



**ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ:
ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

МАТЕРІАЛИ

I Всеукраїнської науково-практичної конференції

м. Умань
2018

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ПАВЛА ТИЧИНИ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ
ТА БІЗНЕС-ОСВІТИ**

**ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ:
ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**МАТЕРІАЛИ
І Всеукраїнської науково-практичної конференції**

(19 квітня 2018 року, м. Умань)

**Умань
ВПЦ «Візаві»
2018**

УДК 33(477)(06)

E45

*Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового
інституту економіки та бізнес-освіти
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини
(протокол № 9 від 18 квітня 2018 року)*

Редакційна колегія:

Чирва О. Г., д. е. н., професор (*головний редактор*);

Подзігун С. М., к. е. н., доцент;

Білошкурська Н. В., к. е. н., доцент;

Побережець Н. Б., викладач;

Ящук Т. А., викладач.

Відповідальність за достовірність поданої інформації несуть автори матеріалів.

E45 **Економіка** України в умовах євроінтеграції: виклики та перспективи розвитку : матер. І Всеукраїнської наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р., м. Умань / за ред. д. е. н., проф. О. Г. Чирви. – Умань : ВПЦ «Візаві», 2018. – 262 с.

Збірник містить тези доповідей учасників І Всеукраїнської науково-практичної конференції «Економіка України в умовах євроінтеграції: виклики та перспективи розвитку» (19 квітня 2018 р.), що відбулася на базі Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Матеріали відображають результати досліджень учених, аспірантів та студентів з актуальних проблем розвитку національної економіки.

УДК 33(477)(06)

© Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини, 2018

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЕКОНОМІЧНОГО ТА ГАЛУЗЕВОГО СПІВРОБІТНИЦТВА МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ.....10

Булах І. І., Шиманська О. В.

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В ЄС: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ.....10

Гура І. В.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: ЗАГРОЗИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....12

Кірдан О. П.

КВОТУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ ТА ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК.....14

Матійко О. О.

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....17

Мельник В. В.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЇЇ ТЕРИТОРІЙ.....19

Підлісний Є. В.

ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ.....21

Прокопенко Н. П.

РОЛЬ СТВОРЕННЯ ПРИВАБЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....23

Стоянова О. В., Мартинова В. С.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА СОКІВ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....25

Стрембіцька Л. Л.

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ЕТАПУ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....27

Тушинська Л. М.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ.....30

СЕКЦІЯ 2. ЗОНА ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНА-ЄС: ПЕРШІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ.....33

Гуменюк А. В.

ВПЛИВ ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ З ЄС НА РОЗВИТОК АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....33

Дякон Л. Л.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ДО ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ.....36

Мельничук Ю. М.

РОЛЬ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В ЗОНІ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНА-ЄС...40

Нотевський Є. В.

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОДНА З ГОЛОВНИХ УМОВ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК.....42

Космідайло І. В.

ПОГЛИБЛЕННЯ ТРАНСАТЛАНТИЧОЇ ТОРГОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ: ОБҐРУНТУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ.....44

Школенко О. Б.

НАСЛІДКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ ВІД ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ З ЄС.....47

СЕКЦІЯ 3. МАРКЕТИНГ ТА МЕНЕДЖМЕНТ – СУЧАСНА ФІЛОСОФІЯ БІЗНЕСУ.....50

Автомесенко А. А.

СИСТЕМА НОВИХ ЦІННОСТЕЙ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ МЕНЕДЖЕРА.....50

Альошкіна Л. П.

ВПРОВАДЖЕННЯ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОЇ ОРІЄНТАЦІЇ.....52

Андрієнко В. М.

МІСЦЕ ОРГАНІЗАЦІЇ БЕЗПЕКИ ПРАЦІ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....55

Андрієнко М. В.

МЕХАНІЗМ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ОРГАНІЗАЦІЇ БЕЗПЕКИ ПРАЦІ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....58

Барвінок М. В.

МАРКЕТИНГ ВЗАЄМОВІДНОСИН ЗАСОБАМИ CRM-СИСТЕМИ.....61

Бовкун О. А.

СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ЗБУТОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....64

Богашко О. Л.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ В ПРАКТИЦІ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ.....66

Бондарук І. С.

