

**СУЧАСНІ РЕАЛІЇ
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО
РОЗВИТКУ
РЕГІОНІВ,
ГАЛУЗЕЙ,
ПІДПРИЄМСТВ,
БІЗНЕСУ**

МОНОГРАФІЯ

Дніпро
Пороги
2020

УДК 336.012.23
С 89

*Рекомендовано вченою радою
Національної металургійної академії України
(протокол № 5 від 01.10.2020 р.)*

Рецензенти:

Бондарчук М.К. - д-р. екон. наук, проф., Національний університет
«Львівська політехніка»

Маслак О.І. д-р. екон. наук, проф., Кременчуцький національний
університет імені Михайла Остроградського

Чириченко Ю.В. – д-р. екон. наук, проф., Університет митної справи та
фінансів

Головні редактори

Савчук Л.М. – к.е.н., професор,

Бандоріна Л.М. - к.е.н., доцент

Національна металургійна академія України

Колектив авторів

С 89 Сучасні реалії фінансово-економічного розвитку регіонів, галузей, підприємств, бізнесу: монографія. Том 1 /за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. – Дніпро: Пороги, 2020. – 504с.

ISBN 978-617-518-390-8

ISBN 978-617-518-391-5

Монографія виконана в межах тем дослідження «Методологія управління підприємствами різних організаційно-правових форм та форм власності» державний реєстраційний номер 0107U001146 та «Методологія соціально-економічного, інформаційного та науково-технічного розвитку регіонів, галузей виробництва, підприємств та їх об'єднань» державний реєстраційний номер 0116U006782 і розрахована на широке коло вітчизняних фахівців, науковців. Представлено результати досліджень щодо сучасного стану та тенденцій фінансово-економічного розвитку регіонів, галузей, підприємств, бізнесу.

Матеріали монографії подано в авторській редакції.

*При повному або частковому відтворенні матеріалів даної монографії
посилання на видання обов'язкове.*

*Представлені у виданні наукові доробки та висловлені думки
належать авторам.*

ISBN 978-617-518-390-8

ISBN 978-617-518-391-5

© Колектив авторів, 2020

ПЕРЕДМОВА

За багаторічною традицією факультету комп'ютерних систем, енергетики та автоматизації Національної металургійної академії України двічі на рік підсумки науково-дослідної роботи оприлюднюються в монографіях, електронні версії яких розміщено на сайті факультету(<https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2031/p1820>).

Логічним та актуальним продовженням проведених раніше досліджень виступає розгляд питань, присвячених висвітленню сучасних реалій і тенцій фінансово-економічного розвитку регіонів, галузей, вітчизняних підприємств й бізнесу.

Науковцями, що приймали участь у написанні даного монографічного дослідження, охоплено доволі широке коло проблемних питань, висвітлених в параграфах восьми розділів, в яких оприлюднено результати досліджень щодо державного регулювання розвитку економічної та фінансової сфери, антикризового управління на підприємствах, конкурентоспроможності підприємств, моделювання прийняття рішень в економіці, фінансування регіонів та підприємств, розвитку банківської сфери, впливу інформатизації на фінансово-економічний розвиток підприємств, реалій розвитку туристичної галузі, розвитку маркетингу.

Повною мірою усвідомлюючи, що далеко не всі аспекти досліджуваної теми отримали в монографії всебічне відображення, а деякі положення й висновки можуть бути предметом наукової дискусії, маємо сподівання, що теоретичні узагальнення, методичні напрацювання, висновки та рекомендації, наведені в матеріалах даної монографії, стануть в нагоді широкому колу науковців та зацікавлених осіб.

Глибоко шануючи результати наукових досліджень, редакційна колегія визначила місце кожного з наданих матеріалів у монографії, їх взаємодію, зберігаючи авторський стиль викладення матеріалів.

