

Зміст

О. Прокопенко, В. Андрєєва, А. Бугорський, Є. Хоменко, В. Казаков

Роль державного регулювання в розвитку ІТ-сектору України:
стратегії оптимізації та політичні рекомендації 9

А. Павловська, О. Фінагіна, О. Білик

Технології фінансового менеджменту:
антикризова політика та фіскальне адміністрування ділового середовища
в умовах глобальних та регіональних викликів 23

Л. Ковальська

Маркетингова стратегія підвищення привабливості туристичних дестинацій 36

М. Білуха, М. Мнухіна

Оптимізація дистрибуції інноваційної продукції в агропромисловому бізнесі 44

О. Захарова, І. Стрекалов

Історичні уроки антикризового управління:
персоналістичний вимір, оптимізація витрат та інновації 58

О. Пригодюк

Самоменеджмент в системі розвитку ІТ-підприємств України:
якість прийняття рішень та іміджу 70

А. Клипач

Маркетинговий механізм соціально-економічного розвитку регіону 83

Д. Баранюк

Концепція SMART в маркетингу туристичних дестинацій:
суть, механізми та інструменти 92

І. Крупенна, Я. Крупенний

Оновлення маркетингової складової стратегічного розвитку
закладів індустрії гостинності 101

М. Руденко, С. Колодій, І. Деревінська

Формування мікроекономічної моделі поведінки споживачів
в умовах поглиблення процесів цифровізації 112

Т. Архипенко, М. Іванова

Оцінка економічної безпеки підприємства як підґрунтя прийняття ефективних
управлінських рішень на засадах сталого розвитку 124

Л. Васильченко, С. Пепчук, І. Ганжала

Цифрові маркетингові інструменти у просуванні туристичних дестинацій 134

Contents

O. Prokopenko, V. Andrieieva, A. Buhorskyi, Ye. Khomenko, V. Kazakov The role of state regulation in the development of Ukraine's IT sector: optimisation strategies and policy recommendations.....	9
A. Pavlovska, O. Finagina, O. Bilyk Financial management technologies: anti-crisis policy and fiscal administration of business environment in the conditions of global and regional challenges	23
L. Kovalska Marketing strategy for increasing the attractiveness of tourist destinations.....	36
M. Bilukha, M. Mnukhina Optimisation of innovative product distribution in agro-industrial business.....	44
O. Zakharova, I. Strekalov Historical lessons of crisis management: personalistic dimension, cost optimisation and innovation.....	58
O. Prygodiuk Self-management in the development system of Ukrainian IT enterprises: quality of decision-making and image	70
A. Klypach Marketing mechanism of regional socio-economic development.....	83
D. Baraniuk The concept of SMART in tourism destination marketing: essence, mechanisms, and tools.....	92
I. Krupenna, Ya. Krupennyi Updating the marketing component of the strategic development of hospitality industry establishments	101
M. Rudenko, S. Kolodii, I. Derevinska Formation of a microeconomic model of consumer behaviour in the context of deepening digitalisation processes	112
T. Arkhyenko, M. Ivanova Assessment of economic security of the enterprise as a basis for making effective management decisions on the basis of sustainable development.....	124
L. Vasylchenko, S. Pepchuk, I. Hanzhala Digital marketing tools in the promotion of tourist destinations.....	134