

ABSTRACT AND REFERENCES

TRANSFER OF TECHNOLOGIES: INDUSTRY, ENERGY, NANOTECHNOLOGY

DOI: 10.15587/1729-4061.2022.255045
DEVISING A PROCEDURE OF STATE FINANCIAL PROTECTIONISM IN THE AGRICULTURAL INDUSTRY IN THE CONTEXT OF REGIONALIZATION (p. 6–14)

Iaroslava Levchenko

Kharkiv National Automobile and Highway University,
 Kharkiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4979-1101>

Nina Hradovych

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and
 Biotechnologies Lviv, Lviv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1634-2561>

Valentyna Borkovska

Higher Educational Institution “Podillia State University”,
 Kamianets-Podilskyi, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2983-2973>

Igor Britchenko

State Higher Vocational School Memorial of Prof. Stanislaw
 Tarnowski in Tarnobrzeg, Tarnobrzeg, Poland

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9196-8740>

This paper considers the issue of state financial protectionism of the agricultural industry in the context of regionalization. A comprehensive methodology of state financial protectionism of the agricultural industry in the context of regionalization has been proposed, taking into consideration IPR and the value of the agricultural industry in a region. Based on statistical data on the indicators of investment attractiveness of the region (IAR) and the value of the agricultural industry in a region, regions for financing were determined. The problem of determining the fate of state financial protectionism for the agricultural industry in the context of regionalization has been stated and solved. The proposed methodology was tested by an experimental method.

It is proposed that the state financial protectionism in the context of regionalization should include budget (investment) financial injections based on the investment attractiveness of a region and the value of the agricultural industry in the region, which are directed to the agricultural sector, in order to support it.

The calculation results show that the distribution of financial resources with the available amount of public finances $S=1$ allocated for support is carried out proportionally. The comprehensive approach has made it possible to identify four regions for financing, and those are the regions that have the greatest value in the agricultural industry.

Practical value is for management bodies (local, territorial, etc.) in the distribution of funds according to the vector of protectionism of the agricultural industry. The theoretical value is for researchers dealing with financial support, state protectionism, and public administration.

Keywords: state funding, protectionism, state support, agricultural industry, investment attractiveness.

References

- Silke gospodarstvo. Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Сільське_господарство
- Ukraina – yevropeyskyi lider po silskohospodarskykh uhiddiakh. Dovedeno za dopomohoiu shtuchnoho intelektu. Available at: <https://uprom.info/news/agro/ukrayina-yevropeyskyi-lider-po-silskohospodarskykh-ugidnyah-dovedeno-za-dopomogoyu-shtuchnoho-intelektu/>
- Ukraina vkhodyt do TOP-5 eksporteriv prodovolstva. Available at: <https://t.me/verkhovnaradaukrainy/10016>
- Komitet z pytan ahrarnoi ta zemelnoi polityky: «My maiemo unyknyty svitovoi prodovolchoi kryzy». Available at: <https://t.me/verkhovnaradaukrainy/10165>
- Tsybul'ska, S., Hradovych, N., Paraniak, R. (2020). Scientific and practical aspects of land use optimization in the agrosphere. Scientific Messenger of LNU of Veterinary Medicine and Biotechnologies, 22 (93), 90–96. doi: <https://doi.org/10.32718/nvvet-a9316>
- Kononenko, Z. A., Sokil, V. O. (2017). The process of intensification and efficiency land use. Ekonomika ta upravlinnia pidpryemstvamy, 10, 283–286. Available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/50.pdf
- Mihaylova, M. (2021). Innovation through the prism of companies using direct marketing. An empirical example from Bulgaria. VUZF Review, 6 (2), 11–15. doi: <https://doi.org/10.38188/2534-9228.21.2.02>
- Novoe issledovanie Euler Hermes: vozdeystvie koronavirusa na global'nye otryasli. Available at: https://www.eulerhermes.com/ru_RU/latest-news/ehru_2020_covid_uscherb_otraslyam.html
- Kukacka, J., Kristoufek, L. (2020). Do “complex” financial models really lead to complex dynamics? Agent-based models and multifractality. Journal of Economic Dynamics and Control, 113, 103855. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jedc.2020.103855>
- Impacts of the COVID-19 pandemic on EU industries (2021). doi: <https://doi.org/10.2861/052356>
- Baldwin, R., Weder di Mauro, B. (Eds.) (2020). Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes. CEPR Press. Available at: <https://voxeu.org/content/mitigating-covid-economic-crisis-act-fast-and-do-whatever-it-takes>
- Terlikowski, P., Paska, J., Pawlak, K., Kaliński, J., Urbanek, D. (2019). Modern financial models of nuclear power plants. Progress in Nuclear Energy, 110, 30–33. doi: <https://doi.org/10.1016/j.pnucene.2018.09.010>
- Muczyński, A. (2020). Financial flow models in municipal housing stock management in Poland. Land Use Policy, 91, 104429. doi: <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104429>
- Levchenko, I., Britchenko, I. (2021). Estimation of state financial support for non-priority territorial units using the example of bridge construction. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 1 (13 (109)), 26–34. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.225524>
- Snieska, V., Zykiene, I. (2015). City Attractiveness for Investment: Characteristics and Underlying Factors. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 213, 48–54. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.402>
- Akbulaev, N., Aliyev, Y., Ahmadov, T. (2019). Research models for financing social business: theory and practice. Heliyon, 5 (5), e01599. doi: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01599>
- Angelis-Dimakis, A., Dimaki, K. (2016). Identifying Clusters of Regions in the European South, based on their Economic, Social and Environmental Characteristics. REGION, 3 (2), 71. doi: <https://doi.org/10.18335/region.v3i2.81>
- Levchenko, I., Losonczy, P., Britchenko, I., Vazov, R., Zaiats, O., Volodavchyk, V. et. al. (2021). Development of a method for targeted financing of economy sectors through capital investment in the innovative development. Eastern-European Journal of Enterprise

