

Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

---

National University  
«Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

# ЕКОНОМІКА І РЕГІОН

№ 3 (82) 2021

---

# ECONOMICS AND REGION

Vol. 3 (82) 2021



[www.eir.nupp.edu.ua](http://www.eir.nupp.edu.ua)

Полтава 2021

---

Poltava 2021

# ЕКОНОМІКА І РЕГІОН

№ 3 (82)  
2021



ECONOMICS AND REGION



Національний університет «Полтавська політехніка  
імені Юрія Кондратюка»

Вересень 2021 р.

## РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

- ОНИЩЕНКО В.О.** – головний редактор, д.е.н., проф., ректор Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;
- ЧЕРНИШ І.В.** – заступник головного редактора, д.е.н., проф., директор навчально-наукового інституту фінансів, економіки і менеджменту Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;
- СІВЦЬКА С.П.** – відповідальний секретар, к.е.н., доц., проректор з наукової та міжнародної роботи Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;
- ВАРНАЛІЙ З.С.** – д.е.н., проф., професор кафедри фінансів Київського національного університету імені Т.Г. Шевченка (за згодою);
- ГРИШКО В.В.** – д.е.н., проф., завідувач кафедри публічного управління, адміністрування та права Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;
- ДУБЦЕВ В.П.** – д.е.н., проф., професор кафедри економічної теорії та економічної кібернетики Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;
- КОЗАЧЕНКО Г.В.** – д.е.н., проф., професор кафедри економічної безпеки та фінансових розслідувань Національної академії внутрішніх справ (за згодою);
- КОМЕЛІНА О.В.** – д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту і логістики Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;
- КОРГАНАШВІЛІ Л.Д.** – д.е.н., проф., керівник центру забезпечення якості та наукової діяльності Міжнародної школи туризму Тбіліського державного університету імені І. Джавахішвілі (за згодою);
- ОНИЩЕНКО С.В.** – д.е.н., проф., професор кафедри фінансів, банківського бізнесу та оподаткування Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;
- ПАЛАЩАКОВА ДАНІЕЛЛА** – доктор філософії (PhD), молодший науковий співробітник кафедри економічної теорії Технічного університету у Кошице (Словаччина) (за згодою);
- ПТАЩЕНКО Л.О.** – д.е.н., проф., завідувач кафедри фінансів, банківського бізнесу та оподаткування Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;
- РОЛЬНИК-САДОВСЬКА Є.** – доктор (Dr), асоц. професор, заступник декана з навчальної роботи факультету менеджменту Білостоцької Політехніки, м. Білосток (Польща) (за згодою);
- РЯЩЕНКО Вікторія** – д.е.н., асоц. професор, Університет ISMA (Латвія) (за згодою);
- ХУНЬСТ Аніца** – д.ф., проф., проректор Університету Північ (Хорватія) (за згодою);
- ЧЕВГАНОВА В.Я.** – к.е.н., проф., завідувач кафедри економіки, підприємництва та маркетингу Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;
- ЧИЧКАЛО-КОНДРАЦЬКА І.Б.** – д.е.н., проф., завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та туризму Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

*Журнал «Економіка і регіон» Внесений до переліку наукових фахових видань України (наказ МОН України 1279 від 16.11.2014, зі змінами згідно наказу № 157 від 09.02.2021).*

Вид видання – науковий журнал.  
Концепція журналу базується на багаторічному науковому, фаховому висвітленні актуальних проблем економіки України і світу.

*Основні рубрики: економіка та управління національним господарством; розвиток продуктивних сил і регіональна економіка; економічна теорія та історія економічної думки, світове господарство і міжнародні економічні відносини; економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності); економіка природокористування й охорона навколишнього середовища; демографія, економіка праці, соціальна економіка та політика; гроші, фінанси і кредит; бухгалтерський облік, аналіз та аудит; статистика; математичні методи, моделі й інформаційні технології в економіці; економічна безпека держави та суб'єктів господарювання.*

Видається з липня 2003 р.  
Виходить чотири рази на рік.  
Свідоцтво про державну реєстрацію  
КВ 24613-14553 ІПР, видане 29.10.2020 р.  
Міністерство юстиції України

Засновник і видавець журналу –  
Національний університет «Полтавська  
політехніка імені Юрія Кондратюка»

Назва, концепція, зміст і дизайн журналу «ЕІР» є інтелектуальною власністю редакції журналу «Економіка і регіон» та охороняється законом про авторські й суміжні права. При передрукуванні посилання на журнал «ЕІР» обов'язкове.

Матеріали друкуються мовою оригіналу.  
Відповідальність за точність поданих даних несуть автори матеріалів, редакція не завжди поділяє думку авторів.