Монографія виконана в межах теми «Методологія управління підприємствами різних організаційно-правових форм та форм власності» державний реєстраційний номер 0107U001146 та теми «Методологія соціально-економічного, інформаційного та науково-технічного розвитку регіонів, галузей виробництва, підприємств та їх об'єднань» державний реєстраційний номер 0116U006782» і спрямована на обмін результатами наукових досліджень за проблематикою монографії.

СНАРТЕР Сборник тезисов докладов. Под ред. д.ф.-м.н. В.Н. Киселя. – М.: ИТПЭ РАН. 2014. С. 43

6. Строганова Е. П. Развитие принципа достоверности подтверждения соответствия. // Технологии информационного общества. Спецвыпуск Т-Comm, август 2009. С. 138-140.
7. Радиоэлектронные системы: основы построения и теория. Справочник / под ред. Я. Д. Ширмана. М.: Радиотехника, 2007. 512 с.

© Стелюк Б.Б., Каткова Т.І., Ульяновська Ю.В., 2020

6.3. Трансформація поведінки економічних суб'єктів споживчого ринку в умовах цифровізації

Цифрові технології, як складова технологічної сфери суспільства, є провідним драйвером створення нової технологічної, економічної та соціальної реальності. Перші кроки на цьому шляху, згідно досліджень Центру Разумкова [1], вже зроблені. Проте виклики, які стоять перед новітнім індустріальним суспільством, важко переоцінити. Йдеться про зміну глобального соціально-технологічного укладу, наслідком якого є повне переформатування звичних нам систем, формування нових соціальних та економічних стратегій. Одночасно змінюється технологічна парадигма, змінюються моделі управління і суспільні норми, відбуваються масштабні демографічні зрушення, формуються нові споживацькі патерни, зміна яких моделює поведінку економічних суб'єктів на споживчому ринку. Тому дослідження проблематики трансформації поведінки економічних суб'єктів споживчого ринку в умовах цифровізації є вкрай актуальним.

Цифрова аджента України проголошує ключовим фактором зростання економіки держави цифровізацію (з англ. digitalization) та інтерпретує її як процес:

– впровадження цифрових технологій в усі сфери життя: від взаємодії між людьми до промислових виробництв, від предметів побуту до дитячих іграшок, одягу тощо;

– переходу біологічних та фізичних систем у кібербіологічні та кіберфізичні (об'єднання фізичних та обчислювальних компонентів);

– переходу діяльності з реального світу у світ віртуальний (онлайн) [2].

Цифровізація супроводжується трансформацією всіх господарських бізнес-процесів: від роботизації виробництва благ (товарів і послуг) масового споживання до нових виробництв зі створення благ з індивідуальними характеристиками для кожного споживача. Згідно з оцінками експертів і аналітиків в області цифрової трансформації економіки, вже в найближчому десятилітті більше половини товарів і послуг на споживчому і інвестиційному ринках будуть абсолютно або відносно «новими розумними» («розумне місто», «розумний будинок», «розумна залізниця», «розумна машина», «розумний одяг» тощо).

На сьогодні цифрову економіку в світі оцінюють у три трильйони доларів. Вона хоча ще набула глобального масштабу, однак 9 компаній спираючись на цю економіку виробляють 90% свого доходу та прибутку – Apple, Google, Facebook а також Amazon (відома як «чотири вершники»), Microsoft і чотири китайських цифрових гіганти (Baidu, Alibaba, JD.com and Tencent). Всі інші (наприклад, Yahoo, Twitter, eBay, Snapchat, Pinterest, Uber або інші) ледь перевищують 10% цієї економіки [3]. Як бачимо, компанії з найбільшою капіталізацією у світі уже давно перейшли на цифрову економіку, що спричинило значне підвищення ефективності їхньої роботи.

Цифровізація економіки України є природним продовженням міжнародної тенденції поширення цифрових технологій і різкого збільшення їх впливу на всі сторони життя суспільства. За показниками рейтингу глобальної конкурентоспроможності в частині використання інформаційно-комунікаційних технологій Україна явно відстає від найбільших країн-лідерів в сфері інформатизації економічних процесів. Та попри це динаміка складових рейтингу (рис. 1) свідчить, що в цілому український інформаційно комунікаційний сектор має досить значний потенціал, щоб зарекомендувати себе як вагому частку інформаційного суспільства світу.