- Technologies, 5 (13 (113)), 6–13. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.243235>
19. Levchenko, I., Dmytrieva, O., Shevchenko, I., Britchenko, I., Kruhlov, V., Avanesova, N. et al. (2021). Development of a method for selected financing of scientific and educational institutions through targeted capital investment in the development of innovative technologies. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 3 (13 (111)), 55–62. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.235930>
 20. Domin, D. (2013). Artificial orthogonalization in searching of optimal control of technological processes under uncertainty conditions. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 5 (9 (65)), 45–53. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2013.18452>
 21. Orłowski, L. T. (2012). Financial crisis and extreme market risks: Evidence from Europe. *Review of Financial Economics*, 21 (3), 120–130. doi: <https://doi.org/10.1016/j.rfe.2012.06.006>
 22. Metodyky otsiniuvannia roboty tsentralnykh i mistsevykh orhaniv vykonavchoi vlady shchodo zaluchennia investytsiy, zdiysnennia zakhodiv z polipshennia investytsynoho klimatu u vidpovidnykh haluziakh ekonomiky ta v rozrizi rehioniv, reitynhovoi otsynky investytsynoi pryvabyvosti haluzei, rehioniv ta subiektiv hospodarivannia i vidpovidnoi formy zvituv. Nakaz ministerstva ekonomiky Ukrainy vid 17 lypnia 2006 r. No. 245. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0459-04#Text>
 23. Reitynh rehioniv Ukrainy za vartisti derzhavnoi zemli. Available at: <https://landlord.ua/rejtingi/reitynh-rehioniv-ukrainy-za-vartisti-derzhavnoi-zemli/>
 24. CETAM. Available at: <https://setam.gov.ua/>

DOI: 10.15587/1729-4061.2022.254234

IMPLEMENTATION OF STRATEGIC TOOLS IN THE PROCESS OF FINANCIAL SECURITY MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN UKRAINE (p. 15–23)

Pavlo Pronoza

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,
Kharkiv, Ukraine
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8130-4564>

Tatyana Kuzenko

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,
Kharkiv, Ukraine
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3013-9487>

Nataliia Sablina

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,
Kharkiv, Ukraine
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1931-2851>

The results reported in this paper proved the need to develop strategic measures of the financial security management of enterprises. Approaches to understanding the essence of “management” and “financial security of an enterprise” concepts were analyzed; the author’s vision of the essence of “management of the financial security of an enterprise” concept was generalized. Trends in the development of industrial enterprises were studied in order to identify the main indicators that determine the safety level of enterprises in the industry. Strategic directions in the financial security management of industrial enterprises were investigated. It was established that the construction of a regression model would allow an enterprise management to track the effect of deterministic factors on a change in the level of financial security of the enterprise and adjust the process of making managerial decisions related to the financial security of the enterprise. Given this, it became possible to build a tree of goals, which grouped and divided the strategic measures to manage the financial security of an enterprise. A strategic map was built, which reflected the relationship of all the processes at an

enterprise and contributes to improving the level of management of the financial security of the enterprise. An expert study into the search for an optimal approach ensuring the financial security of an enterprise was conducted. It is confirmed that in order to improve the level of financial security management of an enterprise, it is necessary to optimize the trade and technological process in order to obtain maximum profit in the future, which could improve the state of all elements of the financial security management system of an enterprise. Thus, there is reason to assert that it is appropriate to define the strategic directions for managing the financial security of industrial enterprises by using regression and hierarchy models.

Keywords: financial security management of the enterprise, regression model, hierarchy method, strategic map.