**ISSN 2218-1199 (Print)**  
**ISSN 2414-0538 (Online)**  
**ПЕРЕДПЛАТНИЙ ІНДЕКС 98763**

Рекомендовано до друку Вченою радою Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (прот. № 2а від 02.09.2021)  
Верстка Л.А. Свистун  
Коректор англ. Ю.Ю. Гришко  
Коректор укр. Я.В. Новічкова.  
Здано до набору 02.09.2021.  
Підписано до друку 05.09.2021.  
Формат 60x80 1/8. Обл.-видавн. арк. 16,27.  
Тираж 300 прим. Замовлення № 138.  
Надруковано поліграфцентром Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».  
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції  
ДК № 7019 від 19.12.2019 р.  
Адреса: 36011, Полтава,  
Першотравневий просп., 24.  
Тел.: (0532) 57-32-20;  
e-mail: [ejr@nupp.edu.ua](mailto:ejr@nupp.edu.ua);  
Сайт журналу: <http://ejr.nupp.edu.ua/>

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

- 6 **О. Комеліна, В. Гришко, М. Лега.** Перспективи розвитку ринку органічного виробництва в Україні
- 15 **Г. Шарий, В. Дубіщев.** Розвиток земельних відносин у системі продуктивних сил суспільства
- 23 **Л. Болдирєва, А. Чайкіна.** Цифрова модернізація економічних процесів в Україні в умовах євроінтеграції
- 29 **О. Редкін, О. Зима, Р. Пахомов, О. Цвігуненко.** Актуальні завдання, процедури та інструменти управління інноваційно-високотехнологічним розвитком України
- 36 **С. Білько.** Інституційне забезпечення інформаційної безпеки України

## РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

- 42 **І. Черниш, В. Маховка, Н. Бакало.** Характеристика та особливості спеціалізованих видів туризму Полтавського регіону
- 49 **Н. Бакало, В. Маховка, А. Глєбова.** Порівняльний аналіз позиціонування брендів у готельно-ресторанному бізнесі Полтавського регіону

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ (за видами економічної діяльності)

- 55 **К. Корюхіна, В. Рященко, А. Станкевич, І. Черниш.** Концептуальні основи корпоративного управління під час кризи на прикладі сфери гостинності Латвії
- 62 **Л. Юрчишина, М. Белобородова, Т. Калюжна.** Компетентнісний підхід як чинник ефективної кадрової політики туристичного підприємства
- 69 **М. Мамедов, А. Алієв, М. Бадалов,**

**Ш. Алізада.** Визначення інвестиційної привабливості корпорації

- 73 **А. Абасова, К. Мамедова, Л. Алекперова.** Шляхи подолання обмежень теорії менеджменту
- 78 **В. Бондаренко.** Цифровий маркетинг як елемент контролю інновацій
- 84 **І. Новицька.** Науково-теоретичний підхід до управління просуванням органічної продукції
- 91 **А. Чайкіна.** Самоменеджмент як основна компетенція сучасного менеджера
- 97 **Ю. Бібик, О. Бельська.** Модель формування очікуваної вартості будівельних проектів за схемою «проекування - будівництво»

## ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

- 102 **Л. Птащенко.** Розвиток cashless-економіки на фінансовому ринку як важливого елемента економічної безпеки України
- 108 **А. Глушко, В. Скриль.** Комплексний підхід до діагностики кризового стану суб'єктів господарювання в умовах пандемії
- 115 **Ю. Худолій, Л. Свистун.** Сучасні тенденції FinTech та їх вплив на безпеку банківських установ

## СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

- 124 **Л. Радченко, А. Буряк, І. Новицька, Д. Овчаренко.** Трансформація прямих іноземних інвестицій у період пандемії

## МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ Й ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

- 133 **Е. Алієв, І. Габібов, В. Велієв, Т. Гасанова.** Застосування нечіткої логіки для аналізу ризиків інвестиційних проектів