Згідно дослідження готовності нашої держави до запровадження та використання цифрових технологій й головних детермінант розвитку цифрової економіки в Україні [2] *рівень цифровізації національної економіки істотно різниться, залежно від конкретної галузі. У таких сферах, як фінансові послуги, надання послуг зв'язку, логістика українські компанії використовують досягнення*

інформаційних технологій так само широко, як і закордонні конкуренти.



Рис.1. Динаміка рейтингу конкурентоспроможності України за критеріями використання інформаційно-комунікаційних у 2016-2020 роках

Джерело: розроблено на підставі даних WEF [5]

Разом з тим, у низці галузей (в гірничодобувній промисловості, наприклад) інтенсивність використання цифрових технологій (і так само все, що з ними пов'язано, – автоматизація, роботизація тощо) є вкрай низькою, що істотно стримує зростання їх продуктивності.

Перепонами на шляху цифрової інформації української економіки є низка внутрішніх та зовнішніх факторів.

Основними зовнішніми факторами, на думку експертів Центру Разумкова [1, с. 127], є:

- дефіцит цифрових рішень, що враховують специфіку бізнесу компанії;
- нерозвинутість інформаційної інфраструктури;
- відсутність стандартів із застосування цифрових технологій;
- нерозвинутість інфраструктури цифрової довіри;
- проблеми міжвідомчої взаємодії;
- недостатність правового регулювання відносин, що формуються у цифрову економіку;
- ідентифікація визначення правового статусу стейкхолдерів;

- відсутність спеціальних заходів державної підтримки використання цифрових технологій компаніями;
- безпека і конфіденційність даних, захист від кіберзлочинності;
- наявність неструктурованих, суперечливих даних.

Внутрішніми факторами експерти вважають ресурсні обмеження (відсутність власних коштів, відсутність інвестиційних ресурсів, висока вартість проєктів із застосування цифрових технологій, високі витрати на експлуатацію систем, що використовують цифрові технології, низький інноваційний потенціал організації, недолік можливостей для кооперування з іншими підприємствами та науковими організаціями) та людський чинник (дефіцит фахівців, які відповідають вимогам цифрової епохи, дефіцит кваліфікації у персоналу, який впроваджує та обслуговує цифрові технології, технологічна некомпетентність користувачів, різний рівень цифрових знань між різними поколіннями, небажання співробітників змінювати звичні форми роботи, низька цифрова культура) Крім того вважаємо, що на охоплення та швидкість цифровізації впливають гармонізація ринків, значні інвестиції в оновлення інфраструктури бізнесу, а також інновації, які відкривають унікальні можливості для розвитку національної економіки та підвищення якості життя громадян.

Незважаючи на наявні труднощі й проблеми цифровізація бізнесу є неминучим процесом, що змінює традиційні моделі бізнесу й виробничі ланцюжки та обумовлює появу нових продуктів та інновацій. Вона виводить на новий рівень сферу виробництва, примушуючи підприємства ставити цифрову трансформацію основною задачею стратегії розвитку. Цифрова трансформація підприємства – це впровадження сучасних технологій в його бізнес-процеси. Цей підхід має на увазі не лише установку сучасного устаткування або програмного забезпечення, але і фундаментальні зміни в підходах до управління, корпоративної культури, зовнішніх комунікаціях. В результаті підвищуються продуктивність кожного співробітника і рівень задоволеності клієнтів, а компанія отримує репутацію прогресивної і сучасної [4, с. 288].

Отже, цифровізація створює нові можливості для функціонування підприємницьких структур в онлайн просторі, збільшуючи їх конкурентний та інноваційні потенціали за рахунок підвищення продуктивності через швидке масштабування й цифрову трансформацію їх діяльності, що призводить в цілому до зміни економічної поведінки суб'єктів на споживчому ринку.