References

1. Stratehiya natsionalnoi bezpeky Ukrainy vid 14 veresnia 2020 roku No. 392/2020. Available at: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037>
2. Nosan, N., Nazarenko, S. (2022). Financial security management in economic security systems at different levels of management systems: methodological problems. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 6 (41), 138–146. doi: <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v6i41.251418>
3. Hrynyuk, N., Dokiienko, L., Nakonechna, O., Kreidych, I. (2021). Financial stability as a financial security indicator of an enterprise. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 4 (39), 228–240. doi: <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v4i39.241312>
4. Franchuk, V., Omelchuk, O., Melnyk, S., Kelman, M., Mykytyuk, O. (2020). Identification the ways of counteraction of the threats to the financial security of high-tech enterprises. *Business: Theory and Practice*, 21 (1), 1–9. doi: <https://doi.org/10.3846/btp.2020.11215>
5. Kvasnytska, R. S., Dotsenko, I. O., Matviychuk, L. O. (2019). Assessment of financial security of an enterprise in the system providing realization of its financial strategy. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 3 (30), 95–102. doi: <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v3i30.179691>
6. Vysotska, I., Savina, S., Mazur, K., Nahirna, M., Dorosh, I. (2021). Justification of bank financial security management strategy. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 4 (39), 58–65. doi: <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v4i39.238800>
7. Fedorushchenko, B., Baranovskiy, O. (2021). Development of the financial security system of the banking. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 5 (40), 16–27. doi: <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v5i40.244854>
8. Baranovskiy, O., Putintseva, T. (2020). The place and role of commercial banks’ liquidity in ensuring their financial security. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 3 (34), 4–18. doi: <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v3i34.215347>
9. Poltorak, A., Potryvaieva, N., Kuzoma, V., Volosyuk, Y., Bobrovska, N. (2021). Development of doctrinal model for state financial security management and forecasting its level. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 5 (13 (113)), 26–33. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.243056>
10. Sylkin, O., Shtangret, A., Ogirko, O., Melnikov, A. (2018). Assessing the financial security of the engineering enterprises as preconditions of application of anti-crisis management: practical aspect. *Business and Economic Horizons*, 14 (4), 926–940. doi: <https://doi.org/10.15208/beh.2018.63>
11. Mulyk, Ya. I. (2013). Sutnist poniattia «finansova bezpeka pidpriemstva»: systematyzatsiya naukovykh pohliadiiv. *Zbirnyk naukovykh prats Vinnytskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu*, 3 (80), 195–206.
12. Mandzinovska, Kh. O., Shtanhret, A. M., Kotliarevskiy, Ya. V., Melnykov, O. V. (2016). Finansova bezpeka mashynobudivnoho

pidpryemstva: metodychni zasady formuvannia ta zabezpechennia. Lviv: Ukr. akad. druzarstva, 226.

13. Susidenko, O. V. (2014). Metody ta kryteriyi formuvannia i pidvyschennia finansovoi bezpeky pidpryemstva. Naukovi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya: Ekonomika, 2, 129–133.
14. Mohylina, L. A. (2014). Naukovo-teoretychni osnovy ekonomichnoi nestabilnosti v konteksti yii vplyvu na finansovu bezpeku pidpryemstv. Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy, 39, 127–134.
15. Leliuk, S. V. (2017). Theoretical and methodological basis of financial security monitoring. Ekonomika. Finansy. Pravo, 5, 23–27.
16. Orlyk, O. V. (2015). Mekhanizm upravlinnia finansovo-ekonomichnoiu bezpekoiu pidpryemstva ta yoho osnovni skladovi. Finansovo-kredytna diyalnist: problemy teorii i praktyky, 2, 222–232.
17. Pererva, P., Kobieliava, T., Kuchynskiy, V., Garmash, S., Danko, T. (2021). Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety. Studies of Applied Economics, 39 (5). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.5111>
18. State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
19. Kharkivskiy plytkovy zavod. Available at: <http://www.plitka.kharkov.ua/>

DOI: 10.15587/1729-4061.2022.254485

ECONOMIC EVALUATION OF DIGITAL MARKETING MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE (p. 24–30)

Yuliia Tataryntseva

National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”,
Kharkiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2910-9280>

Oleksandr Pushkar

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,
Kharkiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3592-3684>

Olena Druhova

Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture,
Kharkiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2404-1910>

Svitlana Osypova

National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”,
Kharkiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2381-1901>

Anastasiya Makarenko

National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”,
Kharkiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1816-130X>

Aleksandr Mordovtsev

Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture,
Kharkiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1653-5440>

The meaning of the “digital marketing management” concept that takes into account the role of customer impressions and emotional response as prerequisites for activating targeted actions is clarified. It is proved in the paper that one of the most important criteria of digital marketing management effectiveness is the formation of user impressions.

