

NEW HIGHER EDUCATION INSTITUTE

V INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE

**INTEGRATION OF BUSINESS STRUCTURES:
COMPETITION AND COOPERATION**

February 19-20, 2021

Proceedings of the Conference

**Tbilisi, Georgia
2021**

UDK 33(062)

In710

Organising Committee

Natia Gogolauri	Professor, Dr. of Economics, Head of Quality Assurance, New Higher Education Institute (NEWUNI), Georgia.
Nodar Grdzelishvili	Professor, Dr. of Economics, Head of the Research center, New Higher Education Institute (NEWUNI), Georgia.
Ekaterine Natsvlishvili	Ph.D. Professor of Management, Sulkhan-Saba Orbeliani Teaching University, Director at the European Center of Law, Economic and Management, Tbilisi, Georgia.
Andrzej Pawlik	Profesor, dr hab., Head of the Institute for Entrepreneurship and Innovation, State University of Jan Kochanowski, Poland.
Bogoyavlenska Yuliya	Ph.D, Assistant Professor in Economy, Department of Personnel Management and Labour Economics Zhytomyr State Technological University, Ukraine.
Galina Ulian	Professor, Dr. of Economics, Dean of Faculty of Economic Sciences, State University of Moldova.
Kostiantyn Shaposhnykov	Professor, Dr. of Economics, Head of Black Sea Research Institute of Economy and Innovation, Ukraine.
Lina Pileliene	Associate professor of Marketing, Dr. of Economics, Department of Marketing, Vytautas Magnus University, Lithuania.
Yuliana Dragalin	Dr. of Economics, Associate Professor, Dean of Faculty of Economic Sciences, Free International University, Moldova.
Olga Chwiej	Associate Professor, Dr. of Economics, freelancer scientist, Poland.

Integration of business structures: competition and cooperation:

V International scientific-practical conference (February 19-20, 2021. Tbilisi, Georgia). Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. 152 pages.

Contents

THE WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS: THE DEVELOPMENT AND MAINTENANCE OF ECONOMIC SAFETY

Левченко А. І.

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ІНСТИТУТІВ

ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ІРЛАНДІЇ 1

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY, NATIONAL MODELS OF ECONOMIC SYSTEMS

მარინა ლუარსაბიშვილი

საქართველოს ფისკალური პოლიტიკა

და მაკროეკონომიკური რისკები 6

Гончар Л. О., Павлюк Д. М.

КОНЦЕПТУАЛЬНО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ

РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 13

Корниевская В. О.

ФИНАНСОВАЯ СВОБОДА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ 20

Andrzej Pawlik, Paweł Dziekański

APPLICATION OF THE TOPSIS METHOD TO ASSESS

THE SPATIAL DIVERSITY OF THE ATTRACTIVENESS

OF COMMUNES IN THE ŚWIĘTOKRZYSKIE VOIVODESHIP 25

Пічугіна Ю. В., Залецька І. О., Максимова Ю. О.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІРТУАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

ЯК ВЕКТОРА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА 30

Стройко Т. В., Прокоф'єв Д. І.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФІСКАЛЬНОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

В УМОВАХ САМОДОСТАТНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД 34

BUSINESS, TRADE, TOURISM AND BUSINESS CULTURE: PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE BLACK SEA REGION

Меліх О. О., Берневич О. С., Меліх Т. Г.

РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

УКРАЇНСЬКОГО ПРИЧОРНОМОР'Я

ЧЕРЕЗ ЕКСКУРСІЙНИЙ ТА ЯХТИНГОВИЙ БІЗНЕС..... 38

Тубальцева Н. П., Гришина Н. В., Шарова Е. В. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	41
---	----

ECONOMY OF ENTERPRISE AND CORPORATE GOVERNANCE: MODERN INTEGRATION PROCESSES

Гут Л. В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ І СКЛАДОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	45
---	----

Зарбалізаде Е. СУТНІСТЬ ГРОШОВИХ ВИТРАТ ПРИМІСЬКИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ.....	50
--	----

Палій К. А. УПРАВЛІННЯ РЕАЛЬНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ.....	52
--	----

Тищенко В. Ф., Шаповалова А. О. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МСП В УКРАЇНІ.....	57
--	----

CREATIVE ECONOMY AND HUMAN CAPITAL: THE KNOWLEDGE MANAGEMENT ISSUES

Grdzlishvili Nodar, Sulamanidze Dimitri WHAT IS ETHICS AND WHY IS IT IMPORTANT FOR PUBLIC ADMINISTRATION	61
---	----

Zaika S. O., Kuskova S. V., Zaika O. V. HUMAN CAPITAL AS THE FACTOR IN THE FORMATION OF THE KNOWLEDGE ECONOMY	66
--	----

PROBLEMS OF MANAGEMENT AND MARKETING IN THE CONTEXT OF INTEGRATION OF BUSINESS STRUCTURES

ასმათ შამუგია ბიზნესკოლუჩინგი როგორც თანამედროვე კომპანიების ნიჭიერი პერსონალის მართვის ინოვაციური მექანიზმი.....	70
--	----

