

ISSN 2522-9087 (Print)

ISSN 2523-434X (Online)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ODESSA NATIONAL POLYTECHNIC UNIVERSITY

МАРКЕТИНГ І ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ
MARKETING AND DIGITAL TECHNOLOGIES

Науковий журнал
Scientific journal

Том 2, № 4
Volume 2, No 4

ОДЕСА 2018
ODESSA 2018

ISSN 2522-9087 (Print)
ISSN 2523-434X (Online)

Маркетинг і цифрові технології

Науковий журнал

Наукове фахове видання України.

Категорія «Б».

Економічні науки: 08.00.01, 08.00.02, 08.00.03, 08.00.04, 08.00.05, 08.00.08, 08.00.09, 08.00.10, 08.00.11

Спеціальності: 051, 071, 072, 073, 075, 076, 281

Наказ Міністерства освіти і науки України від 18 грудня 2018 року № 1412

Засновник: Одеський національний політехнічний університет

Рік заснування: 2017

Свідоцтво про державну реєстрацію:

Серія КВ №22839-12739P

Періодичність: не менш 4 разів на рік

Мова видання: українська, англійська

Журнал представлений та індексується в міжнародних наукометричних базах:

- Google Scholar
- Index Copernicus
- CiteFactor
- EBSCO
- InfoBase Index

Головний редактор

Окландер М.А., д-р екон. наук, проф.

Відповідальний редактор

Яшкіна О.І., д-р екон. наук, проф.

Редакційна колегія

Бавико О.Є., д-р екон. наук, доц.

Віктор Я., д-р екон. наук, проф. (Польща)

Давідавічене В., д-р екон. наук, проф. (Литва)

Ілляшенко С.М., д-р екон. наук, проф.

Меджибовська Н.С., д-р екон. наук, проф.

Наторіна А.О., канд. екон. наук.

Смерічевський С.Ф., д-р екон. наук, проф.

Філіппова С.В., д-р екон. наук, проф.

Фролова Л.В., д-р екон. наук, проф.

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою радою ОНПУ, протокол № 4 від 18.12.2018

Адреса

65044, Одеса, проспект Шевченка, 1, ОНПУ

Тел.: +380487058443, +3800667388533

www.mdt-opu.com.ua

E-mail: mar.didg.tech@gmail.com

Marketing and Digital Technologies

Scientific journal

Scientific Professional Edition of Ukraine.

Category «B».

Economic Sciences: 08.00.01, 08.00.02, 08.00.03, 08.00.04, 08.00.05, 08.00.08, 08.00.09, 08.00.10, 08.00.11

Specials: 051, 071, 072, 073, 075, 076, 281

Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine dated December 18, 2018 № 1412

Founder: Odessa National Polytechnic University

Founded: 2017

Certificate of state registration:

Series KB №22839-12739P

Frequency: not less than quarterly

Language: Ukrainian, English

The journal is abstracted and indexed in international databases:

- Google Scholar
- Index Copernicus
- CiteFactor
- EBSCO
- InfoBase Index

Editor in Chief

Oklander M., Dr. of Sc. (Econ), Prof.

Responsible Editor

Yashkina O., Dr. of Sc. (Econ), Prof.

Editorial Board

Bavyko O., Dr. of Sc. (Econ), Assoc. Prof.

Wiktoria J., Dr. of Sc. (Econ), Prof. (Poland)

Davidaviciene V., Dr. of Sc. (Econ), Prof. (Lithuania)

Illiashenko S., Dr. of Sc. (Econ), Prof.

Medzhybovska N., Dr. of Sc. (Econ), Prof.

Natorina A., Ph.D of Sc. (Econ).

Smerichevskiy S., Dr. of Sc. (Econ), Prof.

Filyppova S., Dr. of Sc. (Econ), Prof.

Frolova L., Dr. of Sc. (Econ), Prof.

Recommended for publishing and dissemination in the Internet by the Academic Council of the ONPU, minute № 4 by 18.12.2018

Address

65044, Odessa, Shevchenko avenue, 1, ONPU

Tel.: +380487058443, +3800667388533

www.mdt-opu.com.ua

E-mail: mar.didg.tech@gmail.com

© Одеський національний політехнічний університет, 2018

© Odessa National Polytechnic University, 2018

ЗМІСТ

CONTENT

Від редакції		<i>Editorial</i>	
Нові стандарти вищої освіти: стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (мова – українська)	4	<i>New standards for higher education: the standard of higher education in the specialty 075 «Marketing» for the first (Bachelor) level of higher education (language – Ukrainian)</i>	4
Паркітна А.Г., Тутай Ю.Б., Каминська А.М.		<i>Parkitna A.G., Tutaj J.B., Kaminska A.M.F.</i>	
Роль вимірювання ефективності маркетингу електронними інструментами бренд менеджменту (мова – англійська)	19	<i>The Role of Measuring The Efficiency of Marketing E-Toolbrand Management (language – English)</i>	19
Фомішина В.М., Федорова Н.Є.		<i>Fomishyna V.M., Fedorova N.E.</i>	
Оцінка впливу смаків та уподобань споживачів на рівень адаптації комунікативної складової комплексу маркетингу виноробних підприємств (мова – українська)	29	<i>Evaluation of consumers' preferences impact on the level of the wine enterprise marketing mix communication component adaptation (language – Ukrainian)</i>	29
Пунін Ю.О.		<i>Punin Y.</i>	
Стратегія і тактика інтернет-маркетингу компаній-дистрибуторів на B2B ринку (мова – українська)	44	<i>Strategy and tactics of internet marketing of distributors on the B2B market (language – Ukrainian)</i>	44
Гегедош К.В.		<i>Hehedosh K.</i>	
Сучасний стан інтерактивно-інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва в Карпатському Євро регіоні (мова – українська)	57	<i>The current state of interactive information provision of cross-border cooperation in the Carpathian Euroregion (language – Ukrainian)</i>	57
Яшкіна О.І., Сиротюк Н.В.		<i>Yashkina O., Syrotiuk N.</i>	
Маркетингові дослідження споживачів для вдосконалення смакових якостей вина (мова – українська)	80	<i>Marketing consumption of consumers for improvement of wine quality (language – Ukrainian)</i>	80
Наторіна А.О.		<i>Natorina A.</i>	
Управління цифровим бізнесом у контексті економічного розвитку країни (мова – англійська)	94	<i>Management of digital business in the context of country's economic development (language – English)</i>	94
Радкевич Л.А., Дубович Г.С.		<i>Radkevych L., Dubovych H.</i>	
Маркетингові дослідження перспектив розвитку беспілотних транспортних автомобілів в Україні (мова – англійська)	105	<i>Marketing research prospects for the development of unmanned vehicles in Ukraine (language – English)</i>	105

УДК 339.92(477.8:4)

JEL Classification: M 31, C 80, F 15

Гегедош Крістіан Володимирович

аспірант

Мукачівський державний університет

(Мукачево, Україна)

СУЧАСНИЙ СТАН ІНТЕРАКТИВНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В КАРПАТСЬКОМУ ЄВРОРЕГІОНІ

У науковій статті зроблена спроба дослідити інформаційно-комунікаційні відносини Україна-Європейський Союз у їх прикордонних територіях. Для аналізу останнього було обрано за об'єкт дослідження Міжрегіональну Асоціацію транскордонного співробітництва п'яти країн (Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія та Україна) – Карпатський Євросоредіє. В контексті цього за основу досліджень сучасного інформаційного забезпечення було обрано методикку оцінки побудови транскордонних он-лайн платформ на основі інструментів інтерактивного маркетингу. В результаті проведеної діагностики виявлені проблемні питання цифрового інформаційного розвитку окремих національних представництв Карпатського Євросоредіє, що в свою чергу впливає на ефективність транскордонного співробітництва для суб'єктів-учасників даного міжрегіонального утворення.

Ключові слова: Карпатський Євросоредіє, транскордонне співробітництво, національні представництва, інтерактивний маркетинг, он-лайн платформи.

DOI: 10.15276/mdt.2.4.2018.4

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими або практичними завданнями. Ефективне вирішення проблемних питань в транскордонних регіонах двох і більше суміжних держав – на рівні громади та бізнесу – на сьогодні переважно залежить від наявного інформаційного забезпечення цих прикордонних територій. Транскордонна маркетингова інформація необхідна: керівникам структурних підрозділів обласних та місцевих органів влади (зокрема при розробці прогнозів та програм соціально-економічного розвитку регіонів в умовах євроінтеграційних прагнень країни); проектним менеджерам неурядових організацій (при розробці грантових проектів транскордонного співробітництва); менеджерам компаній (зادля вивчення стану споживчих, товарних, партнерських чи конкурентських закордонних ринків).

На сьогодні сфера інформаційної цифрової економіки стає темою багатьох дискусій не тільки вітчизняних, але й закордонних структур управління, бізнесу та громадськості. І тому дослідження наявного механізму транскордонних інформаційних відносин в період становлення цифрового розвитку суспільства – набуває значної актуальності.

© 2017 The Authors. This is an open access article under the CC BY license
(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких покладений початок вирішенню даної проблеми і на які спираються автори. Концепції розвитку транскордонного співробітництва (ТКС) із використанням маркетингового та інформаційно-комунікаційного механізму досліджено в працях вчених: А. Гощинського, О. Пастернак, С. Жукова, І. Кравців, Є. Матвеев та С. Устича [1-6].

Але важливо звернути увагу і на вчених, які закладають фундамент в розвиток наукової категорії інтерактивного (цифрового) маркетингу, а це: І. Чучка, С. Ілляшенко, М. Окландер, О. Яшкіна, І. Педько, О. Фомін, С. Ковальчук, О. Ковінько, І. Лісовський, В. Скіцько [7-11].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Відмітимо, що в наукових працях українських та закордонних вчених з питань розвитку транскордонного співробітництва, міжнародного та регіонального маркетингу відсутні емпіричні дослідження щодо виявлення стану інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності регіональних прикордонних територій в контексті параметрів інтерактивного маркетингу.

Формулювання мети статті (постановка завдання). В даному науковому дослідженні діагностуватимуться наявні цифрові бази даних Карпатського Єврорегіону (як приклад міжнародної регіональної співпраці – Україна-ЄС), задля вивчення використання ними параметрів інтерактивного маркетингу.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Емпірична модель дослідження маркетингових параметрів наповнюваності транскордонних сайтів буде побудована за схемою рис. 1.