The issues of digital marketing management evaluation are generalized. It was found that modern methods of economic evaluation do not take into account the emotional component of content perception. It is proposed to introduce qualitative evaluation of impressions along with quantitative methods of digital marketing

management. Digital marketing formats are systematized according to the ability to track customer feedback after interacting with a particular format. It was found that the most popular formats of digital marketing in 2021 were those that take feedback into account. In particular, companies spend their budgets for SMM – 75 %, banner advertising – 71 %, and for sharing they mostly choose social networks: Facebook – 88 %, Instagram – 78 %, Google – 75 % and YouTube – 71 %.

Methodical recommendations to substantiate the economic evaluation of digital marketing management are proposed. Based on the concept of impression economy, the method of assessing the impressions of users by reviewing their reactions on social networks is analyzed. SWOT analysis of user impressions is made, and it is proposed to choose digital content, which is more emotional.

The proposed methodological recommendations reflect the results of the effectiveness of digital marketing management both in quantitative (assessment of absolute and relative indicators) and qualitative forms (assessment of impressions).

Keywords: digital marketing management, economic evaluation, advertising campaign, SWOT analysis.

References

1. Kak izmenilsya rynek e-grocery v Ukraine i mire v 2021 godu. Dannye Zakaz.ua. Available at: <https://retailers.ua/news/mneniya/13090-kak-izmenilsya-ryinok-e-grocery-v-ukraine-i-mire-v-2021-godu-dannye-zakazua>
2. Dunayev, I., Kud, A., Latynin, M., Kosenko, A., Kosenko, V., Kobzev, I. (2021). Improving methods for evaluating the results of digitizing public corporations. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 6 (13 (114)), 17–28. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.248122>
3. Vasylytsiv, N. M., Rozhko, N. Ya. (2018). Modern trends of digital marketing. Ekonomika i suspilstvo, 15, 232–236. Available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/36.pdf
4. Pain, Dzh., Hilmor, H. (2020). Ekonomika vrazhen: bytva za chas, uvahu ta hroshi klienta. Alpina publisher, 368.
5. Pushkar, O., Kurbatova, Y., Druhova, O. (2017). Innovative methods of managing consumer behaviour in the economy of impressions, or the experience economy. Economic Annals-XXI, 165 (5-6), 114–118. doi: <https://doi.org/10.21003/ea.v165-23>
6. Ugolkov, I., Karyy, O., Skybinskyi, O., Ugolkova, O., Zhezhukha, V. (2020). The evaluation of content effectiveness within online and offline marketing communications of an enterprise. Innovative Marketing, 16 (3), 26–36. doi: [https://doi.org/10.21511/im.16\(3\).2020.03](https://doi.org/10.21511/im.16(3).2020.03)
7. Xiao, L., Zhang, Y., Fu, B. (2019). Exploring the moderators and causal process of trust transfer in online-to-offline commerce. Journal of Business Research, 98, 214–226. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.069>
8. Hrabovskiy, Y., Yevsyeyev, O., Pandorin, A. (2018). Development of a method for the creation of 3D advertising printing products. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 6 (2 (96)), 6–18. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2018.147325>
9. Davidaviciene, V., Meidute-Kavaliauskiene, I., Paliulis, R. (2019). Research on the Influence of Social Media on Generation Y Consumer Purchase Decisions. Marketing and Management of Innovations, 4, 39–49. doi: <https://doi.org/10.21272/mmi.2019.4-04>
10. Hitka, M., Pajtinkova-Bartakova, G., Lorincova, S., Palus, H., Pinak, A., Lipoldova, M. et. al. (2019). Sustainability in Marketing through Customer Relationship Management in a Telecommunication Company. Marketing and Management of Innovations, 4, 194–215. doi: <https://doi.org/10.21272/mmi.2019.4-16>
11. Epstein, M. J., Yuthas, K. (2007). Evaluating the effectiveness of Internet marketing initiatives. Marketing Strategy. Available

