сумму денег в отеле.

Анимационное мастерство подразумевает следующие умения [8]:

- составить интересную анимационную программу, соответствующую потребностям и запросам потребителя;
- привлечь внимание к данной программе, заинтересовать потребителя;
- учитывать возрастные, психологические, эстетические, этические, религиозные и другие особенности отдыхающих и на основе этого обеспечить индивидуальный, дифференцированный подход;
- строить свои взаимоотношения с подчиненными и отдыхающими на гуманной, демократичной основе;
- не теряться в самых трудных и неожиданных ситуациях;
- сочетать теоретическую и практическую деятельность;
- грамотно использовать в своей работе накопленный в данной сфере опыт и новейшие достижения передовой педагогики и психологии;
- разнообразить анимационные шоу-программы, занятия, избегая шаблонов в их организации.

Как видим, профессиональные требования к специалисту туристской анимации специфичны и включают знания в области психологии, музыкального искусства, живописи, индустрии развлечений, для зарубежной анимации – знание иностранных языков. Аниматор должен обладать деловыми качествами, глубокими знаниями психологии людей, практическими навыками работы в условиях четко отлаженного механизма. Тураниматоры должны владеть приемами оказания первой медицинской помощи, уметь проводить занятия по атлетической гимнастике, аэробике, разбираться в возрастных особенностях занимающихся. В задачи тураниматоров входит умение организовать «культурный отдых», который является не только средством избавления от усталости, но и средством нейтрализации негативных сторон повседневной жизни.

Критерии отбора аниматоров достаточно строги. Наряду с профессиональными знаниями, умениями и навыками, к ним относятся: хорошие внешние данные, коммуникативные навыки, грамотная речь, развитое чувство юмора, общая эрудиция, знание

иностранных языков, наличие разнообразных талантов, артистизм, личное обаяние, наличие лидерских качеств и позитивной энергетики. У каждого аниматора должна быть своя «изюминка» - умение представить скетч, пародию, оригинальные номера, провести игру, аукцион, конкурс, танцевальную программу... Тут нужен азарт, энергия, креатив, актерские и режиссерские способности [8].

Аниматор туристского комплекса (отеля, санатория, турбазы) должен обладать также такими качествами, как тактичность, приветливость, деликатность, коммуникабельность, умение внимательно выслушать и оперативно отреагировать на возникшие трудности и проблемы у туриста, чтобы тот чувствовал себя самым дорогим и желанным гостем. Одной из составляющих, которая создает психологическую атмосферу хорошего отдыха, является дружелюбное отношение к гостям и неперенная, искренняя улыбка на лицах аниматоров. Аниматор должен предстать для гостя отеля другом и радушным хозяином. Это играет большую роль в создании имиджа и законченного образа туристского комплекса, оживляя разнообразный спектр предоставляемых услуг и технического оснащения.

В настоящее время аниматор – это весьма востребованная профессия, которая приносит специалистам в этой области не только моральное, но и материальное удовлетворение. На сегодняшний день кадры для этой профессии набираются из разных отраслей. Аниматоры могут иметь и педагогическое, и артистическое образование. Зачастую особо ценится опыт работы по организации торжеств. Поэтому среди аниматоров очень много бывших свадебных ведущих. Большие гостиничные комплексы и отели-курорты, как правило, сами проводят подготовку аниматоров. Многие международные гостиничные сети предлагают специализированные учебные курсы аниматоров. Курсы повышения квалификации аниматоров различной продолжительности предлагаются и отдельными частными образовательными структурами. Такие курсы дают возможность сфокусироваться на подготовке к одному виду деятельности аниматора, будь то спортивный отдых, развлекательный отдых, анимация в экскурсионных турах и т.д.