Враховуючи викладене та спираючись на результати контент-аналізу теоретичних засад економічної поведінки підприємства, результати якого представлені у табл. 1, пропонуємо визначати поведінку економічних суб'єктів як сформовану під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів модель ринкової взаємодії зі стейкхолдерами, що орієнтована на використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та забезпечує досягнення цільових параметрів розвитку.

Згідно попередніх досліджень [6-10] конфігураторами поведінки економічних суб'єктів споживчого ринку в умовах цифрової трансформації економіки є:

- клієнтський сервіс (Customer Centricity) – для розуміння споживача слід впроваджувати інструменти омніканальності, аналітики, варіативної, скоринга, адаптивності і прогнозування. Це дозволяє адекватно реагувати на зміни ринку. Клієнт сьогодні там, де йому вчасно, зручно, комфортно і швидко нададуть продукт або послугу;

- впровадження інновацій (R&D) – перехід до моделі постійного експериментування. Якщо раніше продуктом був результат великого попереднього маркетингового дослідження і експертного формулювання, то сьогодні можливості цифрових технологій і швидкість змін на ринках примушують бізнес постійно випробувати і тестувати свої рішення;

- цінність (Value) – змінюється спосіб споживання послуг, починаючи від банкінгу і ритейла, закінчуючи інтернетом речей. Клієнтові стає принципово важливо купувати продукти і послуги повноцінно і дистанційно, отримувати оперативну підтримку цілодобово і без відвідування офісів;

- партнерство і колаборації (Partner Centricity) – створення і розвиток платформи для взаємодії з партнерами. Цифрове партнерство стає одним з важливих чинників масштабування, що дозволяє підприємствам незалежно від географії присутності вести бізнес в будь-якій точці планети;

- робота з даними (Data Governance) – визначення і побудова системи управління ціннісними пропозиціями. На основі даних моделюється клієнтська поведінка, прогнозується попит, формуються переваги і навіть адаптуються продукти і послуги;

Таблиця 1

Інтерпретація сутності категорії «економічна поведінка» в контексті діяльності підприємницьких структур

№ з/п	Автор	Економічна поведінка – це:
1	2	3
1.	Азриліян А. [11, с. 638]	образ, спосіб, характер економічних дій громадян, робітників, керівників, виробничих колективів в тих чи інших умовах економічної діяльності, життя
2.	Бандоріна Л.М., Удачина К.О., Лозовська Л.І. [12]	ряд цілеспрямованих дій суб'єкта господарювання, орієнтованих у своїй сукупності на реалізацію певної моделі господарської активності
3.	Шульц Т., [13, с. 104].	універсальна домінанта людської поведінки в будь-яких формах, де є ситуація вибору між обмеженими ресурсами
4.	Войтко В. [14, с. 6]	характер дії людей та їх угруповань, що здійснюються під впливом певних факторів в тих чи інших умовах діяльності
5.	Гуревичов М. [15]	поведінка індивідів, соціальних груп та інститутів, обумовлена об'єктивними процесами, економічними інтересами та економічним мисленням, цілеспрямована діяльність щодо задоволення матеріальних потреб
6.	Зянько В.В. [16, с. 15]	процес розробки, прийняття та реалізації рішення про те, як йому діяти в ринковому середовищі: як застосувати ресурси, що знаходяться у його розпорядженні, з найбільшою для себе вигодою, найраціональніше організувати господарську діяльність, основним мотивом якої є одержання матеріальної корисності (вигоди), яка вимірюється конкретним економічним показником
7.	Капленко Г., [17, с. 5]	стратегічно визначений напрям взаємопов'язаних, цілеспрямованих тактичних дій, методів, способів і реакцій на непередбачуваний розвиток подій і зростаючу конкуренцію з метою забезпечення реалізації конкретно визначених цілей і місії підприємства в обраній сфері діяльності
8.	Карачина Н.П. [18, с. 56]	комбінація закономірних дій, яка відтворює сутність та характер економічної діяльності, що обумовлена впливом об'єктивних і суб'єктивних факторів, для реалізації пріоритетних цілей підприємства та груп економічних агентів в умовах вибору та адаптації до змін