- at: https://www.cimaglobal.com/Documents/ImportedDocuments/Tech_MAG_Evaluating_Internet_Marketing_April06.pdf
12. Blyzniuk, V. (2021). Metrics in digital marketing of trade enterprises. *Marketing and Digital Technologies*, 5 (2), 36–47. doi: <https://doi.org/10.15276/mdt.5.2.2021.4>
 13. Raudeliūnienė, J., Davidavičienė, V., Tvaronavičienė, M., Jonuška, L. (2018). Evaluation of Advertising Campaigns on Social Media Networks. *Sustainability*, 10 (4), 973. doi: <https://doi.org/10.3390/su10040973>
 14. Krizanova, A., Lázároiu, G., Gajanova, L., Kliestikova, J., Nandanyiova, M., Moravcikova, D. (2019). The Effectiveness of Marketing Communication and Importance of Its Evaluation in an Online Environment. *Sustainability*, 11 (24), 7016. doi: <https://doi.org/10.3390/su11247016>
 15. Hartman, K. (2020). *Digital marketing analytics: in theory and in practice*. Ostmen Bennettsbridge Publishing Services, 265.
 16. Oklander, M. A., Romanenko, O. O. (2015). Specific differences in digital marketing from internet marketing. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "Kyivskiy politekhnichnyi instytut"*, 12, 362–371. Available at: http://dspace.opu.ua/jspui/bitstream/123456789/6799/1/evntukpi_2015_12_54.pdf
 17. Biloš, A., Ružić, I., Kelić, I. (2014). Online and Offline Media Effectiveness Based on Shopping Center Communication Objectives. *International Conference "An Enterprise Odyssey: Leadership, Innovation and Development for Responsible Economy"*. Zadar. Available at: https://www.researchgate.net/publication/262955424_Online_And_Offline_Media_Effectiveness_Based_On_Shopping_Center_Communication_Objectives
 18. García, D. A., García, S. G., Blanco, T. P., Sánchez, J. (2019). Integrated marketing communication in the digital environment. Advertiser attitudes towards online communication techniques. *Estudos em Comunicação*, 29, 241–258. doi: <https://doi.org/10.25768/fal.ec.n29.a15>
 19. Baranauskas, G. (2020). Digitalization Impact on Transformations of Mass Customization Concept: Conceptual Modelling of Online Customization Frameworks. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 120–132. doi: <https://doi.org/10.21272/mmi.2020.3-09>
 20. Koob, C. (2021). Determinants of content marketing effectiveness: Conceptual framework and empirical findings from a managerial perspective. *PLOS ONE*, 16 (4), e0249457. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0249457>
 21. Bennett, P. (2021). Marketing effectiveness: how to measure it & present to external stakeholders. HubSpot. Available at: <https://blog.hubspot.com/marketing/easy-ways-to-measure-the-effectiveness-of-your-content>
 22. John, S. P., De'Villiers, R. (2020). Elaboration of marketing communication through visual media: An empirical analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 102052. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102052>
 23. Indzhiev, A. A. (2021). Modern methodology for assessing the effectiveness of enterprise management in the IT sector. *Innovatsii i investitsii*, 2, 55–57. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-metodologiya-otsenki-effektivnosti-upravleniya-predpriyatiyami-v-sfere-it>
 24. *Creating digital experiences for anxious audiences* (2017). Available at: <https://www.velir.com/ideas/2017/07/27/creating-digital-experiences-for-anxious-audiences>
 25. Shkalova, A. (2021). Doslidzhennia digital-reklamy: khto ta kudy napravliav reklamni biudzhety. Available at: <https://vctr.media/ua/doslidzhennya-digital-reklami-khto-ta-kudi-napryavlyav-reklamni-byudzheti-112543/>
 26. Bondareva, O. (2021). Kak social selling pomogaet kompaniyam privlekat klientov. Available at: <https://admitad.academy/kak-social-selling-pomogaet-kompaniyam-privlekat-klientov/>
 27. Savytska, O. M., Salabaj, V. O. (2019). Efficiency of activity and management of the enterprise: features of application of theory, methodology and performance of analytical researches. *Efektynva Ekonomika*, 6. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.6.55>

DOI: 10.15587/1729-4061.2022.254839

ANALYSIS OF THE EFFECT OF E-CURRENCIES ON FINANCIAL PERFORMANCE BASED ON INFORMATION TECHNOLOGY (p. 31–37)

Salma Mansour Saad

Mustansiriyah University, Baghdad, Iraq

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9434-8096>

Ali Khazaal Jabbar

University of Misan, Amarah, Misan, Iraq

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001>

E-currency is a form of digital currency that employs encryption to safeguard transactions, limit the manufacture of new units, and verify asset transfers. Bitcoin exchange rates and returns are the primary subjects of this study. In order to measure volatility, the standard deviation of logarithmic returns is determined. This study used a special test to determine whether or not the data were normal. Findings of high volatility were also made using a plot, a statistical process control chart, and other methods. Normality test (casual test) has been investigated accordingly to approve and validate the results. The F-test has been considered as the main indicator for the validity of the results. It has been based on the F-value of 9.3. As well as the financial performance has been done using the time and currency with upper and lower limits. The maximum limit is 34 with a G-value of 0.34. Furthermore, market return-based e-currency has been investigated and analyzed using free and fixed limits for both main variables time and currency. According to these data, the greatest value is 23 in fixed limit circumstances, while it is 18.4 in broad trend cases. The financial performance-based ANP method has been examined using the ANP approach with return values for the currency. The upper limit reached 544 with 0.43 as a G-value. An increasing number of people are valuing volatility. Because of the present high level of volatility, investing in Bitcoin is seen as a high-risk endeavor. The purpose of this study is to assist investors in developing a strategy that maximizes returns while minimizing risk.

