

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ КНТЕУ
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МАРКЕТИНГУ»
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. ШТЕФАНА ЧЕЛ МАРЕ (М. СУЧАВА, РУМУНІЯ)

МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРИКОРДОННОГО РЕГІОНУ

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**м. Чернівці (Україна) – м. Сучава (Румунія)
11-12 листопада 2020 року**

Чернівці
Механограф
2020

УДК 339.138+330.341
М27

Маркетинг як основа формування стратегії соціально-економічного розвитку прикордонного регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці (Україна) – м. Сучава (Румунія), 11-12 листопада 2020 р. – Чернівці : Технодрук, 2020. – 324 с.
ISBN 978-617-7611-83-6

У сучасних умовах розвитку економіки маркетинг виступає одним із пріоритетних інструментів формування стратегії соціально-економічного розвитку як на державному, регіональному, так і на транскордонному рівні.

У збірнику розглянуто актуальні питання, що стосуються застосування маркетингових інструментів сталого розвитку прикордонних регіонів, застосування брендингових технологій підприємств регіону в умовах євроінтеграції. Запропоновано інноваційні підходи до розвитку туризму в прикордонних регіонах, шляхи використання маркетингових технологій у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Висвітлено питання обліково-аналітичного забезпечення управління маркетинговою стратегією соціально-економічного розвитку підприємств та фінансові аспекти забезпечення реалізації стратегій розвитку підприємств у прикордонному регіоні. Окреслено сучасні тенденції розробки та реалізації стратегії розвитку прикордонного регіону в умовах протидії сучасним загрозам, та можливі напрямки застосування маркетингу в транскордонному економічному співробітництві та ін. Розраховано на науковців, фахівців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, які цікавляться зазначеними питаннями.

Розраховано на науковців, фахівців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, які цікавляться даною тематикою.

УДК 339.138+330.341

Відповідальні за випуск: *І.Р. Лошенко*
Р.В. Кравчук

Комп'ютерний дизайн і макетування: *С.О. Галамашевич*

Коректор: *Н.С. Савельєва*

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.
Збір матеріалів проводився у квітні, травні 2020 р.

ISBN 978-617-7611-83-6

© ЧТЕІ КНТЕУ, 2020
© Технодрук, 2020

ЗМІСТ

ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ БРЕНДИНГОВИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Борисяк Олена ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ КОРИСТУВАННЯ ЗЕЛЕНИМ ТРАНСПОРТОМ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	11
Бучинська Олена СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БРЕНДІВ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ	14
Мельниченко Світлана, Ведмідь Надія, Авдан Оксана БРЕНД ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА: РЕЄСТРАЦІЯ ЙОГО ЕЛЕМЕНТІВ	18
Полянко Галина, Смиковчук Тетяна РОЛЬ БРЕНДИНГУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	22
Процишин Юлія «ФАЙНА КАРТА» ЯК ЕЛЕМЕНТ БРЕНДИНГУ	25
Решетілова Тетяна БРЕНД ЯК КОМПЛЕКСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ	27
Урсакий Юлія БРЕНД-СТРАТЕГІЯ КОМПАНІЇ: ЗНАЧЕННЯ ТА ЕТАПИ	30
Чичун Валентина, Шупрудько Наталія БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ	33

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНІВ

Babinska Olha THE SHARING ECONOMY AS A KEY TOWARDS SUCCESSFUL DEVELOPMENT OF BORDER AREAS	36
Голишева Євгенія РОЛЬ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ	39
Готинчан Ірина ОПТИМІЗАЦІЯ ФУНКЦІЇ КАПІТАЛУ ПРИ КЕРУВАННІ ВИТРАТ НА РЕКЛАМУ	41
Кифяк Олександр МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	45
Ковальчук Світлана, Бозуленко Олена ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ РЕГІОНУ	48
Koroliuk Yurii, Losheniuk Iryna MARKETING TOOLS IN PUBLIC ADMINISTRATION	51

