

Ministry of Education and Science of Ukraine
Khmelnytskyi National University

Ukrainian-Polish Scientific Dialogues
International Conference



20 - 23 October 2021

Khmelnytskyi – Kamianets-Podilskyi

BBC 30

IX Ukrainian-Polish Scientific Dialogues: Conference Proceedings. International Scientific Conference, 20-23 October 2021, Khmelnytskyi (Ukraine). – Khmelnytskyi National University, 2021. – 259 p.

Conference Proceedings are presented in the author's original version. Authors are responsible for materials and interpretation.

EDITORIAL BOARD:

Bardachov Y. (Ukraine), **Bialkiewicz A.** (Poland), **Bilyi L.** (Ukraine), **Bonek** (Poland), **Buratowski T.** (Poland), **Burmistenkov O.** (Ukraine), **Chorny O.** (Ukraine), **Chudy-Hyski D.** (Poland), **Dacko-Pikiewicz Z.** (Poland), **Drapak H.** (Ukraine), **Dykha O.** (Ukraine), **Giergiel M.** (Poland), **Hryshchenko I.** (Ukraine), **Hyski M.** (Poland), **Kalinowski M.** (Poland), **Khes L.** (Czech Republic), **Klepka A.** (Poland), **Klymchuk V.** (Ukraine), **Koruba Z.** (Poland), **Korytski R.** (Poland), **Kosior-Kazberuk M.** (Poland), **Krotofil M.** (Poland), **Kuchariková L.** (Slovakia), **Lenik K.** (Poland), **Lis J.** (Poland), **Lopatovskyi V.** (Ukraine), **Macko M.** (Poland), **Majewski W.** (Poland), **Matiukh S.** (Ukraine), **Matuszewski M.** (Poland), **Mazurkiewicz A.** (Poland), **Mendrok K.** (Poland), **Meżyk A.** (Poland), **Mikołajczewska W.** (Poland), **Mikulski K.** (Poland), **Misiats V.** (Ukraine), **Musiał J.** (Poland), **Muślewski Ł.** (Poland), **Nyzhnyk V.** (Poland), **Oleksandrenko V.** (Ukraine), **Panasiuk I.** (Ukraine), **Pater Z.** (Poland), **Petko M.** (Poland), **Polishchuk L.** (Ukraine), **Radek N.** (Poland), **Rejmak A.** (Poland), **Rozsak S.** (Poland), **Shcherban Y.** (Ukraine), **Shchutska H.** (Ukraine), **Shorobura I.** (Ukraine), **Skyba K.** (Ukraine), **Skyba M.** (Ukraine), **Śniadkowski M.** (Poland), **Sokala A.** (Poland), **Syniuk O.** (Ukraine), **Tański T.** (Poland), **Topoliński T.** (Poland), **Vakhovych I.** (Ukraine), **Woźny J.** (Poland), **Wójcicka-Migasiuk Dorota** (Poland), **Wróbel J.** (Poland), **Yokhna M.** (Ukraine), **Zahirniak M.** (Ukraine), **Zaremba O.** (Ukraine), **Zashchepkina N.** (Ukraine), **Zduniak A.** (Poland), **Zlotenko B.** (Ukraine)

REVIEWERS:

Binytska K. (Ukraine), **Bojar P.** (Poland), **Bromberek F.** (Poland), **Brytan Z.** (Poland), **Bubulis A.** (Lithuania), **Christauskas C.** (Lithuania), **Kharzhevskiy V.** (Ukraine), **Khrushch N.** (Ukraine), **Honchar O.** (Ukraine), **Horiashchenko S.** (Ukraine), **Hryhoruk P.** (Ukraine), **Kalaczynski T.** (Poland), **Karmalita A.** (Ukraine), **Kravchuk O.** (Ukraine), **Kukhar V.** (Ukraine), **Landovski B.** (Poland), **Lukashevich M.** (Poland), **Manoilenko O.** (Ukraine), **Mashovets N.** (Ukraine), **Milykh V.** (Ukraine), **Mironova N.** (Ukraine), **Mytsa V.** (Ukraine), **Mrozinski A.** (Poland), **Pavlenko V.** (Ukraine), **Paraska O.** (Ukraine), **Polasik R.** (Poland), **Podlevska N.** (Ukraine), **Puts V.** (Ukraine), **Ramskyi A.** (Ukraine), **Rubanka M.** (Ukraine), **Rybak R.** (Poland), **Smutko S.** (Ukraine), **Tomaszuk A.** (Poland), **Trocikowski T.** (Poland), **Skorobohata L.** (Ukraine), **Shpak O.** (Ukraine), **Zakora O.** (Ukraine), **Zemskiy Y.** (Ukraine), **Zhurba I.** (Ukraine)

Responsible Secretary: Romanets T., Maidan P.