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: СУТНІСТЬ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ.....68

<i>Васюк І. В.</i>	
ОСОБИСТІСНО-ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ.....	70
<i>Вовк Т. М., Ніженська В. В.</i>	
ВАЖЛИВІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В ЕКОНОМІЧНОМУ ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА.....	72
<i>Гарматюк О. В.</i>	
ТРЕЙД-МАРКЕТИНГ ЯК СПОСІБ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ.....	75
<i>Гарник О. А.</i>	
МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДИНАМІКИ.....	78
<i>Делікатна К. В., Болецька В. П.</i>	
ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ВРАЖЕНЬ..	83
<i>Занібор Я. І.</i>	
РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ.....	85
<i>Король І. В.</i>	
МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЇЇ СУБ'ЄКТІВ.....	87
<i>Лупеха І. М.</i>	
СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ ТА ПРОБЛЕМИ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ.....	89
<i>Мігус І. П.</i>	
РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ТРАНСПАРЕНТНОСТІ В ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ.....	92
<i>Олійніченко В. С.</i>	
РОЗВИТОК МОБІЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ.....	97
<i>Пачева Н. О.</i>	
УПРАВЛІННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОМ.....	100
<i>Петренко Н. О.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО АУДИТУ.....	102
<i>Пітель Н. Я.</i>	
МЕНЕДЖМЕНТ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК.....	104
<i>Побережець Н. Б.</i>	
МЕДІАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ....	108
<i>Подзігун С. М.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	111
<i>Псьота Т. В.</i>	
ЩОДО РОЛІ КОМУНІКАТИВНОГО ЧИННИКА В ОРГАНІЗАЦІЯХ ЧЕРЕЗ АНАЛІЗ НЕДОЛІКІВ ВІТЧИЗНЯНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	113

<i>Резніченко Я. Ю.</i>	
МЕТОДИ ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ В ОРГАНІЗАЦІЇ.....	115
<i>Ригайло Л. М.</i>	
МАРКЕТИНГ ЯК ФІЛОСОФІЯ БІЗНЕСУ.....	117
<i>Собчук А. В.</i>	
РОЗВИТОК PR-ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ: МІФИ ТА РЕАЛЬНІСТЬ.....	120
<i>Татарин Н. І., Машилій Г. Б.</i>	
ФІЛОСОФСЬКІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК КОНЦЕПЦІЙ БІЗНЕСУ.....	122
<i>Чирва О. Г., Чирва Г. М.</i>	
ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ МАРКЕТИНГУ В РЕКЛАМІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ БРЕНДІВ.....	124

**СЕКЦІЯ 4. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....130**

<i>Бержанір А. Л.</i>	
РЕАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС-СТРУКТУРАМИ ПРИНЦИПІВ ВНУТРІШНЬОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	130
<i>Загороднюк О. В.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	133
<i>Клименко Л. В.</i>	
РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РИНКУ ЗЕРНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ.....	136
<i>Коган Н. Ю.</i>	
ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	139
<i>Корнієнко Т. О.</i>	
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	141
<i>Кустріч Л. О.</i>	
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	144
<i>Постернак І. М., Постернак С. О.</i>	
НЕОБХІДНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ДЛЯ РЕКОНСТРУКЦІЇ ІСТОРИЧНОЇ ЗАБУДОВИ ОДЕСИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	147
<i>Стойка В. О., Стойка С. О.</i>	
СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	149
<i>Цимбалюк Ю. А.</i>	
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ КЛІНІНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	151

СЕКЦІЯ 5. ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	154
<i>Білошкурська Н. В., Білошкурський М. В.</i>	
УПРАВЛІННЯ ПЕРВИННИМ ПУБЛІЧНИМ РОЗМІЩЕННЯМ АКЦІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	154
<i>Вінницька О. А.</i>	
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....	157
<i>Давиденко Н. М.</i>	
ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА.....	160
<i>Коваль Я. С.</i>	
СТАН БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ З ТОЧКИ ЗОРУ ВИНИКНЕННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ У ДЕРЖАВІ.....	163
<i>Новак І. М.</i>	
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ АРХІТЕКТУРИ ІНВЕСТУВАННЯ АГРАРНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	167
<i>Петренко П. С.</i>	
ЕВОЛЮЦІЯ СУЧАСНИХ УЯВЛЕНЬ ПРО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ: ВПРОВАДЖЕННЯ АУДИТУ ЕФЕКТИВНОСТІ ЯК МЕТОД ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ.....	169
<i>Пилявець В. М., Пилявець Є. М.</i>	
ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОПОДАТКУВАННЯ ЕКСПОРТУ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР.....	173
<i>Попович Л. О.</i>	
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ ФІНАНСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ТА ЗАКОРДОНОМ.....	176
<i>Слатвінський М. А.</i>	
ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ.....	179
<i>Станіславчук Н. О.</i>	
ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ФУНКЦІЙ ДЕРЖАВИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	182
<i>Чвертко Л. А.</i>	
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ БРОКЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ.....	184
<i>Яворський М. М., Пилявець І.М.</i>	
ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ.....	188
<i>Ящук Т. А.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	191

СЕКЦІЯ 6. ГАРМОНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ З МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ ОБЛІКУ.....195

Бержанір І. А.

ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ.....195

Дем'янишина О. А.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ОБЛІКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РІЗНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ ФОРМ.....197

Демченко Т. А.

ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ.....200

Сокіл О. Г.

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ПОКАЗНИКІВ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АПК КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....202

Ясишена В. В., Новіцька О. О.

УТОЧНЕННЯ ОБЛІКОВО-ПРАВОВИХ АСПЕКТІВ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ.....205

Ясишена В. В., Покліцька С. А.

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....207

СЕКЦІЯ 7. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....210

Алексеева Е. В.

ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....210

Вовк Л. П.

ДИТЯЧИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ.....212

Вуйченко М. А.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ.....214

Дяченко С. В.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД АКТИВНОЇ ПОЗИЦІЇ ДЕРЖАВИ.....216

Капітанчук Л. В., Слюсаренко А. В.

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА КУРОРТІВ В УКРАЇНІ: ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ ДЕРЖАВИ.....220

Кирилюк І. М.

ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....223

Клодницька В. І.

ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ ТА ЇЇ ЕКОНОМІЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ.....	225
<i>Литвин О. В.</i>	
ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ НА ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ.....	229
<i>Мельник Л. М.</i>	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	231
<i>Пецьков Д. Л.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИЗМІ.....	234
<i>Симончук К. І.</i>	
МОДЕЛЮВАННЯ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ТУРИСТИЧНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ В КРАЇНАХ СВІТУ.....	236
<i>Слатвінська Л. А.</i>	
ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	238
<i>Старовойтова А. М.</i>	
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	242
<i>Столбова А. С., Ковальчук Б. О.</i>	
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ.....	245
СЕКЦІЯ 8. РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	248
<i>Галузинська Н. М.</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КЕЙТЕРИНГУ В УКРАЇНІ.....	248
<i>Ковальова А. В.</i>	
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	250
<i>Коган Н. Ю., Григоренко М. С.</i>	
КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛІВ.....	252
<i>Кравченко Л. В.</i>	
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНИХ ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	255
<i>Поворознюк І. М.</i>	
ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	258
<i>Цимбалюк Ю. А.</i>	
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	260

УПРАВЛІННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОМ

Пачева Н. О., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Існує багато способів ефективного просування бізнесу чи бренду (продукції /послуг) один з найефективніших на сьогоднішній день є збільшення кількості продаж/надання послуг через Інтернет.

Інтернет дає змогу інтенсифікувати процес обслуговування потенційних клієнтів, без зайвих витрат надаючи їм необхідний сервіс двадцять чотири години на добу, сім днів на тиждень і триста шістьдесят п'ять днів на рік. Інтернет не тільки відкриває перед підприємством можливість ефективно організувати зворотний зв'язок зі споживачем і оперативно вивчити поточний попит, але також гнучко змінювати власні маркетингові плани та рекламні проекти відповідно до безперервно змінюваної економічної ситуації. Крім того, саме Інтернет є незамінним інструментом для видобутку свіжої маркетингової інформації, багаторазово перевершуючи в цьому відношенні інші традиційні засоби. Використання Інтернету помітно скорочує накладні витрати по просуванню товарів і послуг зі збереженням необхідної ефективності та забезпечує суттєве зменшення ризику капіталовкладень, роблячи цей ризик керованим [1].

Інтернет-маркетинг (internet marketing) – це сукупність прийомів в Інтернеті, спрямованих на привернення уваги до товару чи послуги, популяризацію цього товару (сайту) в мережі і його ефективного просування з метою продажу [3]. Головним завданням управління Інтернет-маркетингом – одержати найбільший ефект від користувачів сайту.

Основні інструменти Інтернет-маркетингу:

- SEO-оптимізація (просування в пошукових системах);
- e-mail-розсилка;
- реклама в соціальних мережах;
- контекстна реклама;
- банерна реклама;
- арбітраж трафіку [3].

Інтернет-маркетинг досить широкий термін, який охоплює ряд маркетингових тактик та стратегій – включаючи вміст, електронну пошту, пошук, платні медіа тощо [4].

За даними звіту “PageFair”, 615 мільйонів пристроїв, що використовуються сьогодні, користуються блокувальниками реклами. Крім того, використання блокатора реклами збільшилося на 30% лише в 2016 році [4]. На сьогодні користувачів дратують оголошення які з'являються під час

роботи в Інтернеті тому необхідно застосовувати дещо інший спосіб залучення споживача до вивчення свого нового продукту чи послуги. Отож, завданням маркетологів знайти більш м'якший спосіб залучення своєї цільової аудиторії.