Лилик Ірина НЕОБХІДНІСТЬ ЗАПОБІГАННЯ СЕКСИЗМУ В РЕКЛАМІ	53
Лошенко Ірина, Лошенко Оксана ОМНІКАНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ	57
Лучик Світлана, Лучик Маргарита HR-МАРКЕТИНГ: СКЛАДОВА УСПІХУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	59
Мосієнко Оксана РЕФЛЕКСИВНИЙ АСПЕКТ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ	63
Піонтківська Світлана ПРИВАБЛИВІСТЬ СТОЛИЧНОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ	67
Хотинь Любов ПОЗИЦІЮВАННЯ ТОВАРІВ НА РИНКУ	70
Чаплінський Юрій, Ромат Євгеній ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМИ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	73

*ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ
В ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНАХ*

Baldzhy Maryna INTRODUCTION OF INCLUSIVE TOURISM IN THE ODESSA REGION	77
Гищук Роман, Крецький Олександр ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЇЇ СКЛАДОВА В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНО-ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	79
Грищенко Олена СТАЛІ ІННОВАЦІЇ ЯК ОСНОВА ВИПЕРЕДЖАЮЧОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	82
Заваріка Галина МОНІТОРИНГ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ПОСТКОНФЛІКТНИХ ТЕРИТОРІЙ ЗАСОБОМ ТУРИЗМУ	85
Zviagolska Iryna PRACTICAL SIGNIFICANCE OF MEDICAL MICROBIOLOGY INTEGRATION INTO THE REGIONAL SPHERE OF REMEDIAL AND RECREATIONAL (MEDICAL) TOURISM: SPECIFIC ASPECTS	88
Зеленко Олена ВПЛИВ ПОДІЄВОГО МАРКЕТИНГУ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ПРИКОРДОННИХ ОБЛАСТЕЙ УКРАЇНИ	91
Камушков Олександр ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ	95
Карпенко Ніна, Животенко Віталій РЕГІОНАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	98

Кифяк Василь ВПЛИВ ЕКСТЕРНАЛІЙ НА РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	102
Клімова Алла ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПРИКОРДОННОМУ РЕГІОНІ	105
Кобобел Алла, Скляр Георгій МАРКЕТИНГ СЕРЬОЗНОЇ ДОЗВІЛЛЕВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ	108
Нестерчук Інна, Чернишова Таїсія ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНАХ	111
Ткаченко Тетяна, Дупляк Тетяна ІВЕНТ ЯК ВАГОМИЙ ЕЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТІНАЦІЇ	115
Фикова Ольга, Макштарєва Алина ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ УКРАИНЫ	118

*ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ
МАРКЕТИНГОВОЮ СТРАТЕГІЄЮ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРИКОРДОННОГО РЕГІОНУ*

Bagrii Konon MARKETING ANALYSIS AS AN INTEGRAL PART OF THE COMPLEX ECONOMIC ANALYSIS OF BUSINESS ACTIVITIES IN MARKETING RESEARCH SYSTEM	121
Калінеску Тетяна ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ЗАГРОЗ	124
Manachynska Yuliya, Yevdoshchak Volodymyr ACCOUNTING SUPPORT OF MARKETING STRATEGY MANAGEMENT OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE BORDER REGION	128
Мустеца Ірина ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА У ПРИКОРДОННОМУ РЕГІОНІ	131
Рилєєв Сергій, Дрінь Ірина СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ: ЗМІСТ ТА НАПРЯМОК РОЗВИТКУ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	135
Скрипник Наталія, Скрипник Микола АНАЛІТИЧНІ МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ	138

*ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У ПРИКОРДОННОМУ РЕГІОНІ*

Вудвуд Вікторія ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	143
Гут Любов ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОКРАЩЕННЯ	147
Ковалевич Дарія, Рошило Віолетта ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПРИКОРДОННОГО РЕГІОНУ	150
Likhonosova Ganna FINANCIAL LEVERAGE FOR THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN CROSS-BORDER REGION	153
Осипенко Зеновій ДЖЕРЕЛА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСКОРДОННИХ ОБЛАСТЕЙ КАРПАТ	156
Табенська Юлія, Чернопол Алла ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ АУДИТ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	160
Щурик Михайло СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ЗАСАД СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ	162
Юрій Софія, Каспрук Антоніна ВПЛИВ ПРОГРАМ РОЗВИТКУ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	166

*ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ – ДОМІНАНТНА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
РОЗВИТКУ ПРИКОРДОННИХ ТЕРИТОРІЙ*

Жежерун Юлія КОНКУРЕНЦІЯ МІЖ БАНКАМИ ТА FİNTECH-КОМПАНІЯМИ	170
Лучик Василь КВАНТОВА ТЕХНОЛОГІЯ ЯК МАЙБУТНЄ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	173
Простебі Людмила ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ	176

*ІНШОМОВНА КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ФАХІВЦЯ
ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК
ПРИКОРДОННОГО РЕГІОНУ*

Bielovetska Lina THE ROLE OF ESP IN FORMING FOREIGN-LANGUAGE COMMUNICATIVE COMPETENCE FOR THE FUTURE GLOBALIZED WORKPLACE	180
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Hildebrant Kateryna ENGLISH FOR SPECIFIC PURPOSES IN UP-TO-DATE CONDITIONS	182
Hnatyshena Iryna FOREIGN LANGUAGE TEACHING IN CROSS-BOARDER REGIONS	184
Hnatyshena Iryna, Khariuk Inna FOREIGN LANGUAGE COMPETENCE FOR STUDENTS IN ECONOMICAL EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS	186
Khariuk Inna, Maksymiuk Nataliia LANGUAGE COMPETENCE FORMATION FOR STUDENTS IN CROSS- BOARDER REGIONS	188
Kozmenko Olena PROFESSIONAL LINGUISTIC COMPETENCE AS A CONDITION FOR STUDENT SUCCESS	190
Krsek Olga FORMING INTERCULTURAL COMMUNICATIVE COMPETENCE IN FOREIGN LANGUAGE LEARNERS	192
Stupak Maryna MARKETING APPROACH TO HIRING EXPERTS WITH FOREIGN LANGUAGE COMMUNICATIVE COMPETENCE FOR SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF CROSS-BORDER REGIONS	195

*СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРИКОРДОННОГО РЕГІОНУ
В УМОВАХ ПРОТИДІЇ СУЧАСНИМ ЗАГРОЗАМ*

Bogavac Milanka, Ćekerevac Zoran, Prigoda Lyudmila DIGITALIZATION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES AND CROSS-BORDER TRADE	199
Вдовічен Анатолій, Вдовічена Ольга ФОРМУВАННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО ВЕКТОРУ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ	202
Власова Тетяна ФОРМУВАННЯ ТРАНСКОРДОННИХ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ У СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	206
Давліканова Олена ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ АДАПТАЦІЇ ДОСВІДУ НІМЕЧЧИНИ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ДУАЛЬНОЇ ФОРМИ ЗДОБУТТЯ ОСВІТИ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ НАЙБІЛЬШОГО ПРИВАТНОГО ЗАКЛАДУ ДУАЛЬНОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ ФРН NORDAKADEMIE	209
Денищенко Людмила МІЖНАРОДНА ТЕХНІЧНА ДОПОМОГА ЯК ДЖЕРЕЛО РЕСУРСІВ РОЗВИТКУ ГРОМАД В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ	214
Dekhtyar Nadiya TRANSBOUNDARY COOPERATION CHALLENGES IN THE GLOBAL MARKET	217
Yevdokymenko Valerii CREATIVE FOUNDATIONS OF THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY OF BORDER REGIONS	221

Кифяк Вікторія СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	223
Kruhlyanko Andriy MANAGEMENT ASPECTS OF REALIZATION OF STRATEGIC ENTREPRENEURSHIP POTENTIAL AT THE REGIONAL LEVEL AT THE BACKGROUND OF NEW SOCIO-ECONOMIC THREATS AND CHALLENGES	226
Мельник Тетяна, Верстяк Оксана ТЕНДЕНЦІЇ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН В ЕКОНОМІЦІ	228
Обуд Оксана ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	230
Пенюк Валерія, Боднараш Іустина АУТСОРСИНГ ТА АУТСТАФІНГ ПЕРСОНАЛУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ	234
Полянко Валентина УПРАВЛІННЯ НАЙМОМ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ СУЧАСНОГО СТАНУ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ	236
Томнюк Тетяна НАПРЯМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ	239
Шкабара Тетяна ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЗА ЕКОЛОГІЧНИМИ ПАРАМЕТРАМИ В КОНТЕКСТІ ВІДТВОРЕННЯ ПРИКОРДОННОГО РЕГІОНУ	242
Язіна Вікторія ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ЯК ПРІОРИТЕТНІ ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	245