Keywords: ANP, finance, e-currency, information technology, financial performance, financial prediction.

References

1. Okafor, A., Adeleye, B. N., Adusei, M. (2021). Corporate social responsibility and financial performance: Evidence from U.S tech firms. *Journal of Cleaner Production*, 292, 126078. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126078>
2. Ichsan, R., Suparmin, S., Yusuf, M., Ismal, R., Sitompul, S. (2021). Determinant of Sharia Bank's Financial Performance during the Covid-19 Pandemic. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4 (1), 298–309. doi: <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1594>
3. Hannon, A., Al-Sartawi, A. M. A. M., Khalid, A. A. (2021). Relationship Between Financial Technology and Financial Performance. *The Big Data-Driven Digital Economy: Artificial and Computational Intelligence*, 337–344. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-030-73057-4_26
4. Barauskaite, G., Streimikiene, D. (2020). Corporate social responsibility and financial performance of companies: The puzzle of concepts, definitions and assessment methods. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28 (1), 278–287. doi: <https://doi.org/10.1002/csr.2048>

5. Nguyen, T. H. H., Elmagrhi, M. H., Ntim, C. G., Wu, Y. (2021). Environmental performance, sustainability, governance and financial performance: Evidence from heavily polluting industries in China. *Business Strategy and the Environment*, 30 (5), 2313–2331. doi: <https://doi.org/10.1002/bse.2748>
6. Ramzan, M., Amin, M., Abbas, M. (2021). How does corporate social responsibility affect financial performance, financial stability, and financial inclusion in the banking sector? Evidence from Pakistan. *Research in International Business and Finance*, 55, 101314. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101314>
7. Liu, Y., Saleem, S., Shabbir, R., Shabbir, M. S., Irshad, A., Khan, S. (2021). The relationship between corporate social responsibility and financial performance: a moderate role of fintech technology. *Environmental Science and Pollution Research*, 28 (16), 20174–20187. doi: <https://doi.org/10.1007/s11356-020-11822-9>
8. Hameedi, K. S., Al-Fatlawi, Q. A., Ali, M. N., Almagtome, A. H. (2021). Financial performance reporting, IFRS implementation, and accounting information: Evidence from Iraqi banking sector. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8 (3), 1083–1094. doi: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1083>
9. Bruna, M. G., Lahouel, B. B. (2022). CSR & financial performance: Facing methodological and modeling issues commentary paper to the eponymous FRL article collection. *Finance Research Letters*, 44, 102036. doi: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102036>
10. Kuo, T.-C., Chen, H.-M., Meng, H.-M. (2021). Do corporate social responsibility practices improve financial performance? A case study of airline companies. *Journal of Cleaner Production*, 310, 127380. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127380>
11. Baah, C., Opoku-Agyeman, D., Acquah, I. S. K., Agyabeng-Mensah, Y., Afum, E., Faibil, D., Abdoulaye, F. A. M. (2021). Examining the correlations between stakeholder pressures, green production practices, firm reputation, environmental and financial performance: Evidence from manufacturing SMEs. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 100–114. doi: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.10.015>
12. Bahta, D., Yun, J., Islam, M. R., Bikanyi, K. J. (2020). How does CSR enhance the financial performance of SMEs? The mediating role of firm reputation. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34 (1), 1428–1451. doi: <https://doi.org/10.1080/1331677x.2020.1828130>
13. Gawron, M., Strzelecki, A. (2021). Consumers' Adoption and Use of E-Currencies in Virtual Markets in the Context of an Online Game. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16 (5), 1266–1279. doi: <https://doi.org/10.3390/jtaer16050071>
14. Levi, D. A. (2019). The typology problem of digital currencies and their role in global digital economy development. *Revista ESPACIOS*, 40 (16). Available at: <http://www.revistaespacios.com/a19v40n16/19401609.html>
15. Shaban, O. S. (2020). Digital Currencies: Its Features and Macroeconomic Implications. *Springer Proceedings in Business and Economics*, 477–489. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-030-38253-7_31
16. Filippou, I., Taylor, M. P. (2021). Pricing ethics in the foreign exchange market: Environmental, Social and Governance ratings and currency premia. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 191, 66–77. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.08.037>
17. Zaremba, A., Long, H., Karathanasopoulos, A. (2019). Short-term momentum (almost) everywhere. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 63, 101140. doi: <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2019.101140>
18. Mazikana, A. T. (2020). The Effects of Inflation on Preparation of Financial Statements of the Retail Sector in Zimbabwe: A Case Study of OK Zimbabwe Limited (2018–2019). *SSRN Electronic Journal*. doi: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3660417>
19. Arend, R. J. (2021). Comprehensive Opportunity Assessment Using Commercial and Moral Intensities. *Administrative Sciences*, 11 (4), 148. doi: <https://doi.org/10.3390/admsci11040148>
20. Whyte, C. (2019). Cryptoterrorism: Assessing the Utility of Blockchain Technologies for Terrorist Enterprise. *Studies in Conflict & Terrorism*, 1–24. doi: <https://doi.org/10.1080/1057610x.2018.1531565>
21. Dabrowski, M. (2017). Potential Impact of Financial Innovation on Financial Services and Monetary Policy. *SSRN Electronic Journal*. doi: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3009307>
22. Polillo, S. (2012). Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication. *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Globalization*. doi: <https://doi.org/10.1002/9780470670590.wbeog528>
23. Farooqui, S. A. (2022). “Digital Currencies” an unsecure and unclear economic window, need to regulate or to ban in India. *RESEARCH REVIEW International Journal of Multidisciplinary*, 7 (1), 58–64. doi: <https://doi.org/10.31305/rrijm.2022.v07.i01.008>
24. Kobrin, S. J. (1997). Electronic Cash and the End of National Markets. *Foreign Policy*, 107, 65. doi: <https://doi.org/10.2307/1149333>
25. Jacynycz, V., Calvo, A., Hassan, S., Sánchez-Ruiz, A. A. (2016). Betfunding: A Distributed Bounty-Based Crowdfunding Platform over Ethereum. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 403–411. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-319-40162-1_44
26. Silahtaroglu, G., Dinçer, H., Yüksel, S. (2021). Defining the Significant Factors of Currency Exchange Rate Risk by Considering Text Mining and Fuzzy AHP. *Multiple Criteria Decision Making*, 145–168. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-030-74176-1_7