Продовження таблиці 1

1	2	3
9.	Крайнік О.М., [19, с. 29]	поведінка, що характеризується метою суб'єкта господарювання, наявністю економічних альтернатив, системи прийняття рішень, що базується на спектрі доступних інструментів, методів прийняття рішень та мотиваційно-вольової компоненти, що повинна переважати над емоціями, почуттями та переживаннями в процесі прийняття рішень
10.	Кудінова А.В. [20, с. 109]	сукупність дій та вчинків суб'єктів господарювання, що пов'язана з їх новаторською економічною діяльністю та обумовлена об'єктивними суспільними законами, економічними інтересами та світоглядом і реалізується через ведення власної справи заради задоволення індивідуальних та суспільних матеріальних і духовних потреб
11.	Мочерний С.В. [21, с. 109]	обумовлена об'єктивними процесами, економічними інтересами та економічним мисленням, цілеспрямована діяльність щодо задоволення матеріальних потреб
12.	Петінова О.Б. [22, с. 64]	поведінка, пов'язана з відбором цілерациональних, прагматичних або соціально спрямованих економічних альтернатив із метою розв'язання господарських проблем на всіх етапах господарського циклу – виробництва, розподілу, обміну та споживання
13.	Раца О.Б. [23]	сукупність наборів ринкових ситуацій (умов), при яких застосовуються конкретні альтернативні дії та рішення залежно від зміни споживчих настроїв та уподобань
14.	Соколова Г. [24, с. 58]	поведінка, пов'язана з вибором економічних альтернатив з метою раціонального вибору, в якому мінімізуються витрати і максимізується чистий дохід
15.	Социология: энциклопедия [25]	поведінка, пов'язана з вивченням і розглядом економічних альтернатив з метою раціонального вибору
16.	Суименко Е.И. [26, с. 64-66]	регламентовані певними цінностями і нормами, інституціонально впорядковані дії особистості або групи з приводу прагматичних (утилітарних) за значенням відносин взаємної винагороди, взаємних орієнтацій і очікувань, взаємодопомоги або змагання
17.	Шибасева Н. [27, с. 3]	впорядкована сукупність дій суб'єктів господарювання, спрямована на досягнення економічних цілей в умовах специфічних господарських систем з урахуванням ціннісних установок

– HR- стратегія і культура – підвищення кваліфікації і залучення співробітників на основі розвитку цифрової культури і мислення. Разом з новими технологіями приходять і нові посади та організаційні структури.

На завершення зазначимо, що за поширення інтеграційних і глобалізаційних процесів цифрова трансформація економіки, фундамент якої утворюють новітні інформаційно-комунікаційні технології, відіграє ключову роль у динамічному розвитку підприємницьких структур та країни в цілому. Створюючи нові можливості для їх функціонування в онлайн просторі та збільшуючи конкурентний й інноваційний потенціали за рахунок підвищення продуктивності, цифровізація є активатором змін поведінки економічних суб'єктів на споживчому ринку. Ефективність моделювання економічної поведінки підприємства на засадах цифрової трансформації бізнес-процесів забезпечується адекватною системою стратегічного управління. Тому у подальшому дослідження буде орієнтовано на удосконалення системи стратегічного управління з урахуванням ключових напрямків цифровізації.