# ECONOMICS AND REGION *Vol. 3 (82) 2021*

❖ EKOONOMIKA I REGION



National University  
«Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

September, 2021

## EDITORIAL BOARD:

- ONYSHCHENKO V.O.** – Editor-in-Chief, Doctor of Sciences (Economics), Professor, Rector of National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»;
- CHERNYSH I.V.** – Deputy Chief Editor, Doctor of Sciences (Economics), Professor, Director of Educational-Scientific Institute of Finance, Economics and Management of National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»;
- SIVITSKA S.P.** – Executive Secretary, PhD (Economics), Associate Professor, Vice-Rector for Scientific and International Work of National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»;
- VARNALII Z.S.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor at Finance Department of Kyiv National Taras Shevchenko University (with the consent);
- HRYSHKO V.V.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Head of Personnel Management, Administration and Law Department of National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»;
- DUBISHCHEV V.P.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor at Economic Theory and Economic Cybernetics Department of National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»;
- KOZACHENKO H.V.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor at Department of Economic Security and Financial Investigations of National Academy of Internal Affairs (with the consent);
- KOMELINA O.V.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Head of Management and Business Logistics Department of National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»;
- KORGANASHVILI L.D.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Head of Quality Assurance and Research Activities Centre of the International Tourism School of Tbilisi State I. Javahishvili University (with the consent);
- ONYSHCHENKO S.V.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor at Finance, Banking and Taxation Department of National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»;
- PALASHCHAKOVA DANIELLA** – PhD, Research Worker at Economic Theory Department of Technical University in Kosice (Slovakia) (with the consent);
- PTASHCHENKO L.O.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Head of Finance, Banking and Taxation Department of National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»;
- ROLLNIK-SADOVSKA E.** – Dr, Associate Professor, Vice-Dean for Educational Work of Management Faculty of Bialystok Polytechnic University (Poland) (with the consent);
- RIASHCHENKO VIKTORIA** – Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor of ISMA University (Latvia) (with the consent);
- HUNJET ANICA** – PhD, Associate Professor, Vice-Rector for Scientific and Art Work and International Cooperation, University «North» (Croatia) (with consent).
- CHEVHANOVA V.Ya** – PhD (Economics), Professor, Head of Economics, Entrepreneurship and Marketing Department of National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»;
- CHYCHKALO-KONDRATSKA I.B.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Head of International Economic Relations and Tourism Department of National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic».

*Journal “Economics and Region” is included into The register of specialized scientific publications of Ukraine (MES of Ukraine Departmental Order No. 1279 of 16.11.2014, No. 157 of 09.02.2021).*

Publication – scientific journal.  
**Conceptual paradigm** of the journal is based on the long-term scientific and professional treatment of topical problems of the world and Ukrainian economics.

*Main milestones: economics and national economy management; productive forces development and regional economy; economics theory and economic thought history; world economy and international economic relations; economics and business administration; economics of nature management and environmental protection; demography, labor economics; social economics and politics; money, finance and credit; accounting, analysis and audit; mathematic methods, models and information technologies in economics; economic security of the state and economic entities.*

Issued since July, 2003.

Four issues published yearly.

State Registration Certificate

KB 24613-14553 ПП, issued 29.10.2020  
by the Ministry of Justice of Ukraine.

The journal's founder and the owner: National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic».

The name, conceptual paradigm, content and design of the journal “Economics and Region” is the intellectual property of the journal's Editorial Board and is copyright.

Pass-through copyright.

Printed in the source language. Liability for the data precision rests with the authors.

The Editorial Board does not always share the author's opinion.

**ISSN 2218-1199 (Print)**

**ISSN 2414-0538 (Online)**

**SUBSCRIPTION INDEX 98763**

Recommended for publication by the Academic Board of National University “Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic” (№2a of 02.09.2021)

Computer-assisted makeup by L.A. Svystun

Proof-reader: Yu.Yu. Hryshko

Proof-reader: Ya.V. Novichkova.

Sent to the printer's on 02.09.2021.

Signed to print on 05.09.2021.

Page size: 60x80 1/8. Published sheets 16,27.

Circulation: 300 copies. Print Order No. 138.

Printed by the Printing and Publishing Centre of National University “Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic”. Certificate of the publishing venture entity registration in the State Register of editors, manufacturers and distributors of printed output DK No. 7019 of 19.12.2019.

Address: Pershotravnevyi Avenue, 24,

Poltava, 36011.

Phone: (0532) 57-32-20;

e-mail: eir@nupp.edu.ua;

