



OpenSciLab.org

Наукова платформа
Open Science Laboratory

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ І ПРАКТИКИ

Учасники конференції

Didenko Inna
Jasnikowski Adam
Koroshenko Valeria
Rosokhata Anna
Sheianova E.D.
Глушко А.Д.
Гончаренко А.В.
Грущенко В.І.
Злотнік М.Л.
Козуб А.В.
Мартин А.Г.
Мережко С.П.
Мисько В.В.
Мінкович В.Т.
Назаренко В.А.
Нестеренко С.С.
Сарбаш Л.Д.
Соколенко О.О.
Сініцина Н.П.
Тризно С.О.
Чермянін А.В.
Чернець В.С.
Шпанель-Юхта О.І.



Матеріали
III Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції
(м. Київ, 18 червня 2021 р.)

КИЇВ 2021

Наукова платформа



Open Science Laboratory

**СУЧАСНІ ВИКЛИКИ
ТА АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ І ПРАКТИКИ**

Матеріали

**III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
(м. Київ, 18 червня 2021 року)**

Самостійне електронне текстове
наукове періодичне видання комбінованого використання

КИЇВ 2021

УДК 33
ББК 65
С-916

Сучасні виклики та аспекти інноваційного розвитку економічної науки і практики [зб. наук. пр.]: матеріали III міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Київ, 18 червня 2021 р.). Київ, 2021. 95 с.

Збірник містить матеріали (тези доповідей) III міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Сучасні виклики та аспекти інноваційного розвитку економічної науки і практики», у яких всебічно висвітлено проблеми сучасної економічної науки і практики.

Видання призначене для науковців, науково-педагогічних працівників, докторантів, аспірантів, студентів та практикуючих спеціалістів в області економіки.

III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція
«Сучасні виклики та аспекти інноваційного розвитку
економічної науки і практики»
(м. Київ, 18 червня 2021 р.)

Адреса оргкомітету та редакційної колегії:
м. Київ, Україна
E-mail: conference@openscilab.org
www.openscilab.org

Наукові праці наведені в алфавітному порядку та згруповані за напрямками роботи конференції.

Для зручності, беручи до уваги, що видання є електронним, нумерація та загальна кількість сторінок наведені з врахуванням обкладинки.

Збірник на постійній сторінці конференції: <https://openscilab.org/ru/?p=4778>

*Матеріали (тези доповідей) друкуються в авторській редакції.
Відповідальність за якість та зміст публікацій несе автор.*



ЗМІСТ

* зміст інтерактивний
(натиснення на назву призводить до переходу на відповідну сторінку)

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Козуб А.В., Мінкович В.Т., Мисько В.В. ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНИ.....	6
Мисько В.В., Мінкович В.Т., Козуб А.В. РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ КРИПТОВАЛЮТ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	13
Сініцина Н.П. АНАЛІЗ ВИТРАТ БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ НА СОЦІАЛЬНУ СФЕРУ.....	17
Шпанель-Юхта О.І. ФІНАНСОВА ГЛИБИНА ЯК ІНДИКАТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	23
Назаренко В.А., Мартин А.Г. ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ І ЛІСОВИХ РЕСУРСІВ У ПЕРЕДМІСТЯХ ВЕЛИКИХ МІСТ УКРАЇНИ: ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ УРБАНІЗАЦІЇ	28

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Rosokhata Anna, Jasnikowski Adam, Didenko Inna, Koroshenko Valeria CHANGING BEHAVIORAL ATTRACTORS FOR DIGITAL TECHNOLOGIES OF TERRITORIES MARKETING.....	32
Нестеренко С.С. ПОКАЗНИКИ КАПІТАЛІЗАЦІЇ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ	36

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Злотнік М.Л. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ ТА ВИБОРУ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	40
Соколенко О.О. ДОСЛІДЖЕННЯ БУДІВЕЛЬНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ.....	44

Чернець В.С.

МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОЇ ГАЛУЗІ 48

Sheianova E.D.

CURRENT STATE AND PROSPECTS OF ECONOMIC DEVELOPMENT 54

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Глушко А.Д., Тризно С.О.

ОЛІГАРХІЯ В УКРАЇНІ: ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ
ТА НАСЛІДКИ 56

Сарбаш Л.Д., Мережко С.П.

ОЦІНКА РІВНЯ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ В УКРАЇНІ 59

Тризно С.О.

ФОРМИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН 70

Тризно С.О., Глушко А.Д.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ: СУТНІСТЬ, ФОРМИ ТА
МЕЖІ 72

Тризно С.О., Глушко А.Д.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ
ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА НА РОЗВИТОК СКЛАДНИХ
ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ 75

МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ

Гончаренко А.В.

СПЕЦИФІКА ПРОВЕДЕННЯ РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ
ТУРИСТИЧНИМИ АГЕНЦІЯМИ УКРАЇНИ 78

Грущенко В.І.

АКТУАЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ
В ПРОЦЕС ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ 87

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Чермянін А.В.