Рисунок 1 – Емпірична схема оцінювання параметрів інтерактивного забезпечення транскордонних єврорегіональних сайтів

Джерело: авторська розробка

Основною особливістю Міжрегіональної асоціації «Карпатський Єврорегіон» (КЄ) є те, що єдиної бази даних для п'яти країн немає. Це вважається недоліком, оскільки транскордонний сайт повинен бути інформованим для всіх прикордонних регіонів даного об'єднання. Сьогоднішні веб-сторінки, які будуть в подальшому досліджуватися, зорієнтовані для внутрішніх національних учасників ТКС (табл. 1).

Таблиця 1 – Інтерактивно-інформаційна мережа національних представництв КЄ

№ п/п	Назва он-лайн платформи	Електронний ресурс
1	Єврорегіон «Карпати – Україна»	http://euroregionkarpaty.com.ua/
2	Карпатський Єврорегіон Польща	http://www.karpacki.pl/euroregion-karpacki/
3	Карпатський Єврорегіон Словаччина	http://www.ker.sk/-o-zdruzeni
4	Карпатський Єврорегіон Угорщина	http://www.carpathianeuroregion.org/mukodesi-terv.html
5	Карпатський Єврорегіон Румунія	http://www.tradecarp.com/uk/index.html

Отже, в дослідженні братимуть участь національні представництва КЄ – Україна, Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія, а також розроблений польсько-український інформаційно-статистичний кластер «Інфостат»

Єврорегіон «Карпати - Україна» – це он-лайн платформа, база даних якої спрямована на підтримку інформаційного забезпечення з питань ТКС для органів місцевого самоврядування та їх об'єднань в Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській, Чернівецькій областях (рис. 2).

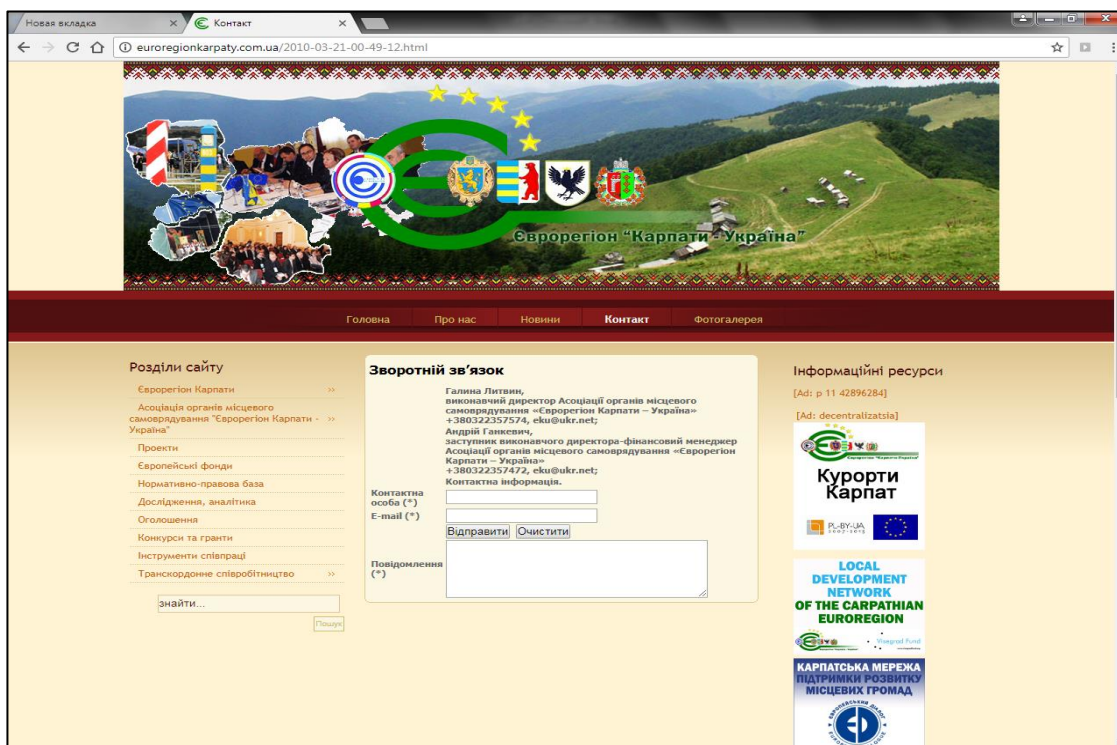


Рисунок 2 – Інтерактивні маркетингові параметри сайту Єврорегіон «Карпати-Україна» [12]

Найбільш повно інформаційну веб-мережу можна дослідити, проаналізувавши інтерактивні блоки та розділи даного сайту

Блок «Єврорегіон Карпати» містить 4 розділи (мапа КЄ, національні органи КЄ, документи та Українська національна рада КЄ), перші три з яких мають відсутні інформаційні матеріали. В останньому розділі можна ознайомитися зі складом ради національного представництва КЄ, положенням про раду та їх прийняті рішення (які востаннє висвітлені за період 2009 року).

Блок «АОМС «Єврорегіон Карпати-Україна»» містить дані про представників регіональних та муніципальних членів даного об'єднання (в закордонній практиці на останніх також є посилання у веб-режимі для більш повного ознайомлення того чи іншого члена з розвитку ТКС), організаційна структура управління та звітна діяльність за всі роки функціонування.

Блок «Дослідження, аналітика» містить інформаційні матеріали, які пов'язані з стратегіями, програмами, планами щодо соціально-економічного розвитку прикордоння. Проте зазначені публікації сконцентровані суто на львівсько-польський транскордонний регіон (план та програма реалізації Програми транскордонної співпраці Мостиського району та Перемишльського повіту на 2015-2020 роки; стратегія розвитку рекреаційного туризму польсько-української частини Карпатського Єврорегіону; стратегія транскордонного співробітництва Люблінського воєводства, Львівської області, Волинської області та Брестської області). Інформаційні дані ТКС щодо інших областей українського КЄ висвітлення, на жаль, не мають. Для прикладу – Закарпатська область також є активним учасником ТКС, однак їх аналітичних матеріалів не висвітлюють в національному представництві КЄ. На сайті Закарпатської обласної ради міститься інформація щодо історії співпраці з країнами сусідами, їх поточний стан (через назви реалізованих проєктів та їх розмір фінансування). На сайті Закарпатської обласної державної адміністрації у розділі «Транскордонне співробітництво» взагалі ніяких даних з цього не виявлено. Тому висвітлення всіх процесів ТКС щодо усіх областей на он-лайн платформі «Єврорегіон Карпати-Україна» є дуже важливим компонентом, тому що він для цього і був створений і функціонує близько 10 років.

Блок «Конкурси та гранти» містить інформацію щодо таких оголошень: грантові програми з повноцінними технічними характеристиками; набору експертів щодо проєктних ініціатив місцевих карпатських громад; моніторинг грантових програм та конкурсів; конкурси освітніх та культурних обмінів.

Блок «Інструменти співпраці» містить наступні розділи:

1. «Рада Карпатських Мас-медіа» – метою якої є реалізація спільних заходів щодо сприяння розвитку українсько-польської співпраці мас-медіа на території Карпатського Єврорегіону та ініціювання нових спільних заходів. Завдання: промоція ідеї, бачення і місії КЄ; реалізація заходів, які мають на меті розвиток співпраці між мас-медіа з прикордонних територій; організація навчань, конференцій, журналістських обмінів; промоція культури, мистецтва і традицій прикордонних регіонів з повагою до культурних відмінностей; співпраця мас-медіа з іншими національними та закордонними інституціями.

2. «Мережа місцевого розвитку української частини Карпатського Єврорегіону», де міститься загальна фоновіа інформація про мету створення даного проєкту – об'єднання агенцій регіонального/місцевого розвитку та неурядових організацій, що займаються питаннями місцевого/регіонального розвитку української частини Карпатського Єврорегіону заради підтримки спільних ініціатив через створення платформи для поширення кращих практик з питань місцевого розвитку та вироблення

спільних підходів до підтримки ініціатив місцевих громад, в тому числі з використанням інструментів транскордонної та міжрегіональної співпраці. Таким чином координатор мережі – Асоціація органів місцевого самоврядування «Євро регіон Карпати – Україна» пропонує учасникам мережі: професійні консультації для представників агенцій регіонального/місцевого розвитку з питань стратегічного планування, проектного менеджменту; налагодження партнерств і транскордонної співпраці; створення та функціонування організацій та впровадження громадських ініціатив; надання підтримки (технічної, фінансової та адміністративної) для реалізації ініціатив агенцій регіонального/місцевого розвитку; проведення тренінгів, семінарів, навчань з питань створення та функціонування агенцій регіонального/місцевого розвитку та впровадження громадських ініціатив.

Блок «Транскордонне співробітництво» містить публікаційний матеріал щодо стратегії ТКС Люблінського воєводства, Львівської області, Волинської області, Брестської області, інформаційний масив даних яких вже повторювався в блоці «Дослідження, аналітика».

Інші блоки «Європейські фонди», «Нормативно-правова база», «Оголошення» вже тривалий час не мають інформаційної наповнюваності.

В загальному на сайті є можливість зв'язатися з офісом українського представництва КЄ через електронну пошту або засобом виходу в соціальну мережу Фейсбук.

Отже, з контент-аналізу виявлено, що інформаційна спрямованість веб-платформи українського КЄ знаходиться на невтішній позиції, зокрема:

- он-лайн платформа носить переважно спрямованість Інтернет маркетингу. Інтерактив також присутній, але з відносно низьким відсотковим відношенням;
- мовний компонент сайту побудований тільки для української сторони євро регіону;
- розділи інтерактивних блоків не насичені інформацією;
- тематика сайту містить інформацію загальнооглядового характеру і призначена для ознайомлення органам місцевого самоврядування та неурядових громадських організацій;
- наявна переважно загальна фоновіа інформація про євро регіон, ніж цільова (виходячи з дослідження близько 75% на 25% відповідно);
- є наявні посилання на соціальну мережу у фейсбук та є можливість ділитися даною інформацією в соціальній он-лайн мережі;
- частота оновлень: дуже рідко (1-2 рази на місяць, а деякі сторінки вже роками не оновлюються).

Асоціація Карпатського Євро регіону Польща – це широка номенклатура інформаційних продуктів в он-лайн просторі щодо транскордонної співпраці територіальних суб'єктів управління на території Підкарпатського Воєводства та суміжних прикордонних регіонів Словаччини та України. Зокрема, зазначений веб-портал містить наступні інтерактивні блоки міжрегіональних транскордонних відносин (рис. 3).