Technical Secretariat: Lisevych S., Polasik R.

ISBN: 978-966-8226-41-5

© Copyright by Khmelnytskyi National University, 2021

Khmelnytskyi National University

Instytutaska Str., 11, 29016, Khmelnytskyi, Ukraine

Printed by PolyLux, Zarichanska Str 22/3, 29017, Khmelnytskyi, Ukraine, tel. 067-307-09-76

ЗМІСТ / CONTENT

СЕКЦІЯ 1 / SECTION 1	
УКРАЇНА – ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	
UKRAINE - EUROPEAN UNION: STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS	
ІДЕЇ ПОЛЬСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ СПІВПРАЦІ В ЕМІГРАНТСЬКІЙ ПОЛІТИЧНІЙ ДУМЦІ ПЕРІОДУ РАДЯНСЬКОЇ ОКУПАЦІЇ (Земський Ю.)	14
DZIAŁALNOŚĆ GEN. JURIJA TIUTIUNNYKA I POWSTAŃCZO-PARTYZANCKIEGO SZTABU ARMII UKRAIŃSKIEJ REPUBLIKI LUDOWEJ W LATACH 1920-1921 (Krotofil M.)	17
ANALYSIS THE COMPONENTS OF THE SYSTEM OF INFRASTRUCTURAL SUPPORT OF CLUSTER FORMATION IN SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS (Bohatchuk L.)	18
ПРОБЛЕМА ГЛОБАЛЬНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ СВІДОМІСТЮ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 (Черномаз П.)	19
STOSUNKI UKRAIŃSKO-POLSKIE W WARUNKACH NOWOCZESNYCH (Lavrijenko P.)	22
FINANCIAL AND ECONOMIC INSTRUMENTS OF THE STATE POLICY OF SUPPORT OF SUBJECTS OF THE REAL SECTOR OF ECONOMY OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION (Lupak R., Kamarchuk I.)	24
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ДІДЖІТАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПЕРСОНАЛОМ (Перерва П., Кучинський В.)	25
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ МЕХАНІЗМІВ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ (Перерва П., Маслак М., Кобелева А.)	27
ІННОВАЦІЙНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ HR-МАРКЕТИНГУ (Тельнов А., Решміділова С.)	29
ПАМ'ЯТКИ ХУДОЖНЬОЇ КУЛЬТУРИ – ОБ'ЄКТИ МАТШРУТІВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОМУ ПОГРАНИЧЧІ (Одрехівський Р.)	31
МОДЕЛЬ ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ (Григорук П.)	33
МОДЕЛЬ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ (Хрущ Н.)	35
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНО-ПОЛЬСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА (Грабовська І.)	37
PRECONDITIONS AND IMPERATIVES OF THE POLICY OF STRENGTHENING THE TECHNOLOGICAL COMPETITIVENESS OF UKRAINE'S ECONOMY IN THE MARKETS OF THE EUROPEAN UNION (Zaychenko V., Kunytska-Iliash M., Berezivskiy Y.)	39
ЕПОХА ПОЗИТИВІЗМУ У ПОЛЬСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ (Горячок І.)	41
РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНСПЕКТУВАННЯ ТА КОНТРОЛЮ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ (Демидчук Л.)	43
ОСОБЛИВОСТІ АВТОМАТИЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ (Майборода О.)	45
ЕКСПОРТНИЙ КОНТРОЛЬ ПРОДУКЦІЇ ПОДВІЙНОГО ВИКОРИСТАННЯ (Сапожник Д.)	47
WSPÓŁPRACA TRANSGRANICZNA UKRAINY A POLSKI W BRANŻY TURYSTYCZNEJ (2019-2021) (Gałatyr W., Kondrat W.)	49
НЕОБХІДНІСТЬ ТА МЕХАНІЗМ ВПРОВАДЖЕННЯ АДАПТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ (Годунько Р.)	51
RESEARCH OF CHANGES AND OSCILLATIONS IN SECURITIES MARKETS AND THEIR INTERDEPENDENCE TO THE ECONOMY OF STATES: DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE (Horbanevych V., Ivaniuta P.)	53
MARKETING MANAGEMENT OF ENTERPRISES AND ITS TOOLS (Dovhan Yu.)	55
УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКІ ВЗАЄМИНИ СЕЛЯН ПОДІЛЛЯ В КОНТЕКСТІ СПІЛЬНОГО МИНУЛОГО Й СЬОГОДЕННЯ ДАВНЬОГО НАДДНІСТРЯНСЬКОГО СЕЛА ВІЛЬХОВЕЦЬ (Климчук В.)	57
СИРОВИННО-РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ (Мищенко Н.)	59
ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ АКТИВІЗАЦІЇ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ (Мищук І.)	61
УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ МАРКЕТИГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА (Микитюк П., Микитюк Ю., Труш І.)	63
ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ COVID-2019: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ (Огренич Ю., Кривохатько К.)	65
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ІТ-ПРОЕКТАХ (Скрипник Т.)	67
РОЗВИТОК СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ (Шарко М.)	69