the journal's site: <http://eir.nupp.edu.ua/>

<b>ECONOMICS AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT</b>	
6	<b>O. Komelina, V. Hryshko, M. Leha.</b> Prospects for the Development of the Organic Production Market in Ukraine
15	<b>G. Sharyi, V. Dubishchev.</b> Development of Land Relations in the System of Productive Forces of Society
23	<b>L. Boldyrieva, A. Chaikina.</b> Digital Modernization of Ukraine Economic Processes in the Context of European Integration
29	<b>O. Redkin, O. Zyma, R. Pahomov, O. Tsvihunenko.</b> Current Tasks, Procedures and Tools of Innovation-high-tech Development of Ukraine
36	<b>S. Bilko.</b> Institutional Support of Information Security of Ukraine
<b>PRODUCTIVE FORCES DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY</b>	
42	<b>I. Chernysh, V. Makhovka, N. Bakalo.</b> Characteristics and Features of Specialized Types of Tourism in Poltava Region
49	<b>N. Bakalo, V. Makhovka, A. Hliebova.</b> Comparative Analysis of Brand Positioning in Hotel and Restaurant Business in Poltava Region
<b>ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION (ACCORDING TO THE ECONOMIC ACTIVITY TYPES)</b>	
55	<b>C. Koryuhina, V. Riashchenko, A. Stankevičs, I. Chernysh.</b> Conceptual Framework for Corporate Governance in Crisis Period on Example of Hospitality Industry in Latvia
62	<b>L. Yurchyshyna, M. Bieloborodova, T. Kaliuzhna.</b> Competency-based Approach as a Factor of a Tourist Enterprise Effective Personnel Policy
69	<b>M. Mammadov, A. Aliyev, M. Badalov, Sh. Alizada.</b> Determining the Investment Attractiveness of the Corporation
73	<b>A. Abasova, K. Mamedova, L. Alekperova.</b> Methods to Overcome the Limits of Management Theory
78	<b>V. Bondarenko.</b> Digital-marketing as an Innovation Control Element
84	<b>I. Novytska.</b> Scientific and Theoretical Approach to the Management of Organic Products Promotion
91	<b>A. Chaikina.</b> Self-management as the Main Competence of the Modern Manager
97	<b>Y. Bibyk, O. Belska.</b> Methodological Foundations for Pricing of Construction Projects
<b>MONEY, FINANCE AND CREDIT</b>	
102	<b>L. Ptashchenko.</b> Development of Cashless Economy in the Financial Market as an Important Element of Economic Security of Ukraine
108	<b>A. Hlushko, V. Skryl.</b> A Comprehensive Approach to the Diagnosis of Crisis Status of Business Entities in a Pandemic Condition
115	<b>Y. Khudolii, L. Svystun.</b> Modern FinTech Trends and Their Impact on the Safety of Banking Institutions
<b>WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS</b>	
124	<b>L. Radchenko, A. Buryak, I. Novytska, D. Ovcharenko.</b> Global Investment Flows Transformation During the COVID-19 Pandemic
<b>MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMICS</b>	
133	<b>E. Aliyev, I. Habibov, V. Veliyev, T. Hasanova.</b> The Use of Fuzzy Logic for Risk Assessment in the Construction Projects

## COMPARATIVE ANALYSIS OF BRAND POSITIONING IN HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN POLTAVA REGION

Nadiia Bakalo\*, PhD (Economics), Associate Professor  
 Viktoriia Makhovka\*\*, PhD (Economics)  
 Alla Hliebova\*\*\*, PhD (Economics), Associate Professor  
 National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

\*ORCID: 0000-0002-3260-412X

\*\*ORCID: 0000-0001-7985-7792

\*\*\*ORCID 0000-0002-7030-948X

© Bakalo N., 2021

© Makhovka V., 2021

© Hliebova A., 2021

Стаття отримана редакцією 12.08.2021 р.  
 The article received by the reduction 12.08.2021.

**Review of recent sources of research and publications.** Today in the world there is a powerful system of accommodation, which formed the material and technical basis of the tourism industry – hotel and restaurant industry. This is a large number of companies around the world, united by the goal – to provide tourists with the necessary and desired services. In these conditions, the problem of finding new ways to develop the market of hotel and restaurant services, and especially renting them in the market in which they operate, is urgent.

**Setting objectives.** The following scientists made a significant contribution to the study and study of brand positioning and prospects for the development of hotel and restaurant business enterprises: L. Bezruchko, I. Mykolaichuk, O. Salimon, A. Rasulova, O. Pauk, V. Shevchuk, et al. But we decided to dwell in more detail, on the positioning of brands of hotel and restaurant business in the Poltava region.

**Basic material and results.** Fluctuations in the world market are due to the fact that countries around the world have been involved in the global hotel industry, being at fundamentally different stages of their social and economic development. This has led to countries participating in tourist flows at different levels, the content of which is determined by the size of the consumer market, the capacity of national economies, the quality of the workforce and other factors.

In the process of using the brand in their own activities (this process is called branding in the world), the following stages should be distinguished (Fig. 1).

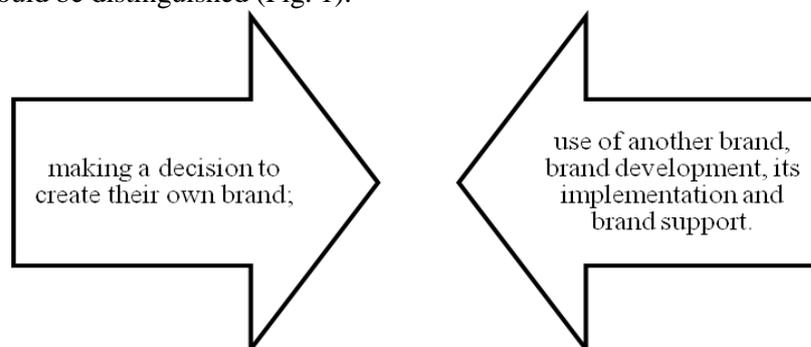
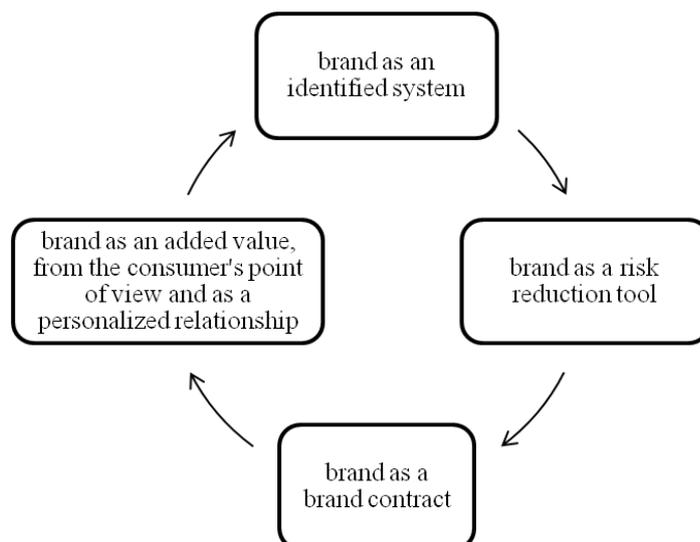