Блоки «КЄ» та «Історія Євро регіону» містять загальну характеристику щодо утворення даного об'єднання, його передумов, національних сторін в п'яти країнах, статутні та організаційні документи.

Блок «Національні веб-сайти» наведена інформація щодо установ, які представляють сторони п'яти країн КЄ (місто знаходження офісу, номери телефонів та факсів контактних осіб, електронна пошта, посилання на сайти, загальні дані щодо площі території та чисельності населення).

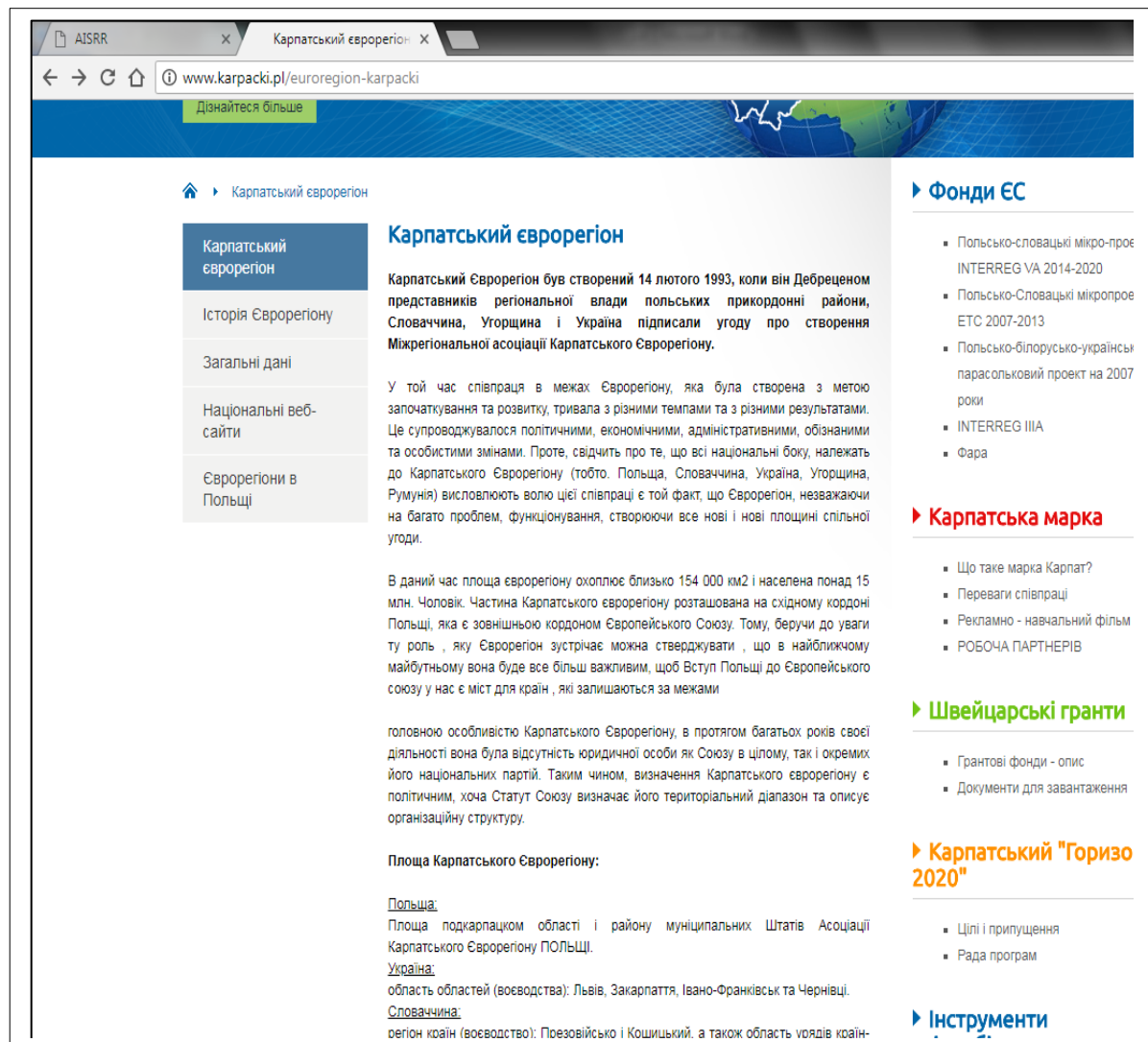


Рисунок 3 – Інтерактивні маркетингові параметри сайту Карпатського Єврорегіону Польща [13]

Блок «Єврорегіони в Польщі» містить більш науково-інформаційний масив даних, який стосується:

- визначення та детального роз'яснення понять та механізмів ТКС, єврорегіонального співробітництва, Асоціації європейських прикордонних регіонів;
- наявний фінансовий механізм єврорегіональної співпраці;
- досліджено створення і функціонування єврорегіонів у Польщі.

Блок «Фонди ЄС» містить інформаційні розділи щодо:

1. Польсько-словацьких мікро-проектів INTERREG VA 2014-2020, де подана інформація щодо програм польсько-словацької прикордонної території, яка підтримуватиметься проектами в галузі охорони здоров'я та розвитку природної і культурної спадщини, розвитку транспорту та підвищення якості освіти. Половина програмних фондів (близько 77,5 млн. євро) буде інвестована в захист, просування та розвиток ресурсів навколишнього середовища і культурної спадщини. Сума майже 56 мільйонів євро буде сприяти розвитку дорожньої інфраструктури, що покращить зав'язок між Польщею та Словаччиною і з транс'європейською транспортною

мережею. В галузі освіти ці програми будуть здійснюватися за рахунок транскордонних спільних підприємств з професійної підготовки, спрямованості на адаптацію професійної освіти до вимог прикордонного ринку праці та очікування роботодавців, які працюють в цій галузі.

2. Польсько-Словацькі мікро-проекти ЕТС 2007-2013, де описано, які проекти неприбуткового характеру підтримувалися в даній програмі: організація спільних культурних заходів (наприклад, майстерні, арт-конкурси, виставки, фестивалі); охорона та збереження культурної спадщини; видавнича діяльність, що сприяє ТКС у різних сферах (наприклад, розробка публікацій, брошур чи каталогів); інформаційна діяльність: веб-сайти, листівки, брошури та інформаційні листівки, інформаційні табло, банери, афіші, радіо- та телевізійні програми; створення мереж співпраці шляхом розвитку інституційних зв'язків між соціальними, економічними, культурними та іншими організаціями.

3. Інші посилання на розділи «Польсько-білорусько-український парасольковий проект на 2007-2013 роки», «INTERREG IIIA» та «PHARE» міститься аналогічна інформація до попередніх розділів. Зазначена інформаційна база буде переважно цікавити суб'єкта ТКС, який визначатиме напрямок розробки майбутнього проекту в контексті вирішення проблем прикордонного регіону.

Блок «Карпатська марка» – це інформаційно-практична мережа щодо створення «карпатського бренду». На сьогодні немає добре продуманого туристичного просування регіону, який володіє всіма якостями, щоб стати одним з найпопулярніших туристичних напрямків у Європі.

Сьогодні на карті Європи найвідомішим і популярним гірським районом є Альпи. Вони вже багато років приваблюють туристів, пропонуючи їм відмінні умови для проведення зимових видів спорту, а також гірських походів. Завдяки цьому країни, які прилегли до Альп – є багатшими, їхні мешканці мають роботу, а підприємці мають умови для розвитку. Як це може відбутися в Карпатах? Завдяки транскордонному співробітництву об'єднуючи сили та ресурси, можна побудувати одну потужну марку регіону – Карпати.

Інфраструктура альпійських схилів, бетонних стежок та чудового маркетингу для сучасних туристів більше не дає такої насолоди, на відміну від містичної культури. А Карпати – це містичний простір, величезний культурний потенціал, котрий може надати туристам значний емоційний ефект. Тому, якщо правильно організувати силу ТКС, то КЄ має всі переваги, щоб стати серйозним конкурентом для Альп та інших регіонів Європи. Карпати повинні відповідати очікуванням сучасних мандрівників. Один регіон з п'яти національностей. Він повинен відрізнити туристичні продукти та послуги від зовнішнього світу, завдяки чому надасть КЄ суттєво впізнаваний бренд на світовому ринку туристичних послуг. Туристична пропозиція бренду «Карпати» буде заснована на реальних, традиційних перевагах регіону, таких, як жива культура, звичаї, природна гостинність, місцева кухня, діалекти, костюми, музика.

Ключовим елементом особистості «Карпатський бренд» є здатність поєднувати містичні якості з просторовими, вражаючими ландшафтами, мирними та відокремленими місцями, рідко відвідуваними людьми та багатими традиціями горян.

У даному блоці також подана інформація щодо переваг для кожного учасника ТКС, який обере напрямок в контексті розвитку карпатського туризму. Найбільш яскраві переваги простежуються в:

– підприємців: можливість включення власної продукції та послуг в пропозицію бренду «Карпати» на основі сертифікації; підтримка тренінгів у сфері маркетингу, пов'язаних з розвитком Карпатського бренду; рекламна підтримка, що охоплює

багатосторонню діяльність на міжнародному рівні в багатьох інноваційних формах; допомога у залученні ринків іноземних продажів для фірмових продуктів Карпатського бренду в рамках політики міжнародного співробітництва КЄ та використання підтримки про-експортних механізмів; рекламна підтримка бізнесу в рамках інформаційної політики Карпатського бренду;

– неурядових організацій: можливість знаходження партнерів для співпраці в Карпатах та Альпах; можливість брати участь у Карпатському форумі неурядових організацій – платформи для співпраці карпатських неурядових організацій; можливість економії та комерціалізації діяльності неурядових організацій на основі участі в бізнес-моделі Карпатського бренду;

– для підрозділів досліджень та розробок: співпраця з установами у здійсненні науково-дослідної діяльності; можливість співпрацювати з Карпатськими та Альпійськими партнерами досліджень в Альпійсько-Карпатському туристичному кластері знань; можливість використовувати досвід іноземних партнерів КЄ в галузі освіти на всіх рівнях, особливо в контексті адаптації освітньої пропозиції до потреб ринку праці.

Кожні з перерахованих вище категорій отримують відповідні «пакети пільг», доступ до яких можливий після підписання відповідного договору (для юридичних осіб), або виконання умов і представлення своєї заяви (для фізичних осіб).