- The reliability of indicators for determining the value of enterprises and information support for this;

- The reliability of information support for all areas of business – depending on the results achieved [3, p. 114].

The study of the experience of European countries on the functioning of securities markets allows us to conclude that the practice of their emergence and functioning is accompanied by economic processes in countries and is closely dependent on business.

Bibliography:

1. Stock broker "Svit invest". An available : <https://svitinvest.com.ua/en/item/pro-kompaniyu/>
2. Corporate governance and the stock market: a textbook. (2005) O.M. Tsarenko, H.O. Bay, O.D. Martynenko, I.V. Salo. For order. Doctor of Economics, Prof. I.B. Sala. Sumy: VTD "University Book", 334 p.
3. Onysko S.M. (2017) Financial rehabilitation and bankruptcy of enterprises: a textbook. 2nd ed., Corr. and add. Lviv: Magnolia 2006. 268 p.
4. Povaznyi O.S, Orlova N.S, Svechkina A.L. (2010) Securities and the stock market: textbook. manual. Lviv: Magnolia 2006. 361 p.
5. The securities market and exchange business: a textbook for universities (2002). Ed. O.I. Degtyareva, N. M. Korshunova, E.F. Zhukova. Moscow: UNITY-DANA. 501 p.
6. Ukrainian stock exchange. An available : <http://www.ux.ua>

DOVHAN Yu.¹

¹*Vinnitsia Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine*

MARKETING MANAGEMENT OF ENTERPRISES AND ITS TOOLS

The paper examines theoretical and practical approaches to business management based on the marketing concepts and tools that are targeted at the market and consumer needs. The paper is devoted to substantiation of theoretical, methodical and practical bases of the application of marketing tools for managing economic activity of enterprises.

Comprehension of marketing as a philosophy, concept, function and style of enterprise management means organization of the achievement of enterprise's goals through maximum meeting the needs and active influence on their development, i.e. marketing management.

Marketing management of the enterprise is based on the following three main points: 1. Information from the external marketing environment is the basis for making management decisions at the enterprise. 2. Constant market research determines the activities of the enterprise in the market. 3. Enterprise management is targeted at the active influence on the needs and the market [1].

Marketing management of enterprises involves such components as the orientation of the enterprise to market needs; strategic approach; focus on commercial success; quick response to changes in the marketing environment; support of competitive advantages; availability of a systematic and comprehensive approach to the enterprise management; program-target approach [2].

The general scheme of marketing management of enterprises includes input information

about the state of internal and external marketing environment of the enterprise, the subject of management (the enterprise management, management analysts, experts, consultants, innovators), management mechanism (goals, strategies, functions, resources, methods, tools, technologies, structure) and management objects (economic activity, business processes, economic relations between market participants).

Marketing management performs general management functions that are market and consumer oriented. The main functions of marketing management include marketing analysis, marketing planning, marketing motivation and marketing control. These management functions are implemented through the comprehensive use of marketing tools.

In the process of functioning of economic relations, throughout its history, the humanity has developed three fundamentally different tools of governance, i.e. influence on people and their communities, namely hierarchy, culture, market. In market conditions (and only in them) marketing tools play a leading role in management.

Marketing has a fairly wide range of management tools. However, among all the existing marketing tools, there are basic ones that ensure close relationships between the company and its customers, form a set of measures aimed at influencing market participants.

Scientific systematization of marketing management tools originated when the term “marketing mix” (marketing complex) was used for the first time. In the general sense, marketing mix is a set of marketing tools, a totality of management tools that the company uses to influence the target market in order to achieve the expected response. In its classic form, marketing mix consists of the product, price, promotion and place (the concept of “4P”) [3]. The main marketing tools are product, pricing, distribution and communication policies of the enterprise. These tools are selected and used through the procedures of the marketing mix.

