

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МУКАЧІВСЬКА МІСЬКА РАДА
МАЛОПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВИТОЛЬДА ПЛЕЦЬКОГО В ОСВЕНЦІМІ
ХАРКІВСЬКА ГУМАНІТАРНО-ПЕДАГОГІЧНА АКАДЕМІЯ
СОПОТСЬКА ВИЩА ШКОЛА**



**SOPOCKA
SZKOŁA WYŻSZA**

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАУКИ Й ОСВІТИ
В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

**Збірник тез доповідей за матеріалами
V Міжнародної науково-практичної конференції**

**Мукачево
15 травня 2025 року**

*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет
науково-технічною радою Мукачівського державного університету
(протокол № 3 від «23» травня 2025 р.)*

С 91

Сучасні тенденції розвитку науки й освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів : збірник тез доповідей за матеріалами V Міжнародної науково-практичної конференції (15 травня 2025 р., м. Мукачєво). Мукачєво : Вид-во МДУ, 2025. 530 с.

У збірнику представлено тези доповідей за матеріалами IV Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку науки й освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів». Учасниками конференції розглянуто проблеми та перспективи розвитку педагогічної освіти, психолого-педагогічні аспекти професійного становлення особистості, сучасні орієнтири розвитку економіки, управління та інженерії, актуальні проблеми менеджменту, індустрії гостинності, суспільно-географічних та культурологічних досліджень.

Видання розраховане на науковців, педагогів, викладачів, здобувачів вищої освіти, які займаються науково-дослідною роботою.

Редакційна колегія:

Капітан Л.І. – д-р істор. наук, професор (голова);

Туріс І.Ю. – канд. філол. наук, доцент;

Пігош В.А. – канд. екон. наук, доцент;

Максютова О.В. – PhD, провідний фахівець ВНТД

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікації.

СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ ДІЛОВИМ ПАРТНЕРСТВОМ	
ЧЕРНИЧКО Т. В., КАЗИБРІД О.Р. РЕСУРСООФЕКТИВНІСТЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА НАПРЯМИ РЕАГУВАННЯ	413
ЧЕРНИЧКО Т. В., ЧОРІЙ Ю. Ю. ІНКЛЮЗИВНА ЕКОНОМІКА: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ТА НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	416
ШЕРШУН Я.І., МАКСИМЕНКО Д.В. УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	418
SHKYRTA IHOR, NEBOLA IVAN MODEL CALCULATIONS OF THE PHONON DISPERSION IN NON-EQUIDISTANT APPROXIMATION	420
<i>РОЗДІЛ 4. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ, ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ, СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИХ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ</i>	
БАБАЄВА О. А., МОВЧАН К.М. БІБЛІОТЕКА ЯК ОСЕРЕДОК ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	422
БУДКЕВИЧ Г. Б., ТЮХ Ю. Ю. ВИНИКНЕННЯ, РОЗКВІТ І ЗАНЕПАД ОЛІМПІЙСЬКИХ ІГОР	424
ГАВРИШКО С. Г., МОРОЗ Ф. В., БУДКЕВИЧ Г. Б. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВОЛОДІННЯ М'ЯЧЕМ У НАПАДІ В ГРІ БАСКЕТБОЛ У ФІЗИЧНОМУ ВИХОВАННІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	426
ГОБЛИК-МАРКОВИЧ Н.М., ВІТВИЦЬКИЙ О.М. ТРАНСФОРМАЦІЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	428
ГОБЛИК-МАРКОВИЧ Н.М., ПРУДНІК М.В. ЦИФРОВЕ КОЧІВНИЦТВО ЯК НОВИЙ ФОРМАТ МОБІЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ	430
ГОЛОВЧУК О. В., ПЛЕША М. С. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ЯК ФОРМИ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	433
ГОРВАТ О.І., РУБШІ М.А. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ	435
ГРИЦЬКО В.В., КАМПОВ Н.С. СПЕЦИФІКА ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН В ТУРИЗМІ	437
ДАНЧЕВСЬКА І. Р. РОЛЬ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ПІДВИЩЕННІ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПРОСТОРУ ВИЩОЇ ОСВІТИ	439
ЖЕРЕБАК О.В. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОЇ ФУНКЦІЇ МУЗЕЮ	441
ІЛЬТЬО Г.Ф., БИСЬМАК В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ІННОВАЦІЇ СУЧАСНОЇ ГЕОГРАФІЧНОЇ ОСВІТИ	442
КАСИНЕЦЬ О.В., ОШКАЛО О. І. РЕСУРСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ	444
ЛЕНДЕЛ І., БРОДОВИЧ Ю. Р. РЕКРЕАЦІЙНІ ПРИРОДНІ РЕСУРСИ ЗАКАРПАТТЯ	446
ЛЕТА В.В., ГЛУХАНИЧ О.І. ЯКІСТЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ: СУТНІСТЬ, КРИТЕРІЇ ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ	448
ЛИЗАНЕЦЬ А.Г., ДЖУС М.А. ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНІХ HR-ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	450
ЛИЗАНЕЦЬ А.Г., ІЛЬНИЦЬКА Д.І. ТРАНСФОРМАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	452
ЛУЖАНСЬКА Т.Ю., МОРОЗ О., НАКОНЕЧНИЙ Ю. РОЗВИТОК АГРАРНОГО	454