Дана інформація та більш глибокий опис даної співпраці описаний у вище зазначеному інтерактивному блоці «Карпатська Марка» з посиланням відео в YouTube (рис. 4) та на туристичний сайт (рис. 5).

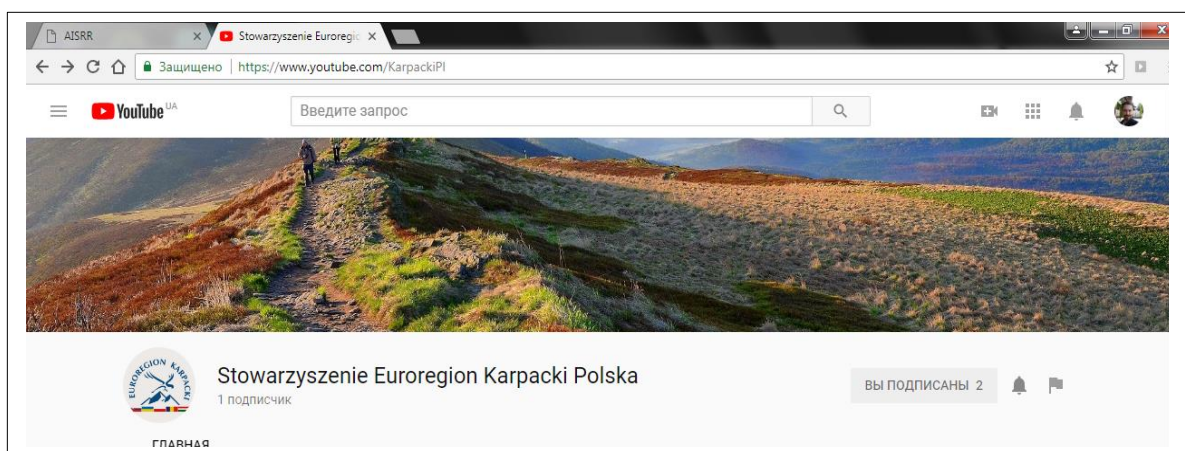


Рисунок 4 – Інформаційні особливості КЄ Польща в мережі YouTube [13]

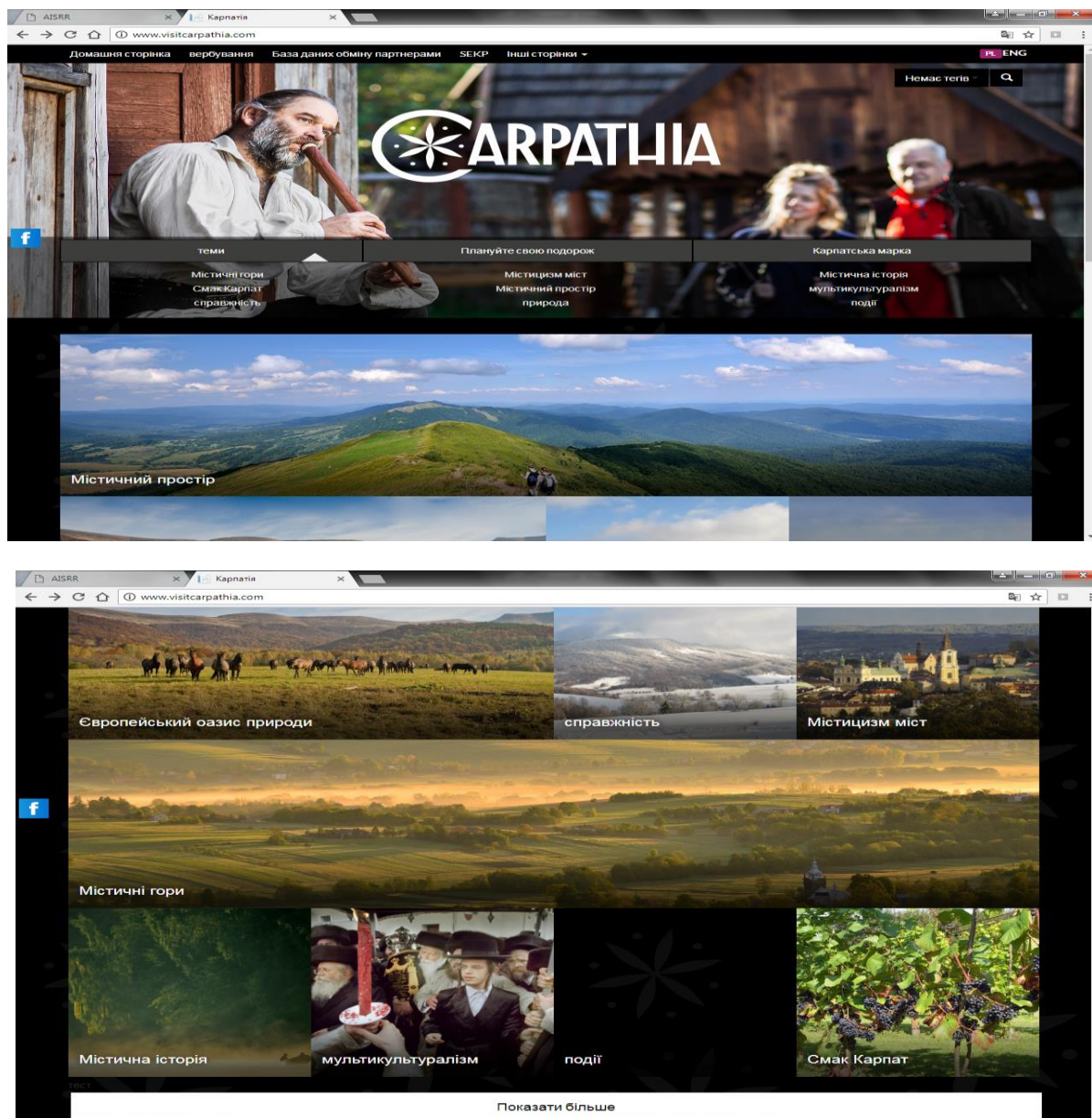


Рисунок 5 – Туристичний сайт КС Польща [13]

Інтерактивний блок «Швейцарські гранти» є інформацією про фонди та їх послуги, які отримують сектори громадськості, установи бізнес-середовища та місцевих органів влади – в рамках проекту «Мости альпійської Карпатської співпраці»:

- ознайомчі поїздки, пов'язані з налагодженням співпраці з європейськими партнерами, в контексті обміну досвідом у галузі експорту місцевої продукції, міжнародного економічного співробітництва, регіонального та місцевого продукту управління;

- організація заходів, пов'язаних з просуванням продукції регіонального та місцевого значення, охорони навколишнього середовища і збереження культурної спадщини регіону;

- сприяння розвитку регіональних, традиційних та екологічних товарів для підприємців.

Інтерактивний блок «Карпатський Горизонт 2020» є інформаційно-роз'яснювальною платформою про необхідність даної програми, її цілі та стратегії. Створення цієї програми було зумовлено тим, що період фінансового програмування ТКС на 2007 - 2013 роки не приніс прориву. Міжрегіональна Асоціація «Карпатський Єврорегіон» як амбітна політична ініціатива також не принесла конкретних результатів. Тому створення Ради з програми стратегічної концепції «Карпатський Горизонт 2020», який є дорадчим органом у складі політиків, експертів, представників світової науки та медіа з Польщі, Словаччини, України та Румунії має надати більше визначення щодо практичних напрямків дій, спрямованих на соціально-економічний розвиток Карпатського регіону, включаючи підтримку діяльності МА «КЄ».

Блок «Інструменти співпраці» містить наступні розділи:

1. Карпатське Агентство регіонального розвитку – це інформаційна платформа, яка є одним із проявів нової асоціації щодо інформації та просування політики Карпатського Єврорегіону між Польщею та Словаччиною. Ця організація збирає фахівців з різних сфер, котрі беруть участь у політиці розвитку Карпатського єврорегіону. Ідея створення мережі пов'язана з необхідністю виявлення та мобілізації людських ресурсів для завдань, що виконуються Єврорегіоном. У межах он-лайн платформи існують тематичні розділи (наприклад, туризм, охорона навколишнього середовища, підприємництво), у якій експерти та спеціалісти надають консультаційні послуги. Платформа співробітництва створена з ініціативи одного з головних партнерів Карпатського єврорегіону Польща – Вищої школи технології та економіки в Ярославі, а також наукового Міжнародного Коледжу підприємництва ISMPO Словаччини. Метою договору є створення кластера, до якого запрошуються територіальні самоврядування КЄ, його установи, що займаються бізнесом, та громадські асоціації.

2. Мережа міст Карпатського Єврорегіону (SMEK) – це ідея щодо створення транскордонної веб-структури, яка буде сприяти розвитку співпраці з муніципалітетами Карпатського Єврорегіону. На сьогодні зазначена ідея проходить розробку на польсько-словацькому кордоні.

3. Карпатський форум неурядових організацій є відкритою інформаційною формою співпраці, де відбувається висвітлення даних щодо планованих напрямків діяльності, обміну досвідом, контактів, просування хороших прикладів інституційної співпраці в КЄ, організації ділових зустрічей, тренінгів, семінарів і круглих столів. Це свого роду «клуб» неурядових організацій для спілкування з метою вирішення поточних проблем щодо правильної діяльності в контексті транскордонного управління.

Отже, он-лайн платформа Карпатського Єврорегіону в Польщі є високо інформованою мережею транскордонного співробітництва. Це простежується і через результати більш ефективних проектних ініціатив в усіх учасників ТКС (місцевого сектора, громадського, бізнес та наукового). Тому, проаналізувавши інтерактивні блоки КЄ Польща, ми зробили такі висновки:

- застосовується комплексний інструментарій інтерактивного маркетингу;
- мовний компонент сайту побудований мовами, призначеними як для країн-учасниць єврорегіону, так і англійською (щоб могли користуватися представники інших єврорегіонів Європи);
- інтерактивні блоки насичені різносторонньою інформацією щодо регіонального розвитку та ТКС, а також мають посилання на окремі спеціалізовані сайти КЄ (Карпатська марка, Карпатське Агентство регіонального розвитку тощо);
- тематика сайту всестороння в контексті транскордонного розвитку регіонів, та призначена для всіх зацікавлених користувачів;

- сайт містить переважно цільовий напрям інформації, а також ефективно розроблену фонуву по кождих інтерактивних блоках сайту;
- є посилання на мережі YouTube та Facebook;
- частота оновлень 3-4 рази на місяць.