Fig. 1. Stages of hotel branding

The brand becomes an integrated combination of the impression it makes on consumers and the result of their experience in using a product that contains 4 key aspects from the company's point of view (Fig. 2).

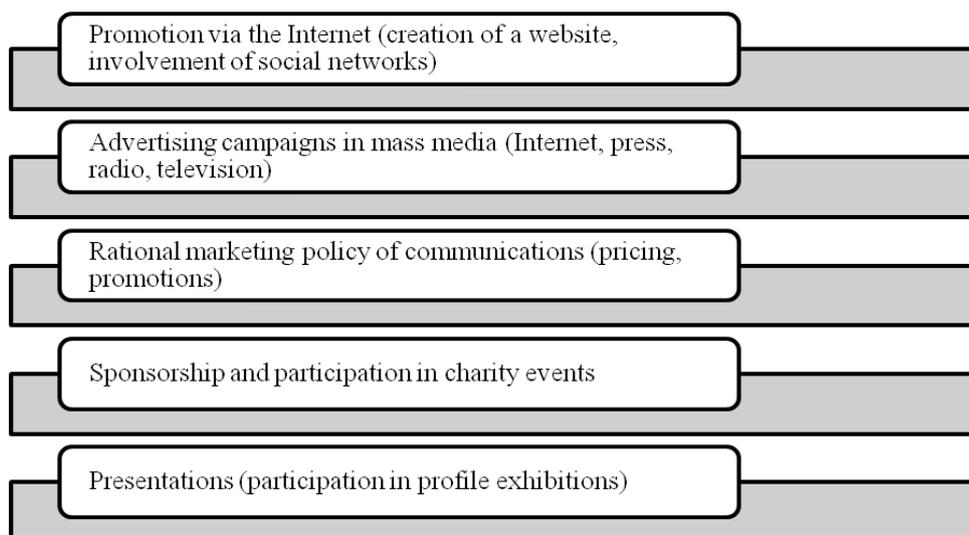


**Fig. 2. Key aspects of the brand [1].**

The main value and significant difference for consumers and at the same time the basis for creating productive relationships with them are such elements as: culture, employees, hotel development program and means of creating a hotel product (Fig. 3).

Shown in Fig. 3 ways to promote a brand require financial investment and calculation of their effectiveness. When choosing promotion methods, it is also necessary to take into account the specifics of the target audience and the mentality of the people of a particular country or region where the product will be promoted.

Under the branding in the hotel and restaurant business, scientists propose to understand the technology of creating and promoting branded travel services, activities to form a long-term preference for them, based on the increased influence of trademark, brand, advertising, materials and incentives sales to a certain segment of consumers; design and organization of points of sale of services, as well as other elements and promotions in the field of advertising, combined with a separate idea that distinguishes the services of the organization among competitors, create its image, emphasize the position and uniqueness.



**Fig. 3. Components of effective brand promotion**

The main task of branding of the hotel and restaurant business is the formation and further development of the consumer's positive associations associated with its brand.

International hotel brands such as Radisson (Kyiv, Bukovel), Accor Group, (Mercury Hotel, Kyiv 2017) Hiltonheraton Hotels & Resorts, Marriott International, Rixos (Truskavets), Leading Hotels – Donbass

Palace, Opera have entered the hotel market of Ukraine. (Kyiv) Inter Continental (Kyiv and Lviv, Kron Plaza Lviv) Reikartz Hotel Group unites 34 hotels in different cities of Ukraine [3].

Today, the services of the hotel and restaurant business in the field of tourism are in great demand and require improved service quality at a high level and diversity, in order to attract more customers. The modern development of the hospitality industry is aimed at creating innovative technologies that will help to obtain as many customers as possible, the maximum number of sales, gaining the trust of the guest, the formation of a positive image of the enterprise. And this requires improving the quality of services and improving technology.