Багорска М. О., Кадирус І. Г. МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ОПТОВИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	75
--	----

Оболенцева Л. В. ВИЯВЛЕННЯ ОСНОВНИХ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ МІСТА	80
---	----

Шумкова О. В., Шумкова В. І. ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ТА СИЛЬНИХ СТОРІН ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЙОГО МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	85
--	----

REGIONAL ECONOMY AND CROSS-BORDER COOPERATION

ნოდარ გრძელიშვილი ბრენდინგის როლი რეგიონის/ტერიტორიის კონკურენტუნარიანობის ზრდის და მიმზიდველობის ფორმირებაში	89
---	----

Маляр Е. М., Салюк-Кравченко О. О. ПОТЕНЦІАЛІ МІЖРЕГІОНАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА ЄВРОРЕГІОНУ КАРПАТИ-УКРАЇНА ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТРАНСКОРДОННОГО ПРОЕКТУ "МАЛІ КАРПАТСЬКЕ КОЛО"	97
--	----

Yaremko L. A., Yaremko S. A. FINANCIAL SOURCES OF THE REGIONAL INNOVATIVE ACTIVITY IN THE FRAMEWORK OF SMART SPECIALIZATION	102
--	-----

ENVIRONMENTAL ECONOMICS AND MODERN ENVIRONMENTAL ISSUES

Pytuliak M. R., Pytuliak M. V. ECOLOGICAL AND ECONOMIC ASPECTS OF USE OF LAND RESOURCES POTENTIAL OF TERNOPIL REGION	106
---	-----

Cisko L. EUROPEAN UNION STRATEGIES IN THE SPHERE OF ENVIRONMENTAL PROTECTION.....	110
--	-----

DEMOGRAPHICS, ECONOMICS AND SOCIAL POLICY IN THE CONDITIONS OF THE LABOR MARKET INTERNATIONALIZATION

თინათინ ზალდასტანიშვილი შრომის ეთიკისა და რელიგიის მიმართების საკითხი	116
---	-----

**ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT:
NATIONAL CHARACTERISTICS AND GLOBAL TRENDS**

ნაზი გვარამია

მენეჯერული აღრიცხვის ისტორიული ექსკურსი 121

Степаненко О. І.

СУЧАСНІ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ

ДО ОЦІНКИ ЛІКВІДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 125

Ткаченко А. В.

ФІНАНСОВИЙ ОБЛІК ЯК СУЧАСНИЙ АСПЕКТ ОРГАНІЗАЦІЇ

СТРАТЕГІЧНОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ 130

**FINANCE, INSURANCE AND EXCHANGE BUSINESS:
INNOVATION AND INVESTMENT STRATEGIES**

Науменкова С. В., Ібрагімова Л. Р.

КОНЦЕСІЯ ЯК ФОРМА ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ

В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІ 134

**MODERN MATHEMATICAL METHODS, MODELS
AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY**

Tinatin Doliashvili, Vakhtang Nadiradze

THE FACTORS AFFECTING THE EFFICIENCY

OF AIR TRANSPORT ANAGEMENT AND METHODOLOGY

FOR DETERMINING THEIR IMPACT 138

Тубальцева Н. П., к.е.н.

Гришина Н. В., к.е.н., доцент

Шарова Е. В., студент

*Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова
м. Миколаїв, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-036-0-9>

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

В останні два десятиліття туризм став лідером в переліку галузей сфери послуг. Більш ніж у 100 країнах туризм сприяє високому рівню зайнятості, розвитку окремих регіонів та є важливою статтею надходжень до державного бюджету. Розмір доходів туристичної галузі безпосередньо залежить від змін у зовнішньому середовищі: від економічних, науково-технічних, політичних чинників, а також від факторів культурного середовища. Останні дані Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) демонструють, що світовий туризм через пандемію коронавірусу досягнув найгірших показників у 2020 році. Різке падіння попиту на міжнародний туризм та поширені обмеження на поїздки призвели до скорочення потоку міжнародних туристів на 74%, до втрати 1,3 трлн. дол. США в експортних доходах, також до скорочення 120 мільйонів робочих місць у сфері туризму [1].

Туризм відноситься до тієї сфери, яка має потужний потенціал для відновлення. Згідно прогнозів, засідання експертів UNWTO, що відбулося в січні 2021 року, показує досить неоднозначні перспективи на 2021 рік: більша частина респондентів (45%) передбачає зростання кількості міжнародних подорожей в 2021 році в порівнянні з 2020 роком, тоді як 25% експертів очікують подібних результатів, а 30% прогнозують, що результати у 2021 році лише будуть погіршуватися. Розширенні сценарії UNWTO вказують на те, що для повернення міжнародного

туризму до рівня 2019 року може знадобитися два з половиною-чотири роки [2].

