

відображено моделями, що характеризують товар як спосіб вирішення проблеми споживача. Товар, як технологія задоволення потреби, передбачає дослідження принципу вирішення споживчої потреби, способу, як набору процесів, що втілюють принцип, та способу реалізації, як матеріальної складової товару [2]. Модель «Товар як функція» зосереджує на функціональному ядрі товару, базовому функціоналі та розширеному функціоналі. Товар як імідж зосереджує на аспектах сприйняття товару та його сервісної оболонки споживачем, а товар як конструктивний образ – це модель мультиатрибутивного товару. Етап обміну характеризується три- та п'яти-рівневими моделями, а також моделлю товару як конструктивного образу, що характеризує асортимент, як спосіб повноцінно узгодити пропозицію із нюансами реалізації потреби споживача.

Подані моделі товарів утворюють взаємопов'язану групу, що охоплює весь економічний цикл від початку виробництва до споживання. Такий комбінований підхід допомагає уточнити нюанси маркетингового управління, що враховують специфіку певного етапу, та надати цілісну комплексну систему маркетингових заходів з посилення конкурентоспроможності підприємства.

Список джерел інформації

1. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент : підручник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К.: Видавництво Хімджест, 2008. – 720 с.
2. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Процесно-технологічний підхід до формування маркетингової моделі товару. Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ». – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка», 2016. – № 13. – С. 369–376.

С.М. Ілляшенко, д-р екон. наук, проф. (НТУ «ХПІ», Харків)

Ю.С. Шипуліна, д-р екон. наук, доц. (НТУ «ХПІ», Харків)

Ю.Ю. Смоляр, асп. (СумДУ, Суми)

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ БІРЖОВОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ НЕОБРОБЛЕНОЮ ДЕРЕВИНОЮ

Проблемі запровадження цифрових технологій у різних галузях бізнесу присвячено багато наукових робіт вітчизняних та закордонних вчених. У наявних публікаціях в основному розглядаються проблеми, формування і розвитку цифрової економіки, визначаються особливості на різних рівнях узагальнення. Однак питання одночасного

забезпечення прозорості запровадження цифрових технологій та підвищення ефективності та прозорості бізнесу є недослідженими.

Із метою формування принципів і підходів до електронної біржової торгівлі необробленою деревиною та для підвищення її ефективності і прозорості було досліджено стан існуючої системи торгівлі [1]. Відповідно до цього виділено систему загальних вимог, які повинна враховувати система біржової електронної торгівлі необробленою деревиною [2]:

- дотримуватися єдиного підходу до продажу (розподілу) необробленої деревини для всіх споживачів;

- проводити реалізацію необробленої деревини виключно через електронні торги (аукціони);

- оцифрувати баланс необробленої деревини, яка реалізується, з одночасним упровадженням механізму обліку та контролю при її просуванні від лісокористувача до покупця.

З урахуванням зазначених вимог сформовано систему наступних принципів електронної біржової торгівлі необробленою деревиною:

- прозорість процесів купівлі-продажу і визначення їх результатів;

- добровільність участі покупців та продавців;

- ліквідація корупційних ризиків при укладенні договорів купівлі-продажу лісоматеріалів;

- ринкове ціноутворення на продукцію лісового господарства;

- глобальний контроль за сумлінністю учасників торгів;

- максимальна диджиталізація бізнес-процесів, електронний документообіг;

- участь держави без домінуючого фактора (демонополізація).

Серед позитивних аспектів упровадження системи електронної біржової торгівлі деревиною слід відзначити такі [2]:

- економічність – економія на персоналі, оренді приміщень, виробничому обладнанні тощо;

- доступність для бізнесменів-початківців, у яких обмежені можливості щодо стартового капіталу;

- вирівнювання конкурентних можливостей, оскільки значна частка конкурентів (незалежно від їх величини) використовують відносно недорогі й фактично стандартизовані цифрові технології;

- висока комунікаційна здатність – доступність відповідних сервісів у режимі 24/7, двосторонній зв'язок, можливість оперативного і відносно недорогого виходу на віддалені ринки, зокрема зарубіжні;

- оперативність взаємодії з економічними контрагентами;

– гнучкість і адаптивність організаційно-управлінських структур – можливість для бізнесменів і персоналу працювати віддалено, самостійно організувати час і простір, можливість створювати віртуальні підприємства.

Ураховуючи отримані результати досліджень та запропоновані принципи, ТОВ «УТЕС» було розроблено електронний майданчик «Електронну торгову систему» (ЕТС) [3], який дозволяє продавцям деревини здійснювати прозорі електронні торги з продажу необробленої деревини на основі аукціону.

За умови проведення торгів із використанням ЕТС їх кількість збільшилася від одного разу на тиждень у 2016 р. до декількох на день у 2018 р. Зараз торги проводяться на електронних майданчиках до шести разів на день.

Таким чином, запровадження ЕТС, що основана на принципах прозорості та ефективності, сприяло збільшенню обсягів торгівлі необробленою деревиною.

Список джерел інформації

1. Шипуліна Ю.С., Смоляр Ю.Ю. Непрозорість при реалізації необробленої деревини на біржах та пропозиції щодо її подолання. *Економічні проблеми сталого розвитку*: матеріали Всеукраїнської науково-технічної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених, 21–25 квітня 2017 р. Суми: СумДУ, 2017. С. 341–342.

2. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Смоляр Ю.Ю. Цифрові технології як засіб підвищення ефективності і прозорості біржової торгівлі деревиною. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. № 3. Режим доступу: <http://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/issue/archive>

3. Пат. України на корисну модель UA 126015 U, G06Q 30/00. Спосіб автоматизованого здійснення закупівлі і продажу товарів та послуг / Д.М. Маландій, Ю.Ю. Смоляр, О.О. Головка. № u201802418; заявл. 12.03.2018; опубл. 25.05.2018. Бюл. № 10/2018.

Р.Р. Значек, канд. техн. наук (*ОНАХТ, Одеса*)

М.Р. Мардар, д-р техн. наук, проф. (*ОНАХТ, Одеса*)

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Туризм є одним із видів економічної діяльності, для якого характерний стрімкий і динамічний розвиток. У ринкових умовах він перетворюється на значиму галузь світової економіки. Індустрія туризму, темпи зростання якої значно перевищують