Today, there is virtually no hotel business that does not use a variety of electronic control systems. Currently, the main innovation in the field of e-government systems is a system that allows hotel employees to communicate directly with the user through a web service, and the user can get complete information about this hotel online, book a room and more. Of course, there are electronic restaurant management systems. For more convenient operation of restaurants and created an interactive menu. The interactive menu is a screen built into the table at which visitors are seated. With the menu, they can see all the dishes presented in the restaurant, including their photos. While the food is cooking, you can entertain yourself by reading the local news or spending time with a couple of simple logic toys.

Among the many factors and factors influencing the efficiency of the hotel business, the problems of positioning the hotel brand are important. The brand warns the consumer about the source of the product and protects both the consumer and the manufacturer from competitors who try to provide products that initially seem identical. We will conduct a comparative analysis of the formation of brands of hotel business enterprises in Poltava. The subject of analysis – the best chain hotels of Poltava category of 4 stars, especially: hotel «Premier Hotel Palazzo» [3] and hotel «Reikartz Gallery Poltava» [6], and also hotel «Relax Park Verkholy» [7], «Grand Alley» [5], «Aristocrat» [8], «Everest» [9]. The positioning of brands of the studied hotels in the segments of premium hotel services is presented in table 1.

The best four-star hotel in the city Premier Hotel Palazzo is located in the center of Poltava, surrounded by restaurants, colorful cafes, shops, boutiques, museums, theaters and art galleries. Staying in a hotel guarantees incomparable aesthetic pleasure. The building itself is built in a spectacular classical style of the late XIX century. The wonderful panoramic windows of the rooms offer stunning views of the historic part of Poltava. A hotel operator is a company that specializes in the professional management of the hotel's operations to ensure its high profitability.

The main activity of the Premier hotel chain is professional management of hotels, both (networked and independent), as well as consulting and technical support of hotel facilities, from the design stage, commissioning and reorganization of long-standing facilities. Today Premier includes 16 hotels, more than 2100 rooms in 12 tourist destinations in Ukraine [14].

All hotels of the chain are united by a single standard of quality of services. Despite the fact that hotels are united by the general standard of the company, each of them tries to keep the individuality and the style of service, and also tries to adhere to relative independence in decision-making on some positions of the enterprise.

Analyzing the hotel fund of the network, you can see that most hotels are located in the city center or near it. This is advantageous, as the hotel can be reached quickly, thanks to a well-developed transport network and for guests within walking distance are the main historical and architectural monuments. Due to the official classification of hotels according to the capacity accepted in Ukraine, namely: up to 150 seats (not more than 100 rooms) – small capacity hotels, from 150 to 400 seats (up to 300 rooms) – medium capacity, more than 400 seats (over 300 rooms) – large capacity.

World chains enter the Ukrainian hotel market with caution, so they are mainly represented by one or two hotels. The exception is the Reikartz Hospitality Group, which has 35 hotels. In particular, under the brand of business hotels Reikartz Hotels & Resorts operates 23 hotels, which were systematized hotels by capacity evenly distributed throughout Ukraine, the rest of the hotels of the lower star segment [10].

Hotels of this brand provide a segment of 4-star accommodation, which are most in demand in the market of hotel services in the country.

Table 1.

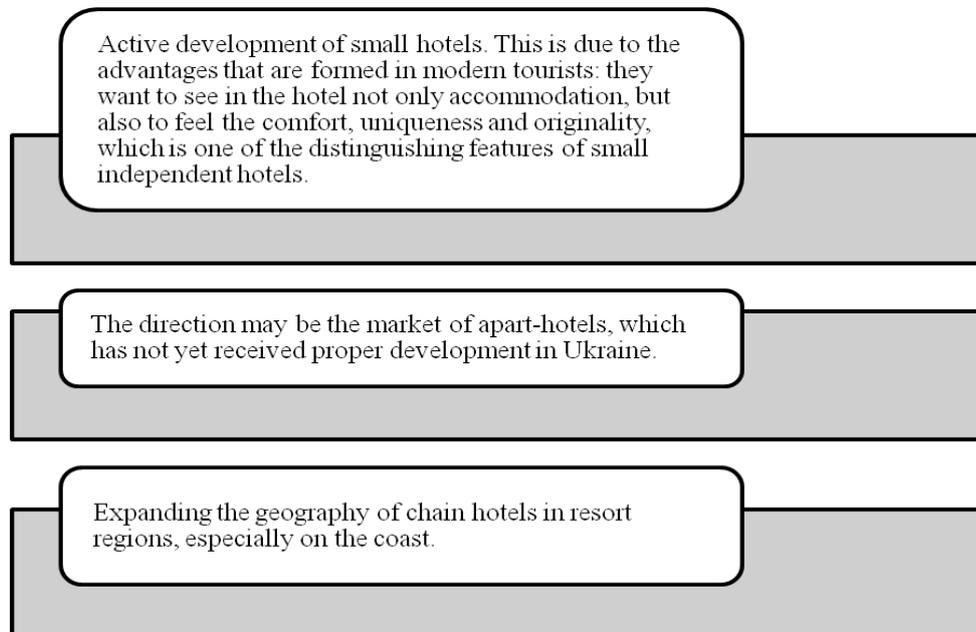
**Positioning of hotel and restaurant brands in Poltava**

