

## 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 у 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

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