Список джерел

1. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. Київ : Видавництво «Заповіт», 2020. 274 с.
2. Україна 2030e – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#6-2-4>
3. Koshka Gada The Digital Economy In 5 Minutes. URL: <https://www.forbes.com/sites/koshagada/2020/06/16/what-is-the-digitaleconomy/#5c6ffc707628>.
4. Токмакова І.В., Шатохіна Д.А., Мельник С.В. Стратегічне управління розвитком підприємств в умовах цифровізації економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 64. С. 283–291.
5. The Global Competitiveness Report 2016-2020, World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/>
6. Krutova A., Kashchena N., Chmil H. Enterprises' economic activity stimulation as a driver of national economy sustainable development. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. Вип. 1 (31). С. 162–173.
7. Davydova O., Kashchena N., Staverska T., Chmil H. Sustainable development of enterprises with digitalization of the economic management. *International Journal of Advanced Science and Technology*. 2020. Vol. 29. No. 8s. Pp. 2370–2378.
8. Davydova O., Kashchena N., Staverska T., Chmil H. Digitalization of economic activity management and sustainable enterprise's

- development. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*. 2019. Vol. 8. Issue 3C. Pp. 195–200. <https://doi.org/10.35940/ijrte.c1033.1183c19>
9. Savytska N., Chmil H., Hrabynnikova O., Pushkina O., Vakulich M. Behavioral Models for Ensuring the Security of Functioning and Organizational Sustainability of the Enterprise. *Journal of Security & Sustainability Issues*. 2019. Vol. 9. No. 1. P. 63–76.
 10. Davydova O., Chebanova N., Kashchena N., Chmil H., Protsenko V. Economic activity of enterprises: methodical aspects of assessment. *SHS Web of Conferences*. 2019. Vol. 67. URL: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2019/08/shsconf_NTIUkrSURT2019_06012/shsconf_NTI-UkrSURT2019_06012.html.
 11. Большой энциклопедический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. 4-е изд. доп. и перераб. М. : Институт новой экономики, 2000. 1088 с.
 12. Бандоріна Л.М., Удачина К.О., Лозовська Л.І. Моделювання економічної поведінки суб'єкта господарювання, пов'язаної з метою раціонального вибору. *Молодий вчений*. 2015. № 10 (25). Ч. 1. С. 71-75.
 13. Schultz T.W. The Economic Value of Education. New York: Columbia University Press. 1963. 246 p.
 14. Войтко В.В. Управління поведінкою організації (на прикладі промислових підприємств) : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.01; Харківський національний економічний університет Х., 2004. 21 с.
 15. Гуревичов М. Великий тлумачний словник сучасної української мови URL: <http://www.slovnyk.et/?swrd=?CC?EE?E4?E5?EB>
 16. Зянько В.В. Основи мікроекономіки К. : Слово, 2009. 344 с.
 17. Капленко Г.В. Формування економічної поведінки підприємств : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.01 / Г. В. Капленко ; НАН України ; Інститут регіональних досліджень. Л., 2005. 20 с.
 18. Карачина Н.П. Економічна поведінка машинобудівних підприємств: теорія, методологія, практика управління : монографія. Вінниця : Книга-Вега, 2010. 416 с.
 19. Крайнік О.М. Ризик-менеджмент як інструмент регулювання економічної поведінки суб'єктів господарювання в сучасних умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 10. С. 28–31.
 20. Кудінова А.В. Підприємницька поведінка: сутність та детермінанти її еволюції. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. № 4. С. 104–111.
 21. Економічна енциклопедія / Відп. ред. С. В. Мочерний. Т. 1. К. : Академія, 2001. 864 с.
 22. Петінова О.Б. Економічна поведінка: до питання експлікації поняття. *Грані*. 2018. Т. 21. № 2. С. 60–65.

23. Раца О.Б. Еволюція економічної категорії «поведінка підприємства». URL: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/1902/>
 24. Соколова Г.Н. Экономическая социология : курс лекций. 3-е стер. изд. Мн. : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2005. 188 с.
 25. Социология: Энциклопедия «Экономическое поведение». URL: http://sociology_encyclopedy.academic.ru/
 26. Суименко Е.И. Homo economicus современной Украины: поведенческий аспект. Киев: Институт социологии НАНУ Украины. 2004. 244 с.
 27. Шибасва Н.В. Особливості економічної поведінки суб'єктів господарювання в умовах ринкової трансформації економіки : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.01.01; Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна. Х., 2002. 16 с.
- © Чміль Г.Л., 2020