Brand positioning	Brand logo
<p>The 4-star Premier Hotel Palazzo is considered a highlight and a landmark of even such a famous tourist center with a rich historical and cultural heritage.</p>	
<p>The new modern hotel "Grand Alley" is located not far from the center of Poltava, next to the main business, cultural, historical, entertainment and sports facilities. A short walk from the hotel is Korpusnyi Park – a place for recreation of Poltava residents and guests of the city.</p>	
<p>Hotel "Reikartz Gallery Poltava" is located in the historical, business and cultural center of the city of Poltava. The convenient location allows guests to easily reach the train or bus station.</p>	
<p>Hotel "Aristocrat" is located in the center of Poltava, near the theater. N. V. Gogol, 5 minutes walk from the Korpusnyi garden. Local restaurants are about 5 minutes' walk away.</p>	
<p>Panas Myrnyi Museum is a 15-minute walk away. Marusia Churai Memorial is a short walk away. The Karl Liebknecht bus stop is next to the Everest Hotel, about a 5-minute walk away.</p>	
<p>The complex is located just 10 kilometers from the center of Poltava, on the 352nd kilometer of the route Kiev - Kharkiv, turn to the village of Verkholy, in the village of Sosnivka.</p>	

We will make a certain classification of selected hotels in Poltava by capacity. Small capacity: Alley Grand Hotel (21 rooms), Everest Hotel (30 rooms), Reikartz Gallery Poltava Hotel (45 rooms), Aristocrat Hotel (46 rooms), Relax Park Verholy (72 rooms). Medium-sized hotels are represented by 1 institution: Premier Hotel Palazzo – 101 rooms. Analysis of hotels by price policy (class number – standard was taken for analysis) showed that the lowest minimum cost of living in the hotel "Everest" - 820 UAH, in the hotel "Everest" – 850 UAH, in the hotel "Grand Alley" – 1300. UAH, in the hotel "Reikartz Gallery Poltava" – 1413 UAH, in the hotel "Premier Hotel Palazzo" – 1450 UAH, "Relax Park Verkholy" – 2600 UAH [3].

Note also that each hotel has its own restaurant, which operate independently of customers staying at the hotel. They have a wide range of services and a flexible schedule, many of them work to order (weddings, birthdays, themed meetings), they are equipped with appropriate equipment for the convenience of events.

Although the global pandemic has slowed down the development of the hotel industry in the world and in Ukraine, but all crises will end sooner or later, so it is appropriate to identify prospects for further development of these hotels Fig. 4:



**Fig. 4. Prospects for further development of hotels in Poltava**

The tourism industry in many countries has been in place for decades and, despite the negative trends caused by COVID-19, will recover quickly and grow steadily, providing employment for millions of people, which will have a positive impact on the economy. In domestic conditions, tourism can and should become the driving force behind the formation of a market mechanism of management and the receipt of significant funds to the budget. Therefore, the Government of Ukraine should focus on creating favorable conditions for the hotel industry, which will stimulate not only the entry of foreign brands into the Ukrainian market, but also the creation of domestic hotel chains that meet the highest international standards [11].

The peculiarity of such cooperation is that the mutual influence (interaction) of the brands of these participants in the hotel market. The source of profit benefits for the object of study is to increase the price of a particular hotel product, as well as increase sales of goods. There were no significant changes in the market during the period under review.

**Conclusions.** Thus, the leading hotels of Poltava have powerful brands with strong market positions and high customer loyalty, which gives hotels significant advantages. In particular, it reduces the risk of competition, makes the brand resistant to possible economic or market crises, mitigates consumer reaction to price fluctuations, opens opportunities for brand expansion. At the same time, the market of hotel and restaurant services is very crowded, new players appear every year, so it is important to constantly improve brand management.