*МАРКЕТИНГ В ТРАНСКОРДОННОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ
СПІВРОБІТНИЦТВІ*

Bilovodska Olena INTEGRAL EVALUATION OF INTERMEDIARIES DURING THE INNOVATIVE PRODUCTS COMMERCIALIZATION	248
Грицюк Ернест ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ ТА СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ЩОДО АКТИВІЗАЦІЇ ВСІХ СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ ЄВРОРЕГІОНУ «ВЕРХНІЙ ПРУТ»	251
Крыкavskiy Yevhen, Lykholat Svitlana THE ROLE OF INTERACTIVE TRANSBOUNDARY MARKETING IN THE DEVELOPMENT OF THE CARPATHIAN REGION	254
Любківська Галина МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ В УМОВАХ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА	257

Тришкіна Ніна МАРКЕТИНГ В ЕЛЕКТРОННОМУ БІЗНЕСІ	260
Farisieiev Andrii, Stetsenko Volodymyr, Yalovega Natalia BENCHMARKING FORMS OF TRADE ENTERPRISES IN UKRAINE	264
Чайка Інна, Кононенко Олена ЗАКЛАДИ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ В ТРАНСКОРДОННОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ СПІВРОБІТНИЦТВІ	266

*ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ*

Danyliuk Inna, Parashchuk Anastasiia, Bagrii Konon THE USE OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS IN THE RESTAURANT BUSINESS	269
Долга Галина УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	273
Іванов Андрій «ЧОРНИЙ МАРКЕТИНГ» У КРУЇЗНОМУ ТУРИЗМІ	276
Іванова Лілія, Вовчанська Ольга КРАУД-МАРКЕТИНГ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	279
Кравченко Михайло, Незвещук-Когут Тетяна, Романовська Ольга СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА БУКОВИНИ	282
Лабурцева Олена, Яцишина Лариса МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЯМИ МІСТА ЧЕРНІВЦІ	287
Лебеденко Тетяна ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ, ВІДРОДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	291
Нікульча Валентин CRM У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	295
Новичков Віктор ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУЖИВАННЯ В РЕСТОРАНЕ	298
Piddubnyi Volodymyr, Palamarek Karina, Bagrii Konon, Strutynska Liubov THE IMPORTANCE OF MARKETING RESEARCH FOR THE SUCCESS OF RESTAURANT BUSINESS	300
Pesic Aleksandar, Pesic Duska MARKETING AUDIT IN THE HOTEL INDUSTRY: A FUZZY SET APPROACH	303

Прядко Ольга МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	305
Савицька Наталія ПОВЕДІНКОВІ ФАКТОРИ ЯК ДЕТЕРМІНАНТИ ЗМІН МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	308
Ткач Вікторія ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ГОЛОВНОГО ДЕТЕРМІНАНТУ ТУРИСТИЧНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ	312
Хитрова Ольга ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	314
Шунько Анна ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ	317

References:

1. T. S. Al Essa, "This is the secret of the most successful small businesses," 15 01 2018. [Online]. Available: <https://www.weforum.org/agenda/2018/01/this-is-the-secret-of-the-most-successful-small-businesses/>.
2. M. Bogavac, Istraživanje uticaja digitalizacije na mikro, mala i srednja privredna društva, doktorska disertacija, Beograd: Poslovni i pravni fakultet, 2019.
3. S. Mundy, "Agility Launches New Online Forwarding Platform Shipa Freight™," 17 04 2018. [Online]. Available: <https://www.agility.com/en/2018/04/agility-launches-new-online-forwarding-platform-shipa-freight/>.
4. M. Bogavac and Z. Cekerevac, "IDSME Index – New Method for Evaluation of SMEs Digitalization," *MEST Journal*, vol. 7, no. 2, pp. 9-20, 15 July 2019.
5. EC, "DESI by components," 29 10 2019. [Online]. Available: https://digital-agenda-data.eu/charts/desi-components#chart={%22indicator%22:%22desi_4b3_sellcb%22,%22breakdown-group%22:%22byentsize%22,%22unit-measure%22:%22pc_ent%22,%22time-period%22:%222019%22}.
6. T. S. A. Essa, "This is the secret of the most successful small businesses," 15 01 2018. [Online]. Available: <https://www.weforum.org/agenda/2018/01/this-is-the-secret-of-the-most-successful-small-businesses/>.
7. M. Murphy, *Small Business Management*, Pitman Publ, 1996.

Анатолій Вдовічен, д.е.н., професор,

Ольга Вдовічена, к.е.н., доцент,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

ФОРМУВАННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО ВЕКТОРУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

Інклюзивний економічний розвиток можна визначити як такий, що формує збалансоване, стабільне зростання з врахуванням індикаторів інклюзивності (рівень соціальної включеності у суспільно-економічні процеси; доступ до користування ресурсами; висока продуктивна зайнятість, рівність доходів і можливостей; екологічна стійкість тощо), який забезпечується реалізацією інклюзивних, інвестиційних, інноваційних програм. Тобто, інклюзивний розвиток і зростання вимагають забезпечення соціального захисту вразливих груп населення, скорочення бідності і вирішення проблем нерівності у будь-якому її прояві, що сприятиме швидкому зростанню і переходу до більш відкритої інтегрованої економіки.

Погляди багатьох авторів щодо основних принципів інклюзивного розвитку певною мірою збігаються, більшість за своєю суттю орієнтовані на пропорційний (справедливий) розподіл доходів серед населення або забезпеченість доступності робочих місць.

Поряд з тим жодне запропоноване визначення не відкриває сутність даного поняття повністю, оскільки сутність інклюзивного розвитку є

набагато ширшою і включає низку факторів різних систем та концепцій, формуючи тим самим нову парадигму суспільного розвитку як на рівні окремої держави, так і на рівні глобальних світових тенденцій, що свідчить про його багатомірну природу. Тобто, ми можемо говорити про багатовимірність даного поняття.

Т. В. Семеновських розглядала людину як ключовий елемент в інклюзивному просторі в «вертикальній» і «горизонтальній» багатовимірності, яка представлена сукупністю фундаментальних аспектів людського існування і світу, що виражають собою і забезпечують цілісність і єдність людини і соціуму, а відтак і інклюзивного суспільства [1] (рис. 1).

Багатовимірна «вертикальна» модель Ф. Фарингтона висвітлює п'ять фундаментальних систем, необхідних для функціонування інклюзивного суспільства, а саме: соціальна – сім'я, ринок праці, релігійні, професійні та ін. спільноти; економічна – заробітна плата, доходи, фінансова безпека, страхування, доступність ринків товарів і послуг; інституційна – законодавство, правове регулювання прав та свобод, освіта, охорона здоров'я, політична та екологічна безпека; територіальна – міграція, свобода переміщення, територіальна цілісність, транспорт і зв'язок; символічні відносини – ідентичність, толерантність, резильєнтність, стресостійкість, самооцінка, мотивація, здатність до емпатії [2].