Карпатський Єврорегіон Словаччина – в контексті інтерактивного забезпечення є інформаційним порталом, дані якого можна дослідити через висвітлені матеріали в наступних блоках (рис. 6):

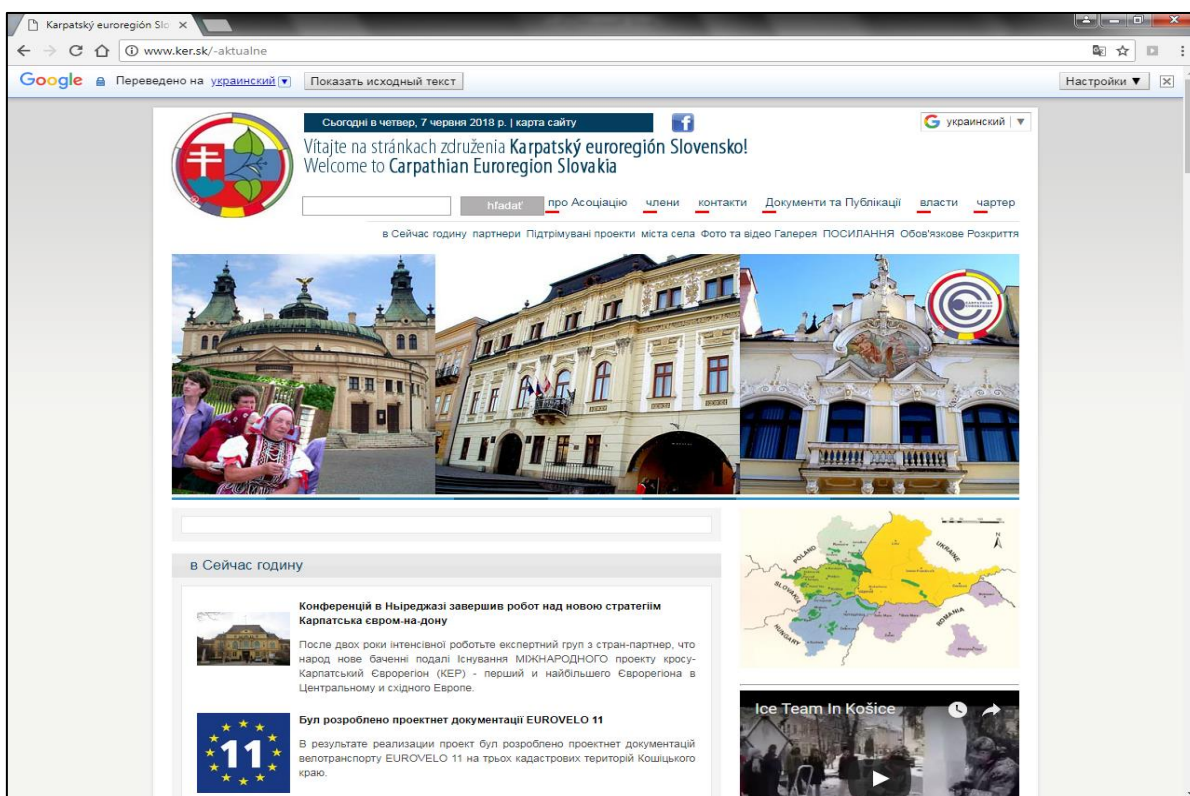


Рисунок 6 – Інформаційний портал КЄ – Словаччина [14]

1. «Про Асоціацію», де відображається загальна характеристика МА «Карпатський Єврорегіон» та його національного представництва в Словаччині;
2. «Члени», в яких розміщується інформація про райони, міста та громадські організації Кошицького та Пряшівського краю з інформаційними даними контактних осіб;
3. «Документи і публікації», де можна ознайомитися з новинами через журнал «Прикарпаття-Словаччина» (останній номер висвітлений в 2015 році), інші різні віртуальні брошури (замки, народна архітектура, міста і села, шенгенські ворота), та стратегічний документ розвитку ТКС (КЄ-2020);
4. «Влада» – показана характеристика організаційної структури управління КЄ – Словаччина;
5. «Підтримувані проекти» – розглянута загальна характеристика по кожному із реалізованих проектів (до 2015 року);
6. «Міста села», де подана оглядова туристична інформація території;
7. «Фото та відео галерея», «Посилання», «Обов'язкове оприлюднення»,

«Архів», посилання на мережу «Фейсбук» є пустими інформаційними сторінками.

Отже, з контент-аналізу виявлено, що інформаційна спрямованість веб-платформи словацького КЄ знаходиться в незадовільному стані, зокрема:

- он-лайн платформа спрямована суто на Інтернет маркетинг;
- мовний компонент сайту побудований як для країн євро регіону, так і в англійському та німецькому форматі;
- розділи інтерактивних блоків не є насиченими інформацією;
- тематика сайту містить інформацію загальнооглядового характеру про діяльність КЄ на словацькій стороні в рамках ТКС. Призначена для ознайомлення будь-яким зацікавленим сторонам;
- наявна переважно загальна фоновіа інформація, ніж цільова (виходячи з дослідження близько 90% на 10% відповідно);
- є наявні посилання на соціальну мережу у фейсбук, проте ніяких даних не висвітлено;
- частота оновлень з 2015 року відсутня.

Угорська організація «Карпатський Євро регіон Асоціації регіонального розвитку» в контексті системи інформаційного забезпечення в мережі Інтернет, є он-лайн платформою, спрямованою на розвиток транскордонного співробітництва через присутні бази даних та можливостей мережевої взаємодії через інформаційно-комунікаційні відносини з країнами учасницями. Однак, дана модель є подібною до словацької, оскільки інтерактивні блоки носять суто загальну інформаційно-роз'яснювальну спрямованість (рис. 7).

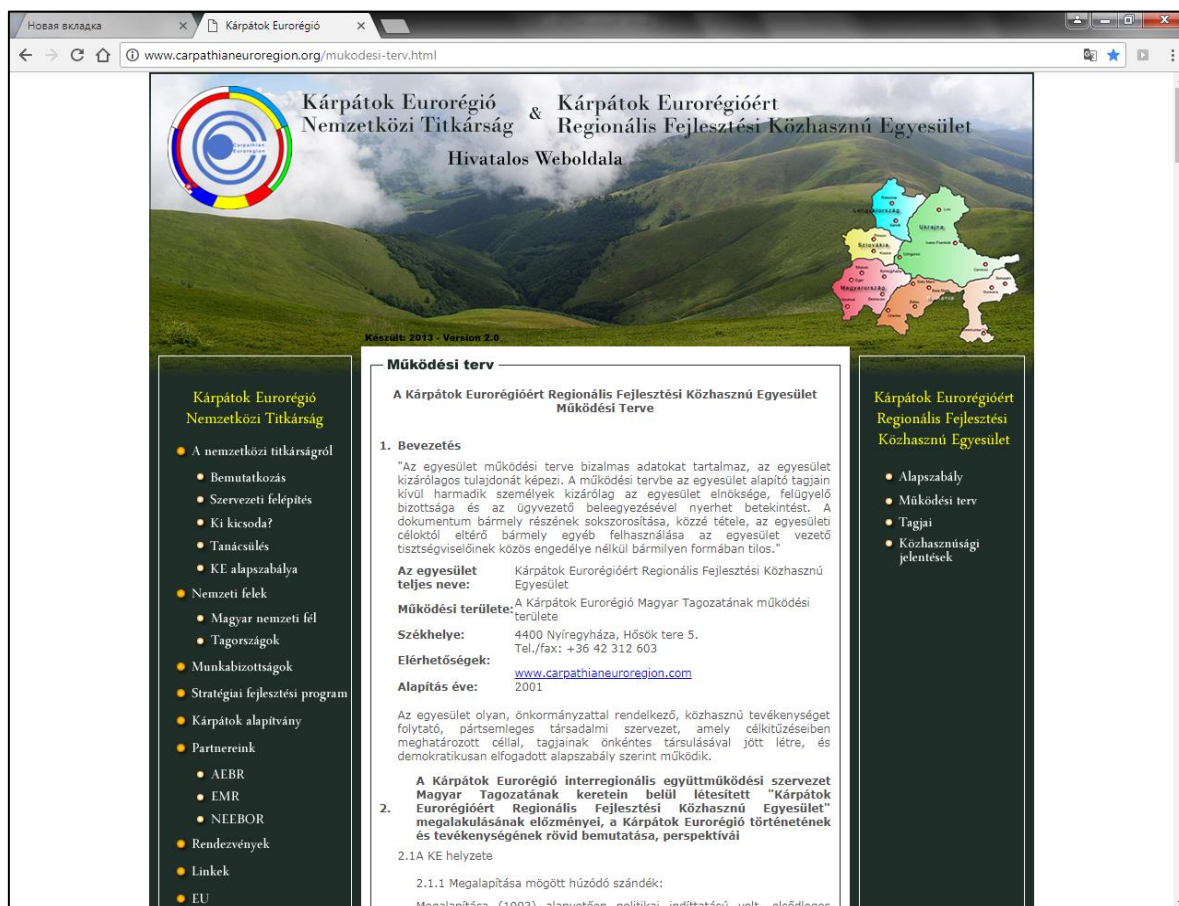


Рисунок 7 – Інформаційна веб-мережа КЄ – Угорщина [15]

На даному порталі можна ознайомитися з наступними інформаційними джерелами: історія та місія МА «КЄ»; організаційна структура управління; напрями та пріоритети, що лежать в основі діяльності; історія співпраці з міжнародними партнерами; контактні дані всіх учасників МА «КЄ»; дані щодо послідовності переходу президенства в Раді КЄ (історичні нариси з 14 лютого 1993 – 30 листопада 2011 року); статут міжрегіонального об'єднання; члени угорського національного представництва та їх історія формування в діяльності КЄ; загальні дані щодо робочих комітетів по всіх країнах учасницях (їх спеціалізація, функціональна спрямованість та результати діяльності); комплексні програми стратегічного розвитку (за 2004 рік та 2007-2013), в яких розміщена багата база досліджень щодо аналізу сучасного стану ТКС країн-членів КЄ, їх проблеми та спільні перспективи регіонального розвитку; проектна діяльність та звіти (починаючи з 2005 року до першої половини 2015-го). В загальному, навіть щодо фонові інформації, то на даному порталі відсутня інформаційна база фінансових механізмів, європейських фондів, оголошень, сучасних досліджень та аналітичних матеріалів, інструментів співпраці.

