

Зміст

ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Верстяк Андрій

СТРАТЕГІЯ ВІДНОВЛЕННЯ СТАЛОГО ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ НА ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСАДАХ 10

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.01>

Вдовічена Ольга, Вдовічен Данило

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК АКТУАЛЬНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ 25

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.02>

МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ

Королук Юрій, Чичун Валентина

МЕНЕДЖМЕНТ КІБЕРБЕЗПЕКИ В СИСТЕМІ ЛОЯЛЬНОСТІ ПОКУПЦІВ 39

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.03>

Вардеванян Вардан

РИНОК РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ: КРИЗОВІ ТА ПОСТКРИЗОВІ ПЕРІОДИ 53

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.04>

Гордіца Тетяна

АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ 64

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.05>

РЕГІОНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ

Буднікевич Ірина, Гавриш Ірина

КРИТЕРІЇ ЕКСПЕРТНОГО ВИМІРУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ У ПОСТВОЄННІЙ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД 79

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.06>

Кифяк Василь, Кифяк Олександр

РЕГІОНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ ЦИКЛ

96

ТА ІНСТРУМЕНТИ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.07>

Романюк Надія

КОНЦЕПТ ТРАНСФОРМАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ОСВІТНЬОЇ МЕРЕЖІ
ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОДІЇ 106

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.08>

**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВАМИ Й ОРГАНІЗАЦІЯМИ**

Гут Любов, Гнатишина Наталя

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ОПЕРАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 123

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.09>

Маначинська Юлія, Андрійчук Валентин

ОБЛІК БЮДЖЕТНИХ АСИГНУВАНЬ В ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДО-
РОВ'Я: ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ ТА ЦИФРОВИЙ АСПЕКТИ 137

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.10>

Мустеца Ірина, Мільман Леонід, Семенюк Віталій

ОРГАНІЗАЦІЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 162

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.11>

Чаплінський Юрій, Свекла Денис

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ГРОМАДСЬКОЇ
ОРГАНІЗАЦІЇ: ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ ТА МЕХАНІЗМИ 176

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.12>

ФІНАНСИ

Канева Тетяна, Галабурда Анна

ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ 190

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.13>

Тимоць Мирослава, Івашків Тарас 201
ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСІВ В УКРАЇНІ
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.14>

Малярчук Олексій 212
ІНСТРУМЕНТИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ
ВІДБУДОВИ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.15>

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ І ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС

Гищук Роман 223
ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ГОТЕЛІВ ТУРИСТИЧНОГО
КУРОРТУ МИГОВЕ ЯК БАЗОВИХ ЧИННИКІВ ПОВЕДІНКИ
СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.16>

Крупенна Інга 238
МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ НІШОВИХ ТУРОПЕРАТОРІВ В
УМОВАХ КРИЗОВОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.17>

Незвещук-Когут Тетяна 255
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.18>

Брикова Тетяна 270
ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ ІГОР ДЛЯ ФОРМУВАННЯ
РЕКОМЕНДАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.19>

Contents

INNOVATIONS IN MANAGEMENT NATIONAL ECONOMY

Verstiak Andrii

STRATEGY FOR RESTORING SUSTAINABLE ECOLOGICAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINIAN TERRITORIES ON AN INNOVATIVE BASIS 10

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.01>

Vdovichena Olha, Vdovichen Danylo

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A TOPICAL AREA OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN UKRAINE 25

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.02>

MANAGEMENT, MARKETING

Koroliuk Yurii, Chychun Valentyna

CYBER SECURITY MANAGEMENT IN THE BUYER LOYALTY SYSTEM 39

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.03>

Vardevanian Vardan

THE ADVERTISING MARKET IN UKRAINE: CRISIS AND POST-CRISIS PERIODS 53

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.04>

Gorditsa Tetiana

ASPECTS OF ENTERPRISE DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF APPLYING THE ECO-MARKETING 64

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.05>

REGIONAL MARKETING

Budnikevych Iryna, Havrysh Iryna

CRITERIA FOR EXPERT MEASUREMENT OF INVESTMENT AND INNOVATION ATTRACTIVENESS OF REGIONS IN CONTINUOUS TRANSFORMATION OF UKRAINE: MARKETING APPROACH 79

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.06>

Kyfyak Vasyl, Kyfyak Oleksandr 96
REGIONAL MARKETING CYCLE AND TERRITORIAL MARKETING TOOLS
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.07>

Romaniuk Nadiia 106
CONCEPT OF TRANSFORMATION OF THE REGIONAL EDUCATIONAL
NETWORK OF THE CHERNIVTSI REGION ON THE BASIS OF
INTERACTION MARKETING
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.08>

*ECONOMICS AND MANAGEMENT
OF ENTERPRISES AND ORGANIZATIONS*

Gut Liubov, Hnatyshyna Nataliia 123
INFORMATION PROVIDING OF ANALYSIS OF OPERATIONAL
ACTIVITIES OF RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.09>

Manachynska Yulia, Andriychuk Valentyn 137
ACCOUNTING OF BUDGET ALLOCATIONS IN HEALTHCARE
INSTITUTIONS: ORGANIZATIONAL, MANAGERIAL
AND DIGITAL ASPECTS
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.10>

Mustetsa Iryna, Milman Leonid, Semeniuk Vitalii 162
ORGANIZATION OF LABOR REMUNERATION UNDER MARTIAL LAW
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.11>

Chaplinskyi Yurii, Svekla Denis 176
STRATEGIC MANAGEMENT OF PUBLIC ORGANIZATION
ACTIVITIES: MAIN ELEMENTS AND MECHANISMS
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.12>

FINANCES

Kaneva Tetiana, Halaburda Anna 190
FINANCIAL POLICY OF UKRAINE IN MODERN CONDITIONS
DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.13>

Tymots Myroslava, Ivashkiv Taras
ASSESSMENT OF THE CURRENT STATE OF THE STATE FINANCES IN UKRAINE 201

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.14>

Maliarchuk Oleksii
METHODS OF FINANCIAL SUPPORT FOR INNOVATIVE RECONSTRUCTION OF THE COUNTRY'S ECONOMY 212

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.15>

HOTEL-RESTAURANT & TOURIST BUSINESS

Hyshchuk Roman
ASSESSMENT OF THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE HOTELS OF THE MYGOVE TOURIST RESORT AS BASIC FACTORS IN THE BEHAVIOR OF CONSUMERS OF HOSPITALITY SERVICES 223

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.16>

Krupenna Inga
MARKETING ACTIVITY OF NICHE TOUR OPERATORS IN THE CRISIS CONDITION OF THE TOURIST MARKET 238

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.17>

Nezveschuk-Kogut Tetiana
FEATURES OF THE FORMATION OF THE SYSTEM OF STRATEGIC MANAGEMENT OF ENTERPRISES IN THE HOSPITALITY INDUSTRY IN MODERN CONDITIONS 255

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.18>

Brykova Tetiana
USING GAME THEORY TO FORM A RECOMMENDATION MECHANISM FOR RESTAURANT SERVICES 270

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.19>