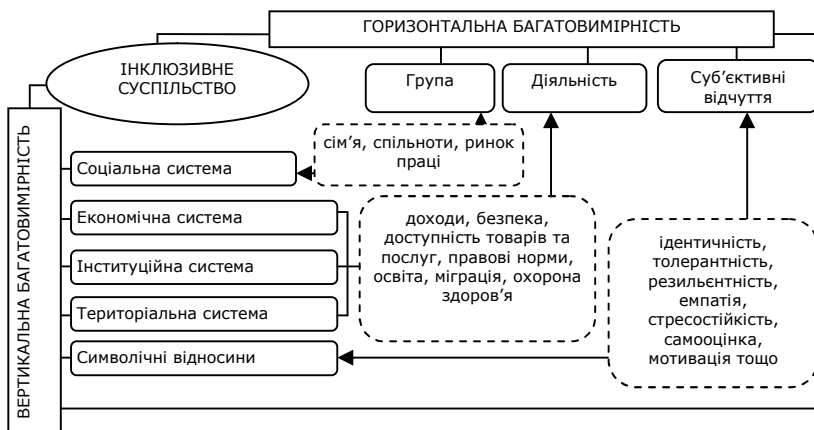


Рис. 1. Модель багатовимірності інклюзивного суспільства*

*Джерело: розроблено автором на основі [1; 2].

«Горизонтальна» багатовимірність інклюзії передбачає інтегровану взаємодію таких складових, як: належність до визначеної групи; участь в

суспільній діяльності; суб'єктивне відчуття включеності, приналежності, позитивна самоідентифікація, емоційний контакт з соціумом.

Реалізація нових інклюзивних векторів в умовах розкриття «багатовимірності» можлива лише за умов синергетичної взаємодії трьох систем: держави, суспільства, господарської системи, які формують цілісне інтегроване середовище для стабільного економічного розвитку. Тісна взаємодія цих систем, безумовно, повинна бути орієнтована на довгострокову перспективу та потреби майбутніх поколінь, а відтак забезпечувати: оптимальне використання та розподіл обмежених ресурсів, екологічних технологій; створення екологічно прийнятної продукції, мінімізацію, переробку і знищення відходів; збереження стабільності соціальних і культурних систем, у тому числі скорочення числа руйнівних конфліктів між людьми та справедливий розподіл благ; цілісність біологічних і фізичних природних систем (екосистем), від яких залежить глобальна стабільність та збереження можливостей самовідновлення.

Тобто, саме екологічна складова, яка лежить в основі збалансованого інклюзивного розвитку, здатна забезпечити не тільки короткостроковий корисний ефект, але й соціально-економічну стабільність та безпеку в довгостроковій перспективі.

Відповідно, враховуючи всі зазначені вище аспекти, є сенс говорити про те, що інклюзивний розвиток можна розглядати як розвиток, якому притаманна багатовимірність в межах середовища, сформованого системами (державою, суспільством та бізнесом). Їх інтеграція та взаємодія створює пов'язані між собою інститути, діяльність яких орієнтована на довгострокову перспективу та забезпечення збалансованого розподілу матеріальних і нематеріальних благ між членами соціуму, враховуючи потреби майбутніх поколінь (рис. 2).

Як стверджує в своєму дослідженні А. Лефтверд, держави впливають на інклюзивний розвиток двома основними способами: зростання та економічні перетворення; соціальне забезпечення. Держави встановлюють режими соціального забезпечення як для сприяння економічному зростанню, так і для захисту громадян від найбільш важких наслідків капіталістичних перетворень і основних ризиків для життя в промисловому суспільстві [4].

Ринки здійснюють вплив на інклюзивний розвиток шляхом: створення таких оптимальних умов для формування індивідуально-адаптованої сфери зайнятості населення, які дозволили максимально підвищити продуктивність праці; впровадження інновацій (в тому числі інклюзивних) у виробничу та господарську діяльність; створення

ринкових сегментів, доступних для малозабезпеченого населення товарів та послуг; орієнтація бізнесу на екологічний вектор розвитку.