**Выводы.** Таким образом, перспективы развития туристической индустрии, как одного из важнейших секторов экономики, возрастающий интерес к путешествиям, потребительская способность населения выдвигают

новые требования к системе туристского обслуживания, вариативность которых становится подвижной в современных рыночных условиях предоставления услуг. На современном этапе развития туризма, анимация начинает занимать одно из ведущих мест в структуре туристского продукта. Чем многограннее и интереснее построена анимационная программа экскурсии или путешествия в целом, тем больше туристов имеют желание приобрести туристский продукт, следовательно, это повышает рейтинг данного продукта. Именно с помощью анимации можно предоставить туристам более качественный отдых и расширить не только роль экскурсионных программ на рынке, но и продвинуть вперед развитие внутреннего туризма в целом. Проблемы, затронутые в статье, требуют дальнейших исследований. Это обусловлено необходимостью развития анимационной деятельности в Украине, а также существующими противоречиями между сложившимся уровнем практической деятельности предприятий туризма, потребностью в анимационной деятельности и отсутствием всего этого на практике, которая нуждается, прежде всего, в совершенствовании и развитии профессионализма работников анимационных служб.

### **Литература**

1. Власова Т.И., Шарухин А.П., Панов Н.И. Анимационный менеджмент в туризме: уч. пособие. – М.: Академия 2010. – 312 с.
2. Третьякова Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: Академия 2008. – 191 с.
3. Гаранин Н.И. Менеджмент туранимации в туркомплексах. // Актуальные проблемы туризма'99.– М.,1999.– С. 50-58
4. Кусков А.С. Основы туризма: уч. пособие. – М:1997 – 20 с.
5. Анимационные услуги в структуре гостиничного продукта [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://dw6.ru/ponyatiye\\_i\\_funksii\\_animatsii.html](http://dw6.ru/ponyatiye_i_funksii_animatsii.html)
6. Функциональный подход к развитию анимационной деятельности [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/funksionalnyi-podkhod-k-razvitiyu-animatsionnoi-deyatelnosti-uchrezhdenii-kultury-sotsialno>
7. Анимационная деятельность в туризме [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/artemova10-1.htm](http://tourlib.net/books_tourism/artemova10-1.htm)

8. Профессия «аниматор» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://alinka.net/kto\\_takoy\\_animator](http://alinka.net/kto_takoy_animator)

1. Vlasova T.Y., Sharuxy`n A.P., Panov N.Y`. Any`macy`onnyj menedzhment v tury`zme: uch. posoby`e. – M.: Akademy`ya 2010. – 312 s.

2. Tret`yakova T.N. Any`macy`onnaya deyatel`nost` v socy`al`no-kul`turnom servy`se y` tury`zme. – M.: Akademy`ya 2008. – 191 s.

3. Garany`n N.Y`. Menedzhment turany`macy`y` v turkompleksax. // Aktual`nye problemy tury`zma`99.– M.,1999.– S. 50-58

4. Kuskov A.S. Osnovy tury`zma: uch. posoby`e. – M.:1997 – 20 s.

5. Any`macy`onnye uslugy` v strukture gosty`ny`chnogo produkta [Электронный ресурс] – Rezhy`m dostupa: [http://dw6.ru/ponyatiye\\_i\\_funksii\\_animatsii.html](http://dw6.ru/ponyatiye_i_funksii_animatsii.html)

6. Funkcy`onal`nyj podxod k razvy`ty`yu any`macy`onnoj deyatel`nosti` [Электронный ресурс] – Rezhy`m dostupa: <http://www.dissercat.com/content/funksionalnyi-podxod-k-razvitiyu-animatsionnoi-deyatelnosti-uchrezhdenii-kultury-sotsialno>

7. Any`macy`onnaya deyatel`nost` v tury`zme [Электронный ресурс] – Rezhy`m dostupa: [http://tourlib.net/books\\_tourism/artemova10-1.htm](http://tourlib.net/books_tourism/artemova10-1.htm)

8. Professy`ya «any`mator» [Электронный ресурс] – Rezhy`m dostupa: [http://alinka.net/kto\\_takoy\\_animator](http://alinka.net/kto_takoy_animator)

*Рецензент: Літовченко І.Л. д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету*

20.05.2014

УДК 658.8.009.12

*Швагірева Власта, Донець Анна, Неумоїна Ксенія*  
**МАРКЕТИНГОВИЙ МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

У статті досліджується методи підвищення конкурентоспроможності українських підприємств, роз'яснюється сутність терміну конкуренції та конкурентоспроможності. Зосереджується увага на методах аналізу та оцінювання реалізації конкурентоспроможності на підприємстві. Виділяються такі системи