**REFERENCES:**

1. Romat Ye. (2016). Systema brend-marketynhovykh komunikatsii. *Tovary i rynky*. No 1. P.16–24.
2. Zhelizniak A. (2014). Vyznannia torhovoï marky brendom – chastyna stratehii pidvyshchennia konkurentospromozhnosti TNK u sferi turyzmu. *Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*. No 4(76). Pp. 133–141.
3. Booking com. Available at: <https://www.booking.com/>
4. Official site Palazzo-hotel. Available at: <https://palazzo-hotel.phnr.com/ua>
5. Official site Alleya-Grand. Available at: <http://alleya-grand.com.ua/price/>
6. Official site Reikartz. Available at: <https://reikartz.com/ru/hotels/gallery-poltava/>
7. Official site Relax Park Verholy. Available at: <http://verholy.com/>
8. Official site EVEREST. Available at: <http://everest.pl.ua/>
9. Official site Aristocrat. Available at: <https://aristokrat.poltava.ua/>

10. Bezruchko L. (2018). Current state and prospects of development of hotel chains in the world and Ukraine. *Bulletin of Lviv University. International relations series*, 45, pp.273–280.
11. Shevchuk V., Bordun O. (2020). Stratehii mizhnarodnykh hotelnykh merezh ta determinanty planuvannya yikh rozvytku v Ukraini. *Ekonomichnyi analiz*. T. 30. No 3. S. 190-196.
12. Bohomaz N. V., Zozulov O. V. (2018). *Metod intehralnoi otsinky stavlennia spozhyvachiv do torhovoï marki*. Marketynh v Ukraini. No 6. S. 30-33.
13. Vlasenko O. (2019). Novitni pidkhydy do stvorennia novoho brendu ta vyvedennia yoho na rynok. *Problemy nauky*. No 2. S. 39-42.
14. Ofitsiinyi sait hoteliu «Inter Continental Hotel». Available at: <https://www.ihg.com/intercontinental/hotels/ru/> (data zvernennia 22.03.2020).
15. International hotel chains and their effectiveness. Major global hotel chains. Available at: <https://zizuhotel.ru/en/rabotablogerom/mezhdunarodnyegostinichnye-cepi-i-ih-effektivnostosnovnye/>
16. Chorii M. (2018). Analiz ta perspektyvy rozvytku hotelnoho hospodarstva Ukrainy. *Perspektyvy rozvytku hotelno-restoranoi industrii Ukrainy: teoriia, praktyka, innovatsii rozvytku: tezy dopovidei Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii*. Mukachevo: RVV MDU. 114 p.

УДК 338.048

JEL L83

**Бакало Надія Віталіївна**, кандидат економічних наук, доцент. **Маховка Вікторія Михайлівна**, кандидат економічних наук. **Глебова Алла Олександрівна**, кандидат економічних наук, доцент. Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

**Порівняльний аналіз позиціонування брендів у готельно-ресторанному бізнесі Полтавського регіону.** Мета статті полягає в аналізі позиціонування брендів у готельно-ресторанному бізнесі в Полтавському регіоні. Розглянуто етапи, які проходять готелі у процесі використання у власній діяльності бренду. Встановлено, що бренд стає інтегрованим поєднанням того враження, яке він справляє на споживачів, і результатом їх досвіду у використанні продукту та містить чотири ключові аспекти з погляду підприємств. Головним завданням брендингу організації готельно-ресторанного бізнесу є формування й подальший розвиток у споживача позитивних асоціацій, пов'язаних з торговою маркою. У результаті дослідження було визначено, що серед численних чинників і факторів, що впливають на ефективність підприємницької діяльності готельного бізнесу, важливе значення мають проблеми позиціонування готельного бренду. Розглянуто поняття брендингу в галузі готельно-ресторанного бізнесу, також було виконано порівняльний аналіз найбільш рейтингових готелів у місті Полтава за кількістю розміщення та ціновою політикою стандартних номерів, виявлено ефективність і переваги діяльності мережевих готелів. Перспективами подальших досліджень є визначення потенційних напрямів розвитку бренду мережі готелів України.

**Ключові слова:** бренд, готельно-ресторанний бізнес, туризм, фактори, регіон.

UDC 338.048

JEL L83

**Bakalo Nadiia**, PhD (Economics), Associate Professor. **Viktoriia Makhovka**, PhD (Economics). **Hliebova Alla**, PhD (Economics), Associate Professor. **Comparative Analysis of Brand Positioning in Hotel and Restaurant Business in Poltava Region.** The purpose of the article is to study the analysis of brand positioning in the hotel and restaurant business in the Poltava region. The article considers the stages that hotels go through in the process of using the brand in their own activities. It is established that the brand becomes an integrated combination of the impression it makes on consumers and the result of their experience in using the product and contains 4 key aspects from the point of view of enterprises. The main task of branding of the hotel and restaurant business is the formation and further development of positive consumer associations associated with its brand. The study found that among the many factors and factors influencing the effectiveness of the hotel business, the problems of positioning the hotel brand are important. The article discusses the concept of branding in the hotel and restaurant business, also conducted a comparative analysis of the rating hotels in Poltava, the number of accommodation and pricing policy of standard rooms, identified the efficiency and benefits of chain hotels.

**Key words:** brand, hotel and restaurant business, tourism, factors, region.