Отже, з контент-аналізу виявлено, що інформаційне забезпечення угорського представництва КЄ знаходиться у вкрай невтішному стані, що пояснюється, зокрема, через такі параметри:

- он-лайн платформа – Інтернет маркетинг;
- мовний компонент сайту побудований тільки для національного представництва Угорщини;
- розділи інтерактивних блоків не є насиченими інформаційним та візуальним (фото, відео) оформленням;
- тематика сайту – загальнодовідкова з питань регіонального розвитку та ТКС. Проте, на сьогодні, вважаємо суто фонові. До 2013 року була й орієнтована на цільову групу: органи місцевого самоврядування, громадські організації та приватний сектор (оскільки в публікаціях щодо стратегій розвитку в них містилась реальна аналітична та практична спрямованість);
- немає посилань на соціальні мережі та сайти його учасників та партнерів;
- частота оновлень з 2015 року відсутня. До того часу була дуже рідко (3-4 рази на рік).

Веб-портал Карпатського Єврорегіону Румунії – являє платформу економічних взаємовідносин між суб'єктами бізнесу в транскордонних регіонах п'яти країн, з наголосом на Румунську сторону. Досліджуваний сайт дає можливість вибирати мову для його відображення на всіх країнах-членах даного єврорегіонального об'єднання. Проте, вибравши ту чи іншу мову (окрім румунської), портал не зможе відображати інтерактивні блоки та розділи з повним інформаційним наповненням. Даний портал суттєво відрізняється від попередніх досліджуваних представництв КЄ. Однак, слід оцінити кожний розділ та блок КЄ Румунії для більш правильної оцінки його маркетингового забезпечення.

Блок «Карпатський Єврорегіон» відображає історію транскордонного об'єднання, його соціально-економічні та географічні характеристики.

Блок «Торгові комісії» відображає історію Карпатських торгово-промислових палат в рамках ТКС; організаційне забезпечення роботи КЄ (нормативно-правова база, договори).

Блок «Бізнес можливості» надає можливість користувачам власноруч знайти партнера з-за кордону (в рамках регіонів КЄ), заповнивши наступні формуляри: назву компанії, адресу, номери телефонів, веб-сайт, емейл, контактну особу, напрям

діяльності організації, опис майбутньої співпраці, дату оприлюднення запису, з якої країни, регіону та в яку країну цей запит посилається (рис. 8).

The screenshot shows a web browser window with the URL www.tradecarp.com/oferta.php. The page header includes the logo "TRADECARP.COM" and the tagline "THE PLACE FOR BUSINESS IN THE CARPATHIAN REGION". Below the header is a navigation menu with links for "Kárpátok Eurorégió" and "Kapcsolat". The main content area features a "Business opportunity" form with the following fields and options:

- Company name*:**
- Address*:**
- Phone number*:**
- Fax number:**
- E-mail address:**
- Website:**
- Contact person*:**
- Activity:**
- Opportunity type*:** request offer cooperation
- Description*:**
- Availability*:**
- Country*:**
- Region*:**
- Country of interest*:**

A "Send" button is located at the bottom of the form. A sidebar on the left contains a menu with links such as "Fooldal", "Kárpátok Eurorégió", "Kereskedelmi Bizottság", "Üzleti lehetőségek", "Események", "Linkek", "Kapcsolat", "Keres", and "Sitemap".

Рисунок 8 – Інтерактивний блок «Бізнес можливості» в Румунському КЄ [16]

Блок «Події» відображає основні інструменти співпраці, які реалізуються через організацію зустрічей, ярмарок, конференцій, бізнес-форумів тощо.

Блок «Посилання» містить сторінки веб-порталів торгово-промислових палат КЄ. Зайшовши за посиланням (на прикладі Закарпатської ТПП), можна дізнатися про заходи, які проводяться в даному регіоні, каталог інвестиційних проєктів, надання довідково-інформаційних (в т.ч. маркетингових) послуг на платній основі, Інтернет-виставки підприємств області (рис. 9).

Блок «Контактна інформація» являє собою інтерактивне середовище, в якому користувач сайту вказавши дані щодо власного прізвища, імені, електронної пошти та номера телефону – має можливість задати запит та отримати на нього відповідь, що стосується будь-яких зовнішньоекономічних зв'язків (якщо це не є платною інформацією) щодо Румунії з її прикордонними територіями КЄ (України та Угорщини).



Рисунок 9 – Інтернет-виставка ТОВ «Термінал Карпати» на платформі Закарпатської ТПП

Отже, підводячи підсумок щодо даної он-лайн платформи в контексті ТКС Румунії в КЄ, виявляємо, що багато розділів не представлено (щодо проектів, фінансових механізмів, конкретних суб'єктів учасників співпраці та результатів їх діяльності, туризму, стратегій розвитку, громадських проблем розвитку регіону), проте напрямок економічної взаємодії країн-учасниць єврорегіону відображається на достатньо задовільному рівні. Отож, оцінюючи маркетингові параметри наповненості сайту, слід вказати наступне:

- застосовуються базові компоненти інтерактивного маркетингу;
- мовний компонент сайту побудований всіма мовами країн-учасниць КЄ;
- інтерактивні блоки є слабо насиченими інформацією (за винятком економічної) – не вистачає блоків щодо наповнення змісту ТКС в Румунії;
- тематика сайту – зовнішньоекономічні зв'язки транскордонного розвитку регіонів, призначена для господарського сектора;
- сайт містить переважно фоновий напрям інформації, тому що цільовий висвітлюють залежно від запиту користувача он-лайн платформи;
- немає посилання на соціальні мережі, проте є на торгово-промислові палати країн учасниць, де також можна отримати комплексну інформацію залежно від потреб користувача;
- частота оновлення сайту 4-5 разів на рік.

Найбільш довгоочікуваним інформаційним проектом, над яким вчені Інституту регіональних досліджень ім. Долішнього працювали вже певний період часу, стало створення 20 березня 2013 року веб-порталу **наукового інформаційно-статистичного транскордонного кластера «Інфостат»**. Угоду про партнерство щодо організації наукового інформаційно-статистичного транскордонного кластера за участю української та польської сторін було підписано Інститутом регіональних досліджень НАНУ, Головним управлінням статистики у Львівській області, Львівським національним університетом ім. Івана Франка, Львівською обласною спілкою економістів України; з польської сторони – Статистичним управлінням Підкарпатського воєводства (м. Жешув), Жешувським університетом, Центром статистичних досліджень і освіти ГУС Польщі (Варшава) [17; 2, с. 25-26]. Можна констатувати, що даний проект об'єднує різноманітних суб'єктів, які є учасниками транскордонного простору, зокрема, представників органів влади, освітніх закладів, наукових установ та громадських організацій.

Метою створення даного кластера є об'єднання зусиль щодо спільного наукового, інформаційного і статистичного забезпечення розвитку українсько-польського транскордонного регіону та використання потенціалу транскордонного співробітництва, зокрема створення системи регіональної статистики з метою моніторингу соціально-економічних явищ та проведення науково-статистичних досліджень на прикордонних територіях, розробка спільного Інтернет порталу українсько-польського транскордонного регіону (рис. 10).



Рисунок 10 – Головна сторінка сайту інформаційно-статистичного транскордонного кластеру «Інфостат» [17]

Аналізуючи інтерфейс даного порталу через перегляд його веб-сторінок виявлено, що багато розділів знаходяться або в стані формування, або, якщо й висвітлюють певні матеріали, то це відбувається досить рідко. Наведемо детальну характеристику по кожному блоку:

Блок «Новини» відображає події, які відбувалися через проведення різноманітних зустрічей, конференцій, круглих столів у межах реалізації даного проекту. Проте, з квітня місяця 2016 року вже ніяких подій в межах даного проекту або не передбачалося, або їх ще не було висвітлено. Ми вважаємо недоліком даного розділу те, що окрім констатації фактів щодо проведення конференції, необхідно висвітлювати результати обговорень цих конференцій через електронний транскордонний журнал, де було б детальніше описано, які теми обговорювалися на цих зустрічах, та до яких висновків дійшла кожна з сторін в межах транскордонного регіону.

Блок «Події» відображає оголошення щодо майбутніх зустрічей учасників проекту та конференції, які на них відбувалися. Проте, аналізуючи цей контент, ми бачимо, що хоч конференцій, семінарів протягом 2014-2016 років і було достатньо, але в оголошеннях відображається анонс майбутніх подій тільки про проведення однієї конференції в 2014 році. Це відразу свідчить про те, що відсутня чітка системність та немає організованості щодо відповідальності конкретних менеджерів за наповненість та формування сайту.

Блок «Про партнерство» відображає нормативно-правові акти, а також учасників і завдання проекту. Якщо глибше зосередити увагу на даній веб-сторінці, то в межах нормативно-правових актів відображений контент з нормативними документами, до яких належать Закон України «Про Транскордонне співробітництво», висвітлення якого начебто і актуальне з тієї позиції, що веб-сайт можна переглянути трьома мовами, а саме – українською, польською та англійською, – але якщо запросити відкрити веб-документи цими мовами, контент все рівно відображається лише українською мовою. Це значно знижує ефективність в тому, що закордонні партнери, які є учасниками даного кластера, не можуть виступити експертами щодо вдосконалення даного законодавчого акту, що поглибило б у свою чергу як транскордонне співробітництво, так і євроінтеграційний курс України до ЄС.

Також даний блок відображає розділ «програму проекту», а це – транскордонна конвергенція регіонів через поступове зближення параметрів суміжних прикордонних регіонів сусідніх країн за допомогою запозичення, відтворення чи формування спільних методів, способів, інструментів підвищення конкурентоспроможності, що сприятиме зменшенню диспропорцій соціально-економічного розвитку в транскордонному просторі. На даній інформаційній сторінці відображено *етапи роботи* такої транскордонної співпраці від цілковитої відсутності відносин до узгоджень, співробітництва, гармонізацій та інтеграції. В даний розділ веб-контенту доцільно також вказати етапи роботи даного проекту, його місію, стратегію та операційні цілі їх досягнення.

В розділі «учасники» відображено інституції, які є членами кластера з місцем їх розміщення, та ключових осіб, які є їх представниками.

Розділ «промоція» відповідає за формування іміджу транскордонних регіонів через передачу позитивної інформації, проте даний контент – не заповнений даними.

Блок «Інформаційні ресурси» є найбільш важливим, тому що спрямований на відображення таких основних розділів веб-сайту:

База даних, в контенті якого відображені такі категорії, як банк даних та індикатори порівняння. Але тут відсутні будь-які показники, заради яких і створювалася дана система. Як пояснює позначка червоного кольору знизу сторінки,

що даний контент знаходиться у стадії формування та наповнення і працює лише у тестовому режимі.