РОЗДІЛ 4
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ, ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ,
СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИХ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

УДК 339.1

ГОРВАТ О.І.

аспірант

РУБІШ М.А.

кандидат економічних наук., ст. викладач

Мукачівський державний університет,

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Сьогодні торгівля є одним із найважливіших видів економічної діяльності, від якого залежить розвиток економіки її конкурентоспроможність та якість життя людей. Це зумовлює високий рівень складності торговельних відносин, різноманіття організаційно-правових форм та форм власності, застосовуваних у галузі торгівлі, що може стати причиною нестабільності функціонування торговельних підприємств. У нових умовах господарювання торговельні мережі починають набувати все більшого значення, адже виступають каталізаторами прогресивних інноваційних процесів у сфері товарного обігу та сприяють швидкому розвитку регіонів і цивілізованій конкуренції.

Останнім часом середовище, в якому доводиться функціонувати сучасним підприємницьким структурам, динамічно трансформується, що висуває нові вимоги до них та викликає появу нових організаційних форм, якими в торговельній діяльності стали торговельні мережі.

Торговельна мережа – це сукупність взаємопов'язаних торговельних підприємств, які працюють за єдиною системою управління або об'єднані за певною ознакою (форматом, профілем, власністю) з метою реалізації товарів і послуг споживачам. Вона забезпечує просування товарів від виробника до кінцевого споживача, охоплюючи оптову та роздрібну ланки.

Основними перевагами торговельних мереж є:

- можливість отримання послуг, які виходять за межі сфери діяльності окремого підприємства;
- просторова мобільність, що дозволяє розмістити товар відповідно до територіального розміщення сегментів цільових ринків;
- мобільність асортименту відповідно до споживацьких переваг;
- підвищення ефективності та гнучкості підприємств за рахунок розширення спеціалізації;
- отримання переваг від масштабу за збереження плюсів малого і середнього бізнесу;
- встановлення довгострокових зв'язків між виробником і споживачем;
- можливість трансферу знань і технологій із суміжних сфер діяльності;
- мінімізацію трансакційних витрат;
- розвиток інфраструктури;
- поширення інновацій;

РОЗДІЛ 4

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ, ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ, СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИХ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

- підвищення кваліфікації трудових ресурсів;
- здатність забезпечити вищий рівень менеджменту за рахунок залучення більш кваліфікованих керівників і фахівців;
- зниження витрат на одиницю товару
- стабільність розвитку, поліпшення підприємницького клімату в регіоні за рахунок узгодженого впливу на місцеву та державну економічну політику.

Торговельна мережа – це сукупність підприємств торгівлі (магазинів, складів, торгових майданчиків), які працюють у єдиній системі, зазвичай під одним брендом, і мають спільну мету – забезпечення споживачів товарами.