DOI: 10.15587/1729-4061.2022.255045

РОЗРОБКА МЕТОДИКИ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО ПРОТЕКЦІОНІЗМУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ (с. 6–14)

Я. С. Левченко, Н. І. Градович, В. В. Борковська, І. Г. Britchenko

Розглянуто проблему державного фінансового протекціонізму сільськогосподарської промисловості в контексті регіоналізації. Запропоновано комплексну методику державного фінансового протекціонізму сільськогосподарської промисловості в контексті регіоналізації, що враховує ІПР та цінність сільськогосподарської промисловості регіону. На підставі статистичних даних за показниками інвестиційної привабливості регіону (ІПР) та цінності сільськогосподарської промисловості регіону визначено регіони для фінансування. Сформульовано та вирішено задачу визначення долі державного фінансового протекціонізму сільськогосподарської промисловості в контексті регіоналізації. Проведено апробацію запропонованої методики експериментальним методом.

Запропоновано, під державним фінансовим протекціонізмом в контексті регіоналізації, вважати бюджетні (інвестиційні) фінансові впливання за показниками інвестиційної привабливості регіону та цінності сільськогосподарської промисловості регіону, які спрямовуються до сільськогосподарського сектору, з метою його підтримки.

Результати розрахунків показують, що розподіл фінансових коштів при наявному обсязі державних фінансів $S=1$, що виділяються на підтримку, здійснюється пропорційно. Комплексний підхід дозволив визначити чотири регіони для фінансування, при цьому регіони, які мають найбільшу цінності сільськогосподарської промисловості.

Практична цінність є для органів управління (місцевим, територіальним та ін) при розподілі коштів за вектором протекціонізму сільськогосподарської промисловості. Теоретична цінність має місце для дослідників, які займаються питаннями фінансового забезпечення, державного протекціонізму та державного адміністрування.

Ключові слова: Державне фінансування, протекціонізм, державна підтримка, сільськогосподарська промисловість, інвестиційна привабливість.

DOI: 10.15587/1729-4061.2022.254234

ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ В ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ (с. 15–23)

П. В. Пронза, Т. Б. Кузенко, Н. В. Сабліна

Отримані результати довели необхідність розробки стратегічних заходів управління фінансовою безпекою підприємств. Проведено аналіз підходів до поняття сутності категорій «управління» та «фінансова безпека підприємства», узагальнено та надано авторське бачення сутності поняття «управління фінансовою безпекою підприємства». Досліджено тенденції розвитку підприємств промисловості з метою визначення основних показників, що визначають рівень фінансової безпеки підприємств галузі. Проведено дослідження інструментів стратегічного управління фінансовою безпекою промислових підприємств. Встановлено, що побудова регресійної моделі дасть змогу керівництву підприємства відстежувати вплив детермінованих факторів на зміну рівня фінансової безпеки підприємства та вносити корективи в процес прийняття управлінських рішень щодо фінансової безпеки підприємства. Завдяки цьому стало можливо побудувати дерево цілей, на якому згруповано та поділено стратегічні заходи щодо управління фінансовою безпекою підприємства. Сформовано стратегічну карту, що взаємопов'язує всі процеси діяльності підприємства і сприяє покращенню рівня управління фінансовою безпекою підприємства. Проведене експертне дослідження пошуку оптимального підходу до забезпечення фінансової безпеки підприємства. Підтверджено, що для поліпшення рівня управління фінансовою безпекою підприємства потрібно оптимізувати торгівельно-технологічний процес для отримання у майбутньому максимального прибутку. Це слугуватиме поліпшенню стану усіх елементів системи управління фінансовою безпекою підприємства. Таким чином є підстави стверджувати, що стратегічні напрями управління фінансовою безпекою промислових підприємств доцільно визначати з використанням моделей регресії та ієрархії.