6.4. Реалії та проблеми розвитку телебачення, в контексті формування якісних показників ефективності

Телебачення, як сфера фінансово-економічної діяльності може розглядатися в контексті успішності у двох паралельних вимірах. З одного боку це ефективність фінансової діяльності, а з іншого боку ефективність комунікаційної взаємодії. І якщо перший показник має свої кількісні характеристики, то другий показник відноситься до якісних характеристик і тому важко підлягає вимірюванню, проте є одним з вагомих чинників, що закладають фундаментальну роль медіа, як фінансового інструменту.

Для того, щоб виміряти якісні показники комунікаційної взаємодії з аудиторією медіа, слід враховувати загальні тенденції розвитку інформаційного простору, як такого, де телебачення, як окремий представник фінансової діяльності є одним з потенційних учасників та організаторів комунікації.

Головною метою організації ефективної комунікації є розширення інформаційної діяльності, і як наслідок збільшення кількісних показників щодо перегляду окремого телепродукту. Тому важливо розглядати потенціал фінансового розвитку телебачення, як результат ефективної комунікативної стратегії спрямованої на аудиторію.

Залучення аудиторії як активного учасника комунікаційного процесу є характерною ознакою інтерактивного телебачення, де

6.2.	Інформаційні вимірювальні технології безпеки в системі митного контролю <i>Стелюк Барбара Борисівна- к.т.н., доцент, Каткова Тетяна Ігорівна- д.т.н., доцент, Ульяновська Юлія Вікторівна- к.т.н., доцент, Університет митної справи та фінансів</i>	363
6.3.	Трансформація поведінки економічних суб'єктів споживчого ринку в умовах цифровізації <i>Чміль Г.Л.- к.е.н., доцент, Харківський державний університет харчування та торгівлі</i>	374
6.4.	Реалії та проблеми розвитку телебачення, в контексті формування якісних показників ефективності <i>Ятчук О.М. - к.н. з соц. комунік., доцент, Університет митної справи та фінансів</i>	383
	РОЗДІЛ 7. СУЧАСНІ РЕАЛІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	390
7.1.	Вплив глобалізації на правове регулювання туристичної діяльності та стратегію розвитку туризму <i>Адашич Л.І. - к.ю.н., доцент, Корнєєв М.В.- д.е.н., професор, Університет митної справи та фінансів</i>	390
7.2.	Державно-правове регулювання туристичної діяльності та готельно-ресторанного бізнесу <i>Язіна В.А. - к.е.н., доцент, Вишнікіна О.В. - к.хім.н., доцент, Сабіров О.В. - к.т.н., доцент, Університет митної справи та фінансів</i>	397
7.3.	Основи туризмознавства як теоретичне вивчення сутності туризму <i>Горожанкіна Н.А. - к.геогр.н., доцент, Бойко З. В. - к.геогр.н., доцент, Білозубенко В. С. - д.е.н., професор, Університет митної справи та фінансів</i>	410

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**СУЧАСНІ РЕАЛІЇ
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
РЕГІОНІВ, ГАЛУЗЕЙ, ПІДПРИЄМСТВ, БІЗНЕСУ**

МОНОГРАФІЯ

Головні редактори:

Савчук Лариса Миколаївна, к.е.н., професор,
Бандоріна Лілія Миколаївна, к.е.н., доцент
Національна металургійна академія України

Відповідальна за випуск: Вишнякова І.В.,
к.е.н., доцент

Підписано до друку 01.12.2020 р. Формат 60x84 1/16.
Друк цифровий. Ум. друк. арк. 29,29.
Тираж 100 пр. Зам. № 131.

Видавництво «Пороги»,
49000, м. Дніпро, пр-кт Дмитра Яворницького, 60.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 7 від 21.02.2000.

ISBN 978-617-518-390-8
ISBN 978-617-518-391-5