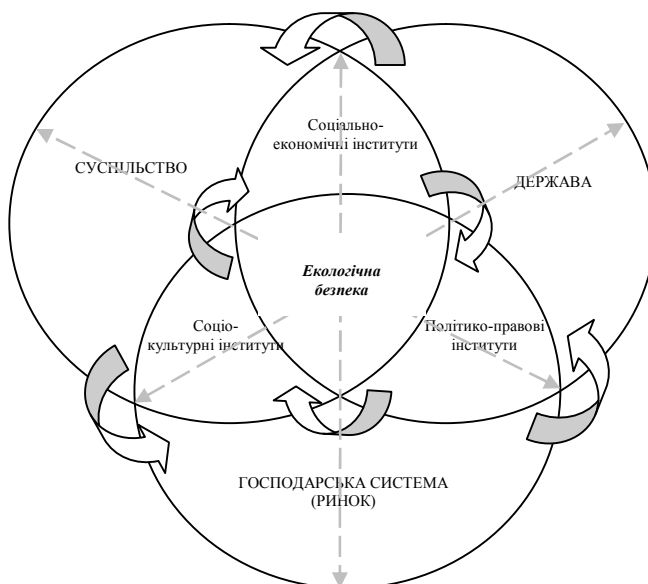


Рис. 2. Модель формування системи інститутів з врахуванням багатовимірності інклюзивного розвитку*

*Джерело: розроблено автором на основі [3].

Стабільне інклюзивне суспільство, своєю чергою, забезпечить лояльне ставлення як до системи влади (держави), так і до ринків, проявляючи високу суспільну свідомість та заощадливість у питаннях раціонального розподілу суспільних благ та обмежених ресурсів, ставлячи потреби майбутніх поколінь пріоритетом інклюзивного розвитку.

Сучасні інклюзивно-орієнтовані моделі соціально-економічного і політичного розвитку орієнтуються першочергово на потреби майбутніх поколінь, послаблюючи при цьому соціально-економічну і політичну напругу, зменшуючи диспропорції розвитку, підвищуючи соціальний добробут. Такі моделі розвитку можуть формуватись на основі багатомірної інклюзивної орієнтації системи інститутів, що діють в соціально-економічному середовищі як окремих держав, так і світової економічної системи.

Список використаних джерел:

1. Семеновских Т. В. Многомерность инклюзии. *Историческая и социально-образовательная мысль*. 2016. Том 8. № 5. Часть 3. С. 153–155.

2. Farrington F. Towards a useful definition: advantages and criticism of «social exclusion». *GEOView: Online Undergraduate Review of Geography and Environmental Studies*. 2013. URL: https://www.researchgate.net/publication/242513425_Towards_a_useful_definition_advantages_and_criticisms_of_social_exclusion (дата звернення: 09.01.2019).

3. Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г. Реалізація принципів багатомірності інклюзивного розвитку в системі сформованих соціоекономічних інститутів. *Економічні горизонти*. 2018. № 4(7). С. 37–47. DOI: 10.31499/2616-5236.4(7).2018.161720.

4. Leftwich A. Developmental states, effective states and poverty reduction: the primacy of politics. *UNRISD Project on Poverty Reduction and Policy Regimes*. 2009. New York, USA. P. 28. URL: <http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/search/EE2D4DF653F6077BC1257A5D004C7E5E> (дата звернення: 09.01.2019).

Anatolii Vdovichen, Doctor of Economic Sciences, Professor,
Olga Vdovichena, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Chernivtsi Institute of Trade and Economics of KNUTE,
Chernivtsi

FORMATION OF INCLUSIVE VECTOR OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGIONS

The importance of inclusive orientation under the conditions of socio-economic development is substantiated in the publication. The need to introduce new social development benchmark, both at the level of a particular country and at the level of global trends, is emphasized, which testifies the multidimensional nature of economic inclusion. A model of the formation and interaction of the system of institutions, taking into account the multidimensionality of inclusive development for socio-economic development of the regions, is under the consideration.

Тетяна Власова, к.е.н., доцент,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

ФОРМУВАННЯ ТРАНСКОРДОННИХ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ У СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Україна має високий туристичний потенціал, при цьому на сьогодні він реалізований не повною мірою. Посилення конкуренції між країнами на міжнародному ринку туристичних послуг обумовлює актуальність розробки нових підходів до розвитку туристичної галузі. Нині частка туризму у ВВП України складає близько 1,5%. При цьому прямий, непрямий та опосередкований внесок туризму у світову економіку – понад 10% від ВВП [1]. Таким чином, існує значний потенціал для розвитку туристичної галузі в Україні, який може бути реалізований з використанням кластерного підходу [2, с. 158].