Ключові слова: управління фінансовою безпекою підприємства, регресійна модель, метод ієрархій, стратегічна карта.

DOI: 10.15587/1729-4061.2022.254485

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВИМ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ (с. 24–30)

Ю. Л. Татаринцева, О. І. Пушкар, О. С. Другова, С. К. Осипова, А. Б. Макаренко, О. С. Мордовцев

Уточнено сутність поняття «управління цифровим маркетингом» з урахуванням ролі вражень та емоційного відгуку клієнтів, як передумови активізації їхніх цільових дій. Доведено, що одним з найважливіших критеріїв ефективності управління цифровим маркетингом є формування вражень користувачів.

Узагальнено проблеми оцінки управління цифровим маркетингом. Виявлено, що сучасні методи економічної оцінки не враховують емоційну складову сприйняття контенту. Запропоновано поряд із кількісними методами оцінки управління цифровим маркетингом ввести якісні – оцінку вражень. Систематизовано формати цифрового маркетингу відповідно до можливості відстежити зворотній зв'язок від клієнта після взаємодії із певним форматом. Виявлено, що до найбільш популярних форматів цифрового

маркетингу у 2021 р. відносяться формати із можливістю врахування зворотного відгуку, зокрема підприємства витрачають бюджети на SMM – 75 %, банерну рекламу – 71 %, а для її поширення – здебільшого обирають соціальні мережі: Facebook – 88 %, Instagram – 78 %, Google – 75 % та YouTube – 71 %.

Запропоновано методичні рекомендації щодо обґрунтування економічної оцінки управління цифровим маркетингом на підприємстві. Базуючись на концепції економіки вражень обґрунтовано спосіб оцінки вражень користувачів шляхом врахування їхніх реакцій у соціальних мережах. Побудовано матрицю SWOT-аналізу вражень користувачів, на основі чого пропонується здійснювати вибір на користь більш емоційного цифрового контенту.

Використання запропонованих методичних рекомендацій відображає результати ефективності управління цифровим маркетингом як у кількісній (оцінка за абсолютними і відносними показниками), так і в якісній формах (оцінка вражень).

Ключові слова: управління цифровим маркетингом, економічна оцінка, рекламна кампанія, SWOT-аналіз.

DOI: 10.15587/1729-4061.2022.254839

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЕЛЕКТРОННИХ ВАЛЮТ НА ФІНАНСОВІ ПОКАЗНИКИ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ (с. 31–37)

Salma Mansour Saad, Ali Khazaal Jabbar

Електронна валюта є формою цифрової валюти, що використовує шифрування для захисту транзакцій, обмеження виробництва нових одиниць та перевірки передачі активів. Основними об'єктами даного дослідження є обмінний курс та дохідність біткоїну. Для вимірювання волатильності визначається стандартне відхилення логарифмічної дохідності. Для визначення нормальності даних у роботі використовувався спеціальний тест. Також з використанням графіка, карти статистичного управління процесами та інших методів були зроблені висновки про високу волатильність. Для підтвердження результатів було досліджено тестування даних на нормальність (випадковий тест). В якості основного показника достовірності результатів розглядався F-тест. Значення F склало 9.3. Фінансові показники розраховані з використанням часу та валюти з верхніми та нижніми межами. Максимальна межа становить 34 при значенні G 0,34. Крім того, з використанням вільних та фіксованих лімітів була досліджена та проаналізована електронна валюта, заснована на ринковій дохідності для обох основних змінних часу та валюти. Згідно з цими даними, найбільше значення становить 23 в умовах фіксованої межі та 18,4 за загальної тенденції. Метод MAC, заснований на фінансових показниках, був вивчений з використанням підходу MAC зі значеннями дохідності для валюти. Верхня межа досягла 544 при значенні G 0,43. Дедалі більше людей оцінюють волатильність. Через нинішній високий рівень волатильності інвестування в біткоїн вважається високоризикованим напрямком. Метою даного дослідження є допомога інвесторам у розробці стратегії максимального збільшення дохідності за мінімізації ризику.

Ключові слова: MAC, фінанси, електронна валюта, інформаційні технології, фінансові показники, фінансове прогнозування.