ПЕРСПЕКТИВИ SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ 90

*ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ*

**CHANGING BEHAVIORAL ATTRACTORS FOR DIGITAL
TECHNOLOGIES OF TERRITORIES MARKETING**

Rosokhata Anna

PhD, Senior lecturer at Department of Marketing, Sumy State University

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6944-1515>

Jasnikowski Adam

PhD student, Sumy State University

Director, Fundacja EUROWEEK, Poland

Didenko Inna

Student of Sumy State University

Koroshenko Valeria

Student of Sumy State University

In today's world, digital technology has flooded all areas of our lives. Progress in all areas of science and industry is happening at an incredible rate, so there is a need to track new technologies and implement them as soon as possible.

Digital marketing is a model of 21st-century marketing, marketing of mass individualization, marketing using digital channels. It is an evolution of Internet marketing and allows you to interact with target market segments not only online but also offline.

The digital industry is constantly evolving and new types of interaction with the audience are emerging. Interaction with the audience is a key point in this direction. Now consumers shape the product the way they want to see it, now they have the opportunity to directly contact companies, express their views and to be heard. In turn, companies with even small budgets can provide information about their own products to potential consumers, but do not forget that one negative response can be critical affect sales. That is why digital marketing is now developing so rapidly in all its manifestations. Especially this noticeable on the example of the tourist market. In the field of tourism, digital marketing solves the following tasks: support image of the enterprise; support in launching a new service or tourist product on the market; increase recognizability; sales promotion. [1]

Territorial marketing traditionally uses only a certain list of promotion tools, but with the development of digital technologies, there are opportunities to modernize them or create new ones [2].

Innovative means of promotion include the following tools: QR-codes, virtual 3D tours and theater tours of the city.

QR codes became very popular when they appeared, as they practically build a bridge between the Internet and offline. Someone walks down the street and sees a call-to-action code, whether it's a discount, some directions, or other details. They scan it with a smartphone and enjoy the information. The use of QR-codes occurs during the design of descriptions of historical and cultural sites, works of art and even near natural monuments. Today, matrix codes, the information in which can replace the guide's story, are already used on the streets of Ukraine in Sumy, Lviv, Kyiv and many museums. Instead of using their favorite search engines and viewing one result after another, people simply scan the code with a smartphone and get relevant information immediately [3].

Virtual 3D tours help everyone who has access to the Internet to visit different parts of the world. The most popular service is Google Maps, the site contains free tours of cities and museums around the world. By viewing 3D panoramas, a potential

tourist gets the opportunity to check the accuracy of the description of the tourist object. Virtual reality creates a sense of presence in the destination, away from the location of the consumer, and also provides opportunities for interactivity. Using VR, tourists can take a walk in the most unusual places on earth, which is similar to "teleportation", which allows you to interact more deeply than ever with a tourist destination. In addition, virtual tours are more informative than brochures, which causes more emotions in the participants and contributes to the acquisition of the tour [4].

Theater tours are the least common of the listed marketing tools. At the starting point of the show you get a set of headphones designed specifically for immersive shows. 3D surround sound technology provides the effect of full presence when traveling around the city. "Listening to the city" is the only project that implements this type of tour, it works in Sevastopol, Perm, Petrozavodsk and other cities in Russia.

Particular attention should be paid to social networks. Social networking is currently the fastest growing sector in digital marketing. Most people now have at least 1 page on social networks and are regular users. Both for the promotion of a personal brand and for the formation and promotion of a brand in a certain territory, maintaining pages on social networks is an integral part of the marketing strategy. Such pages usually cover news, announcements of events or some important messages, because most of the subscribers of such pages are citizens.

Digital technologies are an effective means of promoting the territory, the use of which will allow you to stand out among competitors. Digital marketing allows to join new technologies, opens new forms of work with people, provides an opportunity of constant interaction with the business partners, and also access to various information sources that as a whole influences development of the territory.

The research was performed within the budget research: "Simulation modeling of influence's trajectory of behavioral attractors on macroeconomic stability: the role of transparency and public trust" (№ 0121U100469), 2021-2023.

References

1. Hofacker C.F. Digital Marketing: communicating, selling and connecting. Massachusetts : Edward Elgar Publishing, Inc, – 2018. – 224 с.
2. Rosokhata A., Letunovska N., Jasniewski A., Moiseienko D. (2020) Marketing services mix for healthy territories: Europe – Ukraine features. *Economic space*, 147(2), 13-19.
3. Simon Kemp. Digital 2020: Global Digital Overview. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
4. Rosokhata, A., Letunovska, N., Jasniewski, A. (2020). Current issues of a healthy economy in the region: marketing aspects. *Economic and social-focused issues of modern world. Conference Proceedings of the 3rd International Scientific Conference. November 17 – 18, 2020. Bratislava. The School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava*, 41-43.

Самостійне електронне текстове
наукове періодичне видання комбінованого використання

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ І ПРАКТИКИ

Матеріали
III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
(м. Київ, 18 червня 2021 року)

III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція
«Сучасні виклики та аспекти інноваційного розвитку
економічної науки і практики»
(м. Київ, 18 червня 2021 р.)

Адреса оргкомітету та редакційної колегії:
м. Київ, Україна
E-mail: conference@openscilab.org
www.openscilab.org