Особливості сучасних торговельних мереж:

- централізоване управління (єдиний центр прийняття рішень) – основні рішення (закупівлі, логістика, маркетинг) ухвалюються централізовано, що підвищує ефективність;
- уніфіковані стандарти – єдина маркетингова стратегія, єдиний формат магазинів, оформлення, рівень обслуговування, цінова політика;
- великий масштаб діяльності - велика кількість торгових точок у різних містах або регіонах країни;
- міцні зв'язки з постачальниками – закупівлі великими партіями дозволяють отримувати знижки й формувати конкурентні ціни, економія на масштабі.
- автоматизація процесів – використання ІТ-систем для управління продажами, обліком товарів, аналітики, CRM, логістики.
- широкий асортимент товарів – покривають потреби широкого кола споживачів у різних категоріях товарів.
- інновації та онлайн-формати – поєднання традиційної торгівлі з електронною комерцією (наприклад, інтернет-магазини в рамках мережі).
- програми лояльності – бонусні системи, дисконтні картки, персональні знижки для постійних клієнтів.
- Конкурентоспроможність – постійне оновлення асортименту, акції, гнучка цінова політика дозволяють утримувати позиції на ринку.

Важливу роль у соціально-економічному розвитку України відіграють торгові мережі, які поряд із незалежними суб'єктами господарювання мають більше переваг, оскільки здатні ефективніше функціонувати в умовах глобалізації та жорсткої конкуренції. Торгові мережі мають більше можливостей отримувати економію на масштабах діяльності, концентрувати ресурси, використовувати кваліфікований персонал, залучати капітал для свого розвитку на вигідніших умовах, централізовано виконувати цілу низку управлінських функцій, зокрема, організовувати товаропостачання своїх торговельних об'єктів на засадах новітніх логістичних прийомів, здійснювати та максимально ефективно використовувати результати маркетингових досліджень ринку, здійснювати вибір постачальників продукції на засадах

РОЗДІЛ 4
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ, ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ,
СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИХ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

подальшого продажу найбільш конкурентоспроможних товарів. Таким чином, мережевий бізнес здатен представляти кращу товарну пропозицію, гарантувати якість товарів та здійснювати більш ефективну цінову політику.

УДК 338.48:334.752(043.2)

ГРИЦЬКО В.В.
доктор філософії,
старший викладач кафедри географії та суспільних дисциплін
КАМПОВ Н.С.
старший викладач кафедри менеджменту,
управління економічними відносинами та туризму
Мукачівський державний університет

СПЕЦИФІКА ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН В ТУРИЗМІ

Організацію діяльності туристичної фірми на туристичному ринку передбачають угоди. При типовій формі угоди (контракту) в кожному випадку є свої особливості, залежно від специфіки надання послуг туристам та взаємовідносин між сторонами, що укладають угоду. Ці взаємовідносини залежать від маркетингової політики сторін, тривалості їх співпраці, масштабів діяльності тощо.

Закон України «Про туризм» визначає такі види договорів: 1) договір на туристичне обслуговування; 2) договір на екскурсійне обслуговування; 3) договір на готельне обслуговування. За договором на туристичне обслуговування одна сторона (туроператор, який укладає договір безпосередньо або через турагента) зобов'язується надати за замовленням іншої сторони (туриста) комплекс туристичних послуг (туристичний продукт), а турист зобов'язується оплатити його» [1].

Співпраця туроператорів різних країн на ринку турпослуг є найбільш поширеною і простою формою. Характер угод між ініціативним і рецептивним туроператорами залежить від специфіки їх діяльності. Угода ініціативного туроператора – це двостороння угода між туроператором однієї країни і туроператором іншої країни (рецептивним туроператором), який здійснює прийом та обслуговування туристів з першої країни. Турпродукт розробляється та пропонується рецептивним туроператором, а завданням ініціативного туроператора є укласти на максимально вигідних для себе умовах угоду, яка б відповідала вимогам певного цільового споживчого ринку своєї країни. Попит клієнтів на створений турпродукт диктує ініціативному туроператору граничні умови угоди, в якій визначається форма обслуговування (групові чи індивідуальні тури, фіксований пакет чи послуги на замовлення), відповідно до чого визначається певний пакет послуг (проживання, харчування, додаткові послуги, транспортування, екскурсійне обслуговування тощо) та умови їх



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/>