



Міністерство освіти і науки України  
Мукачівський державний університет  
Мукачівська міська рада  
Малопольський державний університет  
імені Вітольда Пілецького в м. Освенцім (Республіка Польща)

**V МІЖНАРОДНА  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА  
КОНФЕРЕНЦІЯ**

**ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ  
ЗРУШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ**

**Збірник тез доповідей**



**24 березня 2021 р.**

**УДК 336.13.025.12(477)(043.2)**

**Ф59**

*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет Науково-технічною радою Мукачівського державного університету  
(протокол № 3 від 15 квітня 2021 року)*

**Програмний комітет:**

**Щербан Тетяна Дмитрівна** – ректор Мукачівського державного університету, доктор психологічних наук, професор.

**Джоанна Стуглік** – директор Інституту управління та виробничого машинобудування, Малопольський державний університет імені Вітольда Білецького, м. Освенцім.

**Гоблик Володимир Васильович** – перший проректор Мукачівського державного університету, доктор економічних наук, професор.

**Кобаль Василь Іванович** – проректор з науково-педагогічної роботи, Мукачівський державний університет, кандидат педагогічних наук, доцент.

**Герц Мирослав Мирославович** – начальник бюджетного відділу фінансового управління виконавчого комітету Мукачівської міської ради.

**Черничко Тетяна Володимирівна** – завідувач кафедри економіки та фінансів, Мукачівський державний університет, доктор економічних наук, професор.

**Організаційний комітет:**

Стегней М. І. – д.е.н., проф., Нестерова С. В. – к.е.н., доц., Ігнатишин М. В. – к.е.н., доц., Гладинець Н. Ю. – к.е.н., доц., Лінтур І. В. – к.е.н., доц., Петричко М. М. – к.е.н., доц., Братюк В. П. – к.е.н., доц., Росола У. В. – Ph.D. ст. викл., Михальчинець Г. Т. – ст. викл.

**Ф59 Фінансове регулювання зрушень у економіці України:** збірник тез доповідей учасників V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, Мукачево, 24 березня 2021 р. – Мукачево: Вид-во МДУ, 2021. – 289 с.

Основною метою проведення конференції є обговорення та пошук рішень актуальних проблем здійснення фінансового регулювання зрушень в економіці України, обмін дослідницьким досвідом та публікація результатів наукових досліджень. Подані матеріали містять методологічні та методичні підходи, що можуть заслуговувати на увагу широкого кола фахівців.

Організаційний комітет вважає за доцільне повідомити, що не всі положення і висновки окремих авторів є беззаперечними. Разом з тим вважаємо можливим їхню публікацію з метою обговорення.

Редакція збірника не несе відповідальності за достовірність статистичної та іншої інформації, за якісний зміст і оформлення авторських рукописів (стилістичні, орфографічні помилки тощо) та залишає за собою право не розділяти поглядів деяких авторів на ті чи інші питання розглянуті на конференції.

© Мукачівський державний університет, 2021

**Секція 2. Концептуальні засади формування менеджменту і маркетингу в умовах кризової економіки**

АНТОНЮК Н., КЛУДАЧ-АЛЕССАНДРИ М. АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ В УСЛОВИЯХ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ	71
БАЛАБАНИЦЬ А. В. СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	74
БЕРЕЗОВА Ю. В., ВОЛОВІДНИК К. Т. SHARING ECONOMY ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	77
БЛАГА Н. В. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	80
БРАТЮК В. П., ЯСЮК А. С. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ІНТЕРНЕТ-СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	84
ВАСИЛАКИЙ О. В., СТОРОЖУК О. В. «ЄДИНЕ ВІКНО» – ШЛЯХ ДО СПРОЦЕННЯ ТОРГІВЕЛЬНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	86
ГОБЕЛА В. В. МІЖНАРОДНЕ ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	89
ГОБЛИК-МАРКОВИЧ Н. М., ВОЛЯНСЬКИЙ Б. ОСНОВИ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПІДХОДУ В ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	92
ДАНКЕСВА О. М. ВИКОРИСТАННЯ АРОМАМАРКЕТИНГУ В ТОРГІВЛІ	95
ІГНАТИШИН М. В., МАТВІЇВ А-М. В. БІЗНЕС-КОНСУЛЬТУВАННЯ З ПИТАНЬ СТВОРЕННЯ ТА РЕСТРАЦІЇ БІЗНЕСУ	97
ЛИЗАНЕЦЬ А. Г. СТАРТАПИ ЯК ФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ ТА СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	100
ЛІБА Н. С., МАРЦЕНЮК М. О. ЕМПІРИЧНІ ВИМІРИ НЕРВОВО-ПСИХІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	103
МАКСИМЕНКО Д. В. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	105
МАСЛИГАН Е. А., ТОДЬЄРШКО Е. В. ХАРАКТЕРИСТИКА АЛГОРИТМУ МАРШРУТИЗАЦІЇ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРУ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ В УКРАЇНІ	107
МНИХ О. Б., КИРИЛЕНКО А. А. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ КАПІТАЛІЗАЦІЇ НА РІВНІ МАКРО-І МІКРОЕКОНОМІКИ І ДЖЕРЕЛ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ	111
МОЛНАР-БАБЛЯ Д. І., КОГУТ Д. О. ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ГОСПОДАРСТВАХ	113
НЕСТЕРОВА С. В. РОЗРАХУНОК ПАРАМЕТРІВ КРИВОЇ НАВЧАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА	117
ПИЛИПЧУК В. П., КИРИЛОВ І. Ю., БУХТА С. В. МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	120
ПУГАЧЕВСЬКА К. Й., ДЖУНКОВСЬКА К. С. ФАКТОРИ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ ВІДКРИТИХ ЕКОНОМІК	121
ПУГАЧЕВСЬКА К. Й., ТУЛЬ О. С. КОНКУРЕНЦІЯ НА РИНКУ ПОСЛУГ	124
РОСОЛА У. В., КОПЧА В. В. ТОП-3 ГІГАНТИ МІЖНАРОДНОГО ФОНДОВОГО РИНКУ ТА ВПЛИВ НА НИХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	125
РОСОХА Д. П., МАКСИМЕНКО Д. В. ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІЗУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	129
СИВОЛАП Л. А. УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ПРАЦІ ПІД ЧАС КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ	131
ЧЕРНИЧКО С. Ф., РИБЧАК В. І. МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА	135
ЧЕРЧИК Л. М., ЛАЖНИК А. М. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР	137
ЧИЗМАР І. І., ГОБЛИК В. В. ЕНДЕМІЧНІ СФЕРИ ЦИФРОВОЇ ІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ	140

## ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗРУШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

стратегічного управління природно-техногенною та екологічною безпекою на засадах сталого розвитку *Ефективна економіка*. 2013. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1713>.

3. Хвесик М. А., Голян В. А. Інституціональна модель природокористування в умовах глобальних викликів : монографія. Київ : Кондор, 2007. 480 с.

4. Шевченко І. Інституційне забезпечення екологічної політики в умовах децентралізації. *Економіка природокористування і охорони довкілля*: збірник наукових праць. Київ : ДУ ІСПСР НАН України, 2015. С. 87-95.

5. Мохній А. І., Яхно Т. П., Бабець І. Г. Міжнародні організації : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 440 с.

УДК 338.483.13:379.821(043.2)

**Н. М. ГОБЛИК-МАРКОВИЧ,  
Б. ВОЛЯНСЬКИЙ**  
Мукачівський державний університет

### ОСНОВИ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПІДХОДУ В ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Розвиток сучасної готельно-ресторанної сфери відбувається в тісній кореляції із зовнішніми глобальними процесами. І, як практика показує, дана галузь має невичерпний потенціал для прогресу та здійснює вагомий вклад в економіку країн, забезпечує значні інвестиції у туристично-привабливі регіони. В останнє десятиліття сфера гостинності стрімко набирала обертів. Та цю позитивну тенденцію в галузі призупинила всесвітня пандемія COVID-19, яка в окремих випадках не тільки зупинила зростання, а й призвела до згортання підприємницької діяльності та банкрутств підприємств.

Так як сфера послуг є дуже насичена, на ринку виступає велика кількість закладів з надання послуг, кожен з яких намагається привернути увагу споживача аби вижити у важких умовах. Для того, щоб клієнт зробив вибір у ту чи іншу сторону, готельно-ресторанний заклад має повністю відповідати параметрам гостя. Оскільки саме останній дає оцінку рівню обслуговуванню і, відповідно, здійснює оплату послуг. Тому, нагальним питанням формування конкурентоспроможної пропозиції на ринку є діяльність підприємств сфери гостинності на сучасних концептуальних основах.

Окремі концептуальні засади в діяльності закладів готельно-ресторанного бізнесу висвітлені у працях В.В. Архіпової [1], Т.Г. П'ятницької [2], З.І.Тимошенко [3]. Та

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ

актуальними є подальші дослідження даного напрямку діяльності з врахуванням сучасних негативних глобальних процесів.

Успішна реалізація підприємства готельно-ресторанного господарства потребує розробки спеціальної концепції, яка повинна містити такі складові як задум або головну ідею, механізми, способи поетапної реалізації, визначати перспективні напрями у діяльності закладу[4;48].

Концептуальні основи діяльності підприємства готельно-ресторанного господарства повинні базуватися на визначенні основної ідеї функціонування з урахуванням орієнтації на конкретні сегменти споживчого ринку. Для реалізації даного постулату необхідно забезпечити реалізацію таких складових:

- контингент потенційних споживачів ( мешканці міста, поселенці готелю, постійні відвідувачі готелю чи то ресторану, туристичні групи тощо), що має певний рівень доходів і готові витратити кошти в галузі;
- гастроконцепція закладу з врахуванням напрямку та специфіки кухні (авторська, креативна, вегетаріанська, регіональна закарпатська тощо);
- тип та формат закладу гостинності (комплекс, готельний чи ресторанный заклад, повносервісний, кейтеринговий тощо);
- формат виробничого процесу (повний цикл, робота на напівфабрикатах; виробництво чи тільки реалізація послуг тощо);
- інтер'єр та дизайн (національного формату, хай тек, стиль лаунж та багато ін);
- специфічні характерні риси як от особливості обслуговування споживачів, режим роботи закладу, його номенклатура послуг та багато ін.

Для налагодження роботи всього підприємства готельно-ресторанного бізнесу необхідно залучити нові методи організації та роботи в умовах світової пандемії. Наприклад, використання маркетингових інструментів, які забезпечать зв'язок з зовнішнім та внутрішнім середовищем. Маркетингові інструменти покликані здійснювати раціональні рішення, які будуть прийматися.

Особливо гостро постає питання щодо обслуговування, оскільки постійно з'являються нові методи обслуговування, посилюється ринкова конкуренція. Через свою унікальну діяльність визначається потенціал підприємства, сильні та слабкі сторони, активізація до створення ноу-хау.

Визначено, що на сучасному рубежі відбулися великі зміни не тільки у сфері