За таких умов, посилюється інтерес до максимального використання інформаційних та цифрових технологій в індустрії туризму. Процеси цифровізації є особливо актуальними для туристичної інфраструктури. Торгові та транспортні компанії, підприємства індустрії туризму, гостинності та громадського харчування отримали можливість розширити цільову аудиторію, охоплення та поліпшити якість обслуговування. Багато готелів використовують інтерактивні карти, які дозволяють більше дізнатися про визначні пам'ятки, надають гостям ігри в режимі доповненої реальності. У 2015 р. Marriot (мережа найбільших готельних брендів) запустив «VroomСервіс». На гарнітури віртуальної реальності, що надаються 160 відвідувачам, були завантажені три захоплюючі 3D-історії про подорожі в Чилі, Руанді та Китаї. 51% нових гостей протестували дану послугу, відзначили, що хотіли б частіше зупинятися в готелях Marriot [3].

У туристичній індустрії сьогодні використовуються такі цифрові послуги, як: сервіси електронних платежів і електронна комерція, інтернет-торгівля, інтернет речей, бронювання місця проживання та квитків, сервіси інтерактивного віртуального туризму. В останні роки 74% мандрівників в світі планують свої поїздки самостійно через Інтернет за допомогою онлайн послуг. Частка запитів з мобільних телефонів збільшилася до 40%. Про зростання значення цифрових технологій, свідчить той факт, що в Європі дві третини мандрівників вже не користуються послугами традиційних туристичних офісів, а використовують онлайн-сервіси.

Більшу частину використовуваних на даний момент інструментів цифровізації сфери туризму займають додатки. Перші цифрові сервіси для туристів з'явилися на початку 2000-х і були орієнтовані на онлайн бронювання житла і покупку квитків: Booking.com – готельний агрегатор дав можливість потенційним клієнтам побачити невеликі готелі по всьому світу, забезпечив їм найширший доступ до клієнтської бази; AirB&B повторив успіх

Booking.com, сформувавши новий ринок оренди апартаментів; успішно функціонують – Uber, Gett – агрегатори таксі [4].

На сучасний момент існує велика кількість платформ і додатків (Ascape, Youvisit, Discovery, Littlstar, VeeR VR, NASA та інші), які можуть забезпечити віртуальну подорож, відвідування концерту або музею. Ознайомчі віртуальні тури ефективні в рекламі туристичних послуг. Використовуючи комплекс людських почуттів, віртуальний вплив перевершує «традиційні» види інформації, які застосовуються в процесі прийняття рішень при придбанні туристичного продукту.

Серед напрямків подальшого розвитку туристичного інформаційного простору можна виділити наступні:

- створення нових туристичних продуктів і рішень (платформи, сервіси, додатки);
- максимальне розповсюдження віртуального туризму;
- створення нових он-лайн туристських ринків і компаній;
- впровадження інформаційних технологій в формування пакетного турпродукту, де враховані всі моменти подорожі («під ключ»);
- застосування штучного інтелекту, голосових технологій, блокчейну.

Для готелів та інших підприємств туристичної галузі одним із найцікавіших векторів розвитку є надання допомоги клієнтам в Інтернеті за допомогою штучного інтелекту, що здатний відповідати на запитання та надавати цінну інформацію клієнтам, навіть коли представник служби обслуговування клієнтів недоступний.

Наступним напрямком розвитку інформаційних технологій в індустрії туризму є впровадження Інтернету речей (IoT), що використовується для позначення повсякденних фізичних пристроїв, приладів та інших «речей», які оснащені Інтернетом, що робить їх здатними надсилати та отримувати дані. Це фактично перетворює їх на «розумні» об'єкти, здатні «спілкуватися» або взаємодіяти один з одним. Використання інтелектуальних пристроїв може допомогти оптимізувати фізичний стан готелю та

його номерів та зменшити енергетичні витрати. Установлюючи опалення, освітлення та телевизор із підтримкою Інтернету, клієнти можуть вмикати та вимикати їх, контролювати температуру та рівень освітленості з одного девайсу.

Таким чином, пандемія коронавірусу призупинила розвиток міжнародного туризму і призвела до значних втрат в експортних доходах, проте завдяки координації заходів та цифровізації, туристичні послуги можна надавати в віртуальному форматі, який становиться більш затребуваним.

Література:

1. Світовий рейтинг туризму. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/World_Tourism_rankings (дата звернення: 29.01.2021).
2. The World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/about-us> (дата звернення: 10.02.2021).
3. Ястремська О.О. Сучасні світові тенденції розвитку туризму. *Проблеми економіки*. 2013. № 1. С. 22–27.
4. Богомазова И.В. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы. *Сетевой научный журнал*. 2019. Т. 13. № 3 (85). С. 34–46.

Izdevniecība “Baltija Publishing”
Valdeķu iela 62 – 156, Rīga, LV-1058

Iespiests tipogrāfijā SIA “Izdevniecība “Baltija Publishing”
Parakstīts iespiešanai: 2021. gada 26 februāris
Tirāža 100 eks.