В наші дні Інтернет-маркетинг часто використовується взаємозамінно з «контент-маркетингом». До 2019 року маркетинг контенту стане галуззю вартістю 313 мільярдів доларів. 91% підприємств вже переконані у своїй владі і вже прийняли його як важливу маркетингову тактику. Контент маркетингу коштує на 62% менше, ніж традиційний, вихідний маркетинг, але тягне в 3 рази більше потенційних клієнтів. Якщо у вас є блог і ви публікуйте вміст то ймовірно, що отримаєте в середньому на 434% більше індексованих сторінок в Google [4]. Контент-маркетинг за допомогою нехитрих ходів надає лише ту інформацію якої потребує в даний час певна цільова аудиторія.

Основними трендами Інтернет-маркетингу в 2018 році [2] є:

- відео, сприяє запам'ятовуванню бренда та збільшенню рівня доброзичливості серед аудиторій, стимулює покупки, максимально ефективно просуває бренд;

- автентичність (натуральність) тобто відмова від обробки різними фільтрами, фотошопом;

- месенджери є новим ефективним способом комунікації з аудиторією;

- адаптивність на мобільних пристроях, все більше і більше людей користується мобільними пристроями (планшетами, смартфонами).

- цікавий та корисний контент (одне з головних напрямків розвитку Google є визначення вмісту контенту для користувачів);

- електронна пошта маркетинг нового покоління;

- взаємодія та зацікавленість, тобто головне щоб відвідувачі вашого сайту бути зацікавлені у вашому матеріалі.

Управління Інтернет-маркетингом має будуватися на вирішенні таких питань: оцінка навколишнього середовища в якому ви зараз знаходитесь (оцінка власних можливостей та оцінка конкурентів); визначення своєї цільової аудиторії та розуміння чим ви можете її зацікавити; формування чіткого розуміння визначених цілей та результату роботи в Інтернеті (не підмінюйте поняття «кількість продаж/замовлень» з поняттям «кількість лайків»); визначення стратегії просування в Інтернет мережі (SEO, соціальні мережі, банери та інше); оптимізація отриманих результатів (удосконалення будь-якого сегменту Інтернет-маркетингу) та постійне вивчення конкурентів (SimilarWeb, SEMrush, Serpstat).

Основа успішного управління Інтернет-маркетингом – це винайдення способу виділитися з проміж конкурентів, які змагаються за увагу потенційних

клієнтів у вашій сфері; основна помилка – незнання конкурентів, або припинення вивчення їх роботи.

Список використаних джерел

1. Кузнецова Н. Інтернет-маркетинг в Україні: проблеми та перспективи / Н. Кузнецова / Вісник Київського національного університету імені Т. Г. Шевченка. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2012. – № 137. – с. 63-65.
2. Тренды интернет-маркетинга на 2018 год [Електронний ресурс] / Комплексное продвижение. – Режим доступу : <https://www.one-marketing.com.ua/trendy-internet-marketinga-2018-god/>
3. Що таке Інтернет-маркетинг – повний огляд для новачків + основні інструменти і стратегії просування [Електронний ресурс] / Інтернет маркетинг. – Режим доступу : <http://itstatti.in.ua/internet-marketing/51-shcho-take-internet-marketing-povnij-oglyad-dlya-novachkiv-osnovni-instrumenti-i-strategiji-prosuvannya.html>
4. What is Internet Marketing? Your Guide to Today's [Electronic recourse] / Online Marketing SEJ. – Accessed mode : <https://www.searchenginejournal.com/internet-marketing/230047/>

ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО АУДИТУ

Петренко Н. О., к. е. н., доцент

Уманський національний університет садівництва

В умовах динамічного розвитку ринкової економіки багатьом підприємствам важко конкурувати, тому стає за необхідне пошук шляхів оптимізації. Одним із перших кроків на даному етапі є проведення логістичного аудиту. Головна мета логістичного аудиту – проаналізувати ефективність логістичної системи підприємства на рівні структурних підрозділів і в цілому. Аудит дозволяє виявити проблемні зони і можливості підвищення продуктивності, зменшити собівартість та дати оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства.

Однією з відмінностей обліку в логістиці від фінансового та бухгалтерського обліку є оцінка діяльності системи в динаміці, так як матеріальний потік, що проходить через підприємство, вимірюється відношенням кількості товару до одиниці часу. Отже, використання традиційних фінансових показників (як правило, усереднених), що відображають стан системи в конкретний момент часу для оцінки стану логістичних систем необ'єктивне. Тому за цих умов значної актуальності набуває розробка теоретичних та прикладних аспектів логістичного аудиту.

За період становлення та розвитку аудиту в Україні багато авторів у своїх працях висвітлюють його суть та особливості застосування у вітчизняних умовах. Зокрема, серед зарубіжних вчених питаннями аудиту займаються такі