Along with the transformational market changes in the XX-XXI centuries, there could be observed an development of the “letter concept”, as a result there emerged new models, in which the basic tools of marketing were supplemented with new components or changed. However, in our opinion, almost all alternative models of the marketing mix are based on the classic model of marketing tools of the “4P” concept.

Based on the suggested approach to understanding marketing management of the enterprise and given the needs of practical use of marketing tools for enterprise management, we offer to divide them into the tools of marketing management of the enterprise and tools used for its implementation. We propose to refer marketing research and marketing information system to the tools of marketing management support, while marketing commodity, pricing, distribution and communication policies of the enterprise are suggested to be referred to implementation tools.

References:

1. Upravlinnia innovatsiinoiu, investytsiinoiu ta ekonomichnoiu diialnistiu intehrovanykh obiednan ta pidpriemstv: monohrafiia [Management of innovation, investment and economic activity of integrated associations and enterprises: monograph]. Ed. L.M. Savchuk. Dnipropetrovsk : Porohy, 2016. 520 p.
2. Beliavtsev M.I., Vorobiov V.M., Kuznetsov V.H. Marketynhovyi menedzhment : navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zaklad. [Marketing Management: textbook for the students of higher institutions] / Ed. M.I. Beliavtsev,

КЛИМЧУК В.¹

¹*Хмельницький ОЕНЦУМ, Україна.*

УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКІ ВЗАЄМИНИ СЕЛЯН ПОДІЛЛЯ В КОНТЕКСТІ СПІЛЬНОГО МИНУЛОГО Й СЬОГОДЕННЯ ДАВНЬОГО НАДДНІСТРЯНСЬКОГО СЕЛА ВІЛЬХОВЕЦЬ

Українсько-польські взаємини подільського населення в період існування Речі Посполитої та наступного панування тут Російської імперії з 1792 року посідають значне місце в історико-краєзнавчих дослідженнях Евфимія (Юхима) Йосиповича Сіцінського, зокрема, на сторінках його книги «Приходы и церкви Подольской епархии», яка стала основою навчального посібника для учнівської та студентської молоді краю «Історія міст і сіл Хмельниччини» (за працями Юхима Сіцінського і Миколи Теодоровича), що побачив світ у 2011 році.

У зібраних з допомогою священників, освітян і сподвижників-краєзнавців з усіх регіонів Подільської губернії й опрацьованих краєзнавчих матеріалах, не спотворено на догоду імперії історичної правди та змістовно відображено життя, побут, культуру, етнічні особливості місцевого населення з українським, польським і єврейським корінням, міжусобиці місцевих шляхтичів, які в давнину не гребували розбійницькими нападами на маєтності один одного та грабунками майна місцевих жителів. Червоною ниткою в цих описах краю пронизано історію його економічного розвитку та відображено провідну роль у цьому процесі Речі Посполитої, колонізацію польським населенням подільських земель, розорених, спустошених і збезлюднених від татарських набігів. Крім цього,.

Прикладом цьому є село Вільховець - старовинне село Наддністрянщини, про яке вперше згадується в 1443 році в жалуваній грамоті короля Владислава III шляхтичу Христини Щуковському, який отримував право ним володіти і продавати його разом з селом Борсуки в казну за 300 гривень. Однак, багатолюдне село через 90 років стало пусткою - під час одного з татарських набігів місцеві жителі не змогли відборонитись від степових нападників і були пограбовані, значна частина їх була вирізана в урочищі «Різанівка», а хто вижив - потрапив у полон і рабство до татар. Від Вільхівця залишилось лише згарище.

В другій половині XVI століття посполиті знову заселили і спільними зусиллями відродили сплюндроване татарами село, де в 1583 році уже з'явився самостійний православний приход з окремим священником і з'явилося у села аж чотири власники - Потоцький, Чоланський, Сутковський і Ластовецький. В 1616 році село уже належало трьом власникам – Андріану Ячемірському, підчашому подільському та Криштофу і Войцеху Косаковським.

Місцеве населення забезпечувало стійкий економічний розвиток села та заселення його околиць і створення нових сіл, де згодом налагоджувалось гутне виробництво, а сам Вільховець перепродувався шляхтою з рук в руки як прибуткове поселення.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Тези наукових праць

міжнародної наукової конференції

IX Українсько-Польські наукові Діалоги

20 – 23 жовтня 2021 року

Відповідальний за випуск:

Романець Т.

Підписано до друку 18.10.2021

Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк офсетний.

Умов. друк. арк. 22,7. Обл. вид. арк. 22,7

Наклад 100 прим.

Надруковано у вид. «PolyLux»

29000 м. Хмельницький, вул. Зарічанська 22/3

тел. 067 307 09 76