Аналітика – підрозділ, який охоплює п'ять категорій: дослідження, тенденції, прогнози, стратегії та світовий барометр – проте відображає лише першу і третю. Тут можна побачити різні аналітичні звіти, щодо: придатних ресурсів ЄС для українських бенефіціарів; перелік діючих проектів міжнародної технічної допомоги, які реалізують в Україні; програми ЄС 2014-2020; про тренінг «Написання проектів. Фонди ЄС»; рекомендації щодо отримання доступу до донорського та інвестиційного фінансування; аналіз можливостей підрозділів Львівської обласної державної адміністрації щодо міжнародного та транскордонного співробітництва; перелік документів про співпрацю Львівської області з регіонами та установами іноземних держав. Даний масив інформації є реально важливим та необхідним для працівників місцевих органів влади та самоврядування задля здійснення транскордонної співпраці. Це також актуально і для науковців та громадських організацій – які, володіючи спектром інформаційного забезпечення, зможуть ефективно проаналізувати попередній досвід, виявити тенденції та запропонувати новітні стратегічні проекти реалізації транскордонної співпраці задля підвищення соціально-економічного добробуту в прикордонних регіонах сусідніх держав.

Третім розділом є бібліотека, в якій так само, як і у вище описаному підрозділі аналітика, із п'яти категорій – публікації, методологія і класифікація, словники, навчальні матеріали й міжнародний досвід – присутньою та наповненою є перша і четверта веб-сторінки, що спричиняє певну невизначеність та не сформованість ефективного партнерства. Переважно тут висвітлюються матеріали звітів з головних офісів статистики Львівської області, Жешува та Любліна, а також декотрі матеріали наукових робіт вчених Інституту регіональних досліджень імені Долишнього.

Розділ «корисні лінки» висвітлює одну з особливо важливих інформаційних даних, в яких є посилання на веб-сайти Європейської комісії, Інфоцентр Європейського Сусідства EUROEAST, Програми транскордонного співробітництва Польща-Білорусь-Україна, Програма прикордонного співробітництва ЄСП Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна, Східне партнерство, The EEA Grants and Norway Grants, а також посилання на міжнародні організації, серед яких – Головне управління статистики у Львівській області, Жешувський Університет, Інститут регіональних досліджень НАН України, Львівський національний університет імені Івана Франка, Статистичне управління в Жешуві, Спілка економістів України, Центр Статистичних Досліджень і Освіти ГУС.

Що стосується блоку «Проекти» на веб-порталі «Інфостат», то в ньому відображені дві веб-сторінки, серед яких – статистичний кластер та інвестиційні проекти. Їхня інформаційна наповнюваність знаходиться в стані заповнення.

Цікавим виявлено блок «Євроєгіни», в якому зазначені категорії діляться на два сектори – євроєгіни за участю України та євроєгіни за участю Польщі, де є посилання на їх відповідні веб-сайти.

Інформаційний блок «Пізнай свій регіон» містить розділи «про регіон коротко», «портрет території» (на стадії формування), «ключові цифри та статистика» (з української сторони відкриває сайт головного управління статистики у Львівській області, з польської сторони сторінка формується), та останній розділ «ділове перехрестя» (де можна запропонувати власну пропозицію щодо співпраці і після перевірки адміністратором вона з'явиться на сайті – рис. 11).

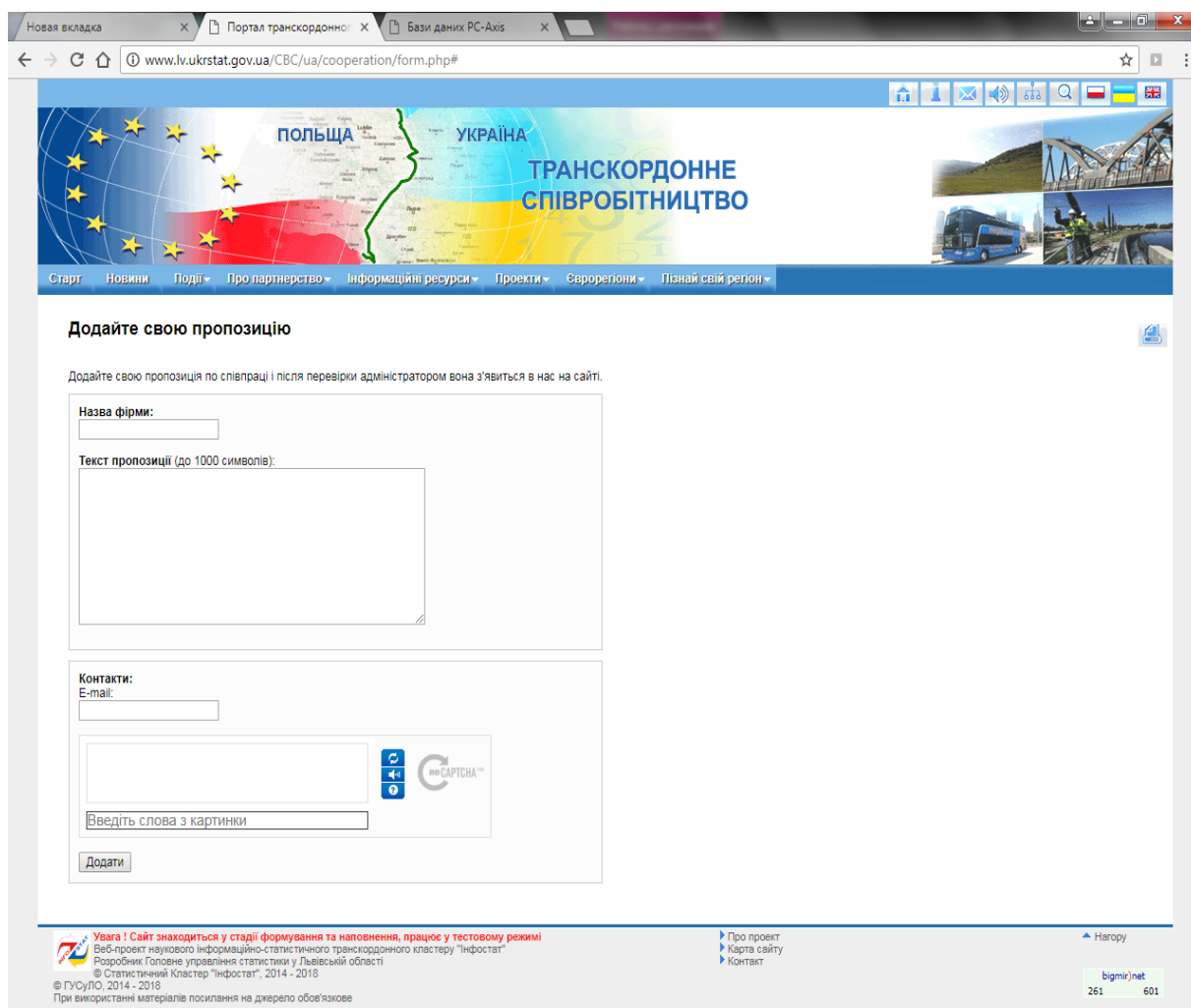


Рисунок 11 Комунікаційний зв'язок транскордонного кластера «Інфостат» [17]

Отже, маркетингові параметри наповненості вище зазначеного сайту полягають в наступному:

- використовуються основні інструменти інтерактивного маркетингу;
- мовний компонент сайту побудований на трьох мовах – польською та українською (оскільки це країни учасниці даного кластера), англійською для широкого кола учасників із-за кордону;
- інтерактивні блоки насичені не на повну потужність (тому що більшість їх на стадії формування);
- тематика сайту – аналітико-статистичні інформаційні дані призначені для територіальних органів управління, неурядового та наукового сектора;
- сайт містить переважно цільовий напрям інформації, фонова висвітлюється тільки в окремих випадках;
- немає посилання на соціальні мережі;
- частота оновлення сайту з 2016 року відсутня.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок за даним напрямом. Отже, досліджуючи інтерактивно-інформаційне забезпечення в Карпатському Єврорегіоні, нами було визначено, що сайт на сьогодні є основним маркетинговим інструментом щодо комунікації в транскордонному просторі. Проте не

всі портали ТКС на досліджуваній території містять необхідний масив даних. Але є і ті, інформаційне забезпечення яких вважається відносно інших своїх партнерів досить на високому рівні розвитку. Це стосується насамперед польської сторони КЄ. Тут і широкий інтерактив, інформаційна наповнюваність призначена для багатьох учасників ТКС. Словацька та Угорська сторони є аутсайдерами даного процесу – частота оновлень відсутня з 2015 року, немає наповнюваності різносторонньою базою, котра в свою чергу призначена для вузького кола учасників ТКС. Румунська та Українські сторони покращують свої результати тільки тим, що частота оновлень їх не зупинилася, а продовжується. Проте широта наповнюваності також занижка.

В той же час продовжується інформаційне забезпечення між прикордонними регіонами і в класичному стилі: прес-конференції та брифінги; наукові та науково-практичні конференції; семінари музичного, художнього, екологічного, мовного напрямів; практики учнів середніх шкіл у сусідніх країнах та ознайомлювальні поїздки; відкриття спільних виставкових центрів; популяризації мистецтва у транскордонних регіонах за допомогою виставок і концертів; організація конкурсів із реалізації проектів за програмою співробітництва в межах євро регіонів.

1. Гоцинський А.В. Моделі інформаційно-комунікаційного забезпечення конкурентоспроможності прикордонних територій // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Кластери та конкурентоспроможність прикордонних регіонів. 2008. Вип. 3 (71). С. 485–495.
2. Пастернак О.І. Маркетингові механізми взаємодії суб'єктів економічних відносин у транскордонному просторі // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2013. Вип. 4. С. 24–32.
3. Жуков С.А., Чучка І.М. Проблеми та перспективи інформаційно-маркетингового забезпечення транскордонного співробітництва // Актуальні проблеми економіки. 2007. Т.76., №10. С. 74–81.
4. Кравців І.К. Маркетинг сільських територій прикордонного регіону в умовах нових викликів європейської інтеграції: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: [спец.] 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» / Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України. Львів, 2017. 22 с.
5. Матвеев Є.Е. Організація регіональних систем інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: [спец.] 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» / Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України. Львів, 2005. 22 с.
6. Устич С. Соціологічна рефлексія в системі інформаційного сервісу транскордонного співробітництва // Методологія та інструментарій соціологічного аналізу транскордонного співробітництва: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Ужгород, 24-25 січня 2013 р.). Вип. 10. Ужгород, 2013. С. 5–15.
7. Чучка І.М. Інтерактивно-маркетингова логістика як новітній інструмент транспортно-логістичних процесів в умовах світової глобалізації // Маркетинг та менеджмент у фокусі викликів нової економіки: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Ужгород, 26-28 квіт. 2018 р.). Ужгород, 2018. С.42–46.
8. Іллященко С.М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу // Маркетинг та менеджмент інновацій. 2011. № 4. С. 64–74.
9. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя / М. А. Окландер, Т. О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.] / за ред. М.А. Окландера. Одеса, Астропринт, 2017. 292 с.
10. Ковальчук С.В., Ковінько О.М., Лісовський І.В. Роль цифрового маркетингу в активізації міжнародної бізнес-діяльності підприємств // Маркетинг і цифрові технології. 2018. № 1. С. 55–73.

11. Скілько В.І. Електронна логістика як складова сучасного бізнесу // Бізнес Інформ. 2014. №7. С. 309–314.
12. Єврорегіон «Карпати – Україна». URL: <http://euroregionkarpaty.com.ua> (дата звернення: 25.09.2017).
13. Карпатський Єврорегіон Польща. URL: <http://www.karpacki.pl/euroregion-karpacki> (дата звернення: 25.09.2017).
14. Карпатський Єврорегіон Словаччина. URL: <http://www.ker.sk/-o-zdruzeni> (дата звернення: 25.09.2017).
15. Карпатський Єврорегіон Угорщина. URL: <http://www.carpathianeuroregion.org/mukodesiterv.html> (дата звернення: 25.09.2017).
16. Карпатський Єврорегіон Румунія. URL: <http://www.tradecarp.com/uk/index.html> (дата звернення: 25.09.2017).
17. Веб-портал наукового інформаційно-статистичного транскордонного кластеру «Інфостат». URL: <http://www.lv.ukrstat.gov.ua/4/CBC/ua/project/cluster.php#> (дата звернення: 25.09.2017).

1. Hoshchynskyi, A.V. (2008). Modeli informatsiino-komunikatsiinoho zabezpechennia konkurentospromozhnosti prykordonnykh terytorii [Models of Information and Communication Support of the Border Areas' Competitiveness] *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy. Klasteri ta konkurentospromozhnist prykordonnykh rehioniv [Socio-economic problems of the modern period of Ukraine. Clusters and Competitiveness of the Border Regions]*, 3 (71), 485-495. Lviv: Instytut rehionalnykh doslidzhen NAN Ukrainy [in Ukrainian].
2. Pasternak, O.I. (2013). Marketynhovi mekhanizmy vzaiemodii subiektiv ekonomichnykh vidnosyn u transkordonnomu prostori [Marketing mechanisms of interaction of subjects of economic relations in the cross-border area]. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy [Socio-economic problems of the modern period of Ukraine]*, 4, 24-32 [in Ukrainian].
3. Zhukov, S.A., & Chuchka, I.M. (2007). Problemy ta perspektyvy informatsiino-marketynhovoho zabezpechennia transkordonnoho spivrobitnytstva [Problems and prospects of information and marketing provision of cross-border cooperation]. *Aktualni problemy ekonomiky [Actual problems of the economy]*, 10, 74-81 [in Ukrainian].
4. Kravtsiv, I. K. Marketynh silskykh terytorii prykordonnoho rehionu v umovakh novykh vyklykiv yevropeiskoi intehratsii [Marketing of rural territories of the frontier region in the context of the new challenges of European integration]. *Extended abstract of candidate's thesis* [in Ukrainian].
5. Matvieiev, Ye.E. (2005). Orhanizatsiia rehionalnykh system informatsiinoho zabezpechennia transkordonnoho spivrobitnytstva [Organization of regional information support systems for cross-border cooperation]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Lviv: Instytuty rehionalnykh doslidzhen NAN Ukrainy [in Ukrainian].
6. Ustych, S. (2013). Sotsiolohichna refleksiia v systemi informatsiinoho servisu transkordonnoho spivrobitnytstva [Sociological reflection in the system of information service of cross-border cooperation]. *Metodolohiia ta instrumentarii sotsiolohichnoho analizu transkordonnoho spivrobitnytstva [Methodology and tools of sociological analysis of cross-border cooperation]* Proceedings of the international scientific and practical conference, 10, 5-15. Uzhhorod [in Ukrainian].
7. Chuchka, I.M. (2018) Interaktyvno-marketynhova lohistyka yak novitnii instrument transportno-lohistrychnykh protsesiv v umovakh svitovoi hlobalizatsii [Interactive-marketing logistics as the newest tool for transport and logistics processes in the context of globalization]. *Materialy Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii «Marketynh ta menedzhment u fokusi vyklykiv novoi ekonomiky» [Materials of the International Scientific and Practical Conference «Marketing and management in the focus of the challenges of the new economy»]*, 42-46. Uzhhorod [in Ukrainian].
8. Illiashchenko, S.M. (2011). Suchasni tendentsii zastosuvannia internet-tekhnologii u marketynhu [Modern trends in the use of Internet technologies in marketing]. *Marketynh ta menedzhment innovatsii [Marketing and Management of Innovations]*, 4, 64–74 [in Ukrainian].

-
9. Oklander, M.A., Oklander, T. O., & Yashkina, O.I. (2017). *Tsyfrovyi marketynh – model marketynhu XXI storichchia [Digital marketing – the marketing model of the 21st Century]*. Odesa: Astroprint. [in Ukrainian].
 10. Kovalchuk, S.V., Kovinko, O.M., & Lisovskyi, I.V. (2018). Rol tsyfrovoho marketynhu v aktyvizatsii mizhnarodnoi biznes-diiialnosti pidpriemstv [The role of digital marketing in activating international business activities of enterprises]. *Marketynh i tsyfrovi tekhnolohii [Marketing and digital technology]*, 1, 55-73 [in Ukrainian].
 11. Skitsko, V. I. (2014). Elektronna lohistyka yak skladova suchasnoho biznesu [Electronic logistics as a component of modern business]. *Biznes Inform [Business Inform]*, 7, 309-314 [in Ukrainian].
 12. Yevrorehion «Karpaty – Ukraina» [Euroregion «Carpathians – Ukraine»]. *euoregionkarpaty.com.ua* Retrieved from <http://euoregionkarpaty.com.ua/> [in Ukrainian].
 13. Karpatskyi Yevrorehion Polshcha [Carpathian Euroregion Poland]. *www.karpacki.pl* Retrieved from <http://www.karpacki.pl/euroregion-karpacki/> [in Poland].
 14. Karpatskyi Yevrorehion Slovachchyna [Carpathian Euroregion Slovakia]. *www.ker.sk* Retrieved from <http://www.ker.sk/-o-zdruzeni> [in Slovakia].
 15. Karpatskyi Yevrorehion Uhorshchyna [Carpathian Euroregion Hungary]. *www.carpathianeuroregion.org* Retrieved from <http://www.carpathianeuroregion.org/mukodesi-terv.html> [in Hungary].
 16. Carpathian Euroregion Romania [Carpathian Euroregion Romania]. *http://www.tradecarp.com* Retrieved from <http://www.tradecarp.com/uk/index.html> [in Romania].
 17. Veb-portal naukovo informatsiino-statystychnoho transkordonnoho klasteru «Infostat» [Web portal of the scientific informational and statistical cross-border cluster «Infostat»]. *http://www.lv.ukrstat.gov.ua* Retrieved from <http://www.lv.ukrstat.gov.ua/4/CBC/ua/project/claster.php#> [in Ukrainian].

K. Hehedosh, PhD student in economics, Mukachevo State University.

The current state of interactive information provision of cross-border cooperation in the Carpathian Euroregion.

The aim of the article. In the scientific works of Ukrainian and foreign scientists on the development of cross-border cooperation, international and regional marketing, there are no empirical studies on the status of information provision of foreign economic activities of the regional border areas in the context of the parameters of interactive marketing. Therefore, in this research, available digital databases of the Carpathian Euroregion (as an example of international regional cooperation – Ukraine-EU) will be diagnosed in order to study the use of their interactive marketing parameters.

The results of the analyses. Based on the author's methodological approach to assessing interactive marketing tools in the context of analyzing on-line platforms, a practical study was carried out on information content on the basis of the Carpathian Euroregion. Methodology consists of the following evaluation parameters: the content platform – Internet or interactive; available language component of the site; saturation of the filling; subject and audience of the site; content of the background and target information; availability of information base in social networks; frequency of information update. On the basis of this analysis it was determined that not all portals of cross-border cooperation on the investigated territory contain the necessary data set. But there are those whose information support is considered relative to their other partners at a high level of development. This applies primarily to the Polish side of the Carpathian Euroregion. There is also a wide range of interactive, informational content and is designed for many of its participants. The Slovak and Hungarian sides are outsiders of this process – the frequency of updates is not available from 2015, there is no fullness of the multilateral base, which in turn is intended for a narrow circle of participants in cross-border cooperation. The Romanian and Ukrainian sides are improving their results only because their frequency of updates has not stopped, but continues. However, the breadth of the filling is also too low.

At the same time, information provision between border regions and in the classical style continues: press conferences and briefings; scientific and scientific-practical conferences; seminars on musical, artistic, ecological, linguistic directions; practices of secondary school students in neighboring countries and study tours; opening of joint exhibition centers; promotion of art in transboundary regions through exhibitions and concerts; organization of competitions for implementation of projects under the program of cooperation within the euro regions, etc.

Conclusions and perspectives for further research. *The Carpathian Euroregion in the context of its information system, as a result of the study, showed a diversified direction of development. In particular, because there is no single database for five countries. This is considered a disadvantage, just as a cross-border site should be aware of all the border regions of this association. Today's web pages are mainly focused on domestic national participants in cross-border cooperation. Therefore, studying the European experience of formation of information relations in the Internet on transborder Euroregional cooperation becomes very relevant. Having identified the problems mentioned in the article for each national side of the interregional association, provides the basis for further scientific developments with the construction of an effective system of cross-border information relations using advanced elements of digital development and interactive marketing.*

Key words: Carpathian Euroregion, cross-border cooperation, national representative offices, interactive marketing, on-line platform.

Надійшло до редакції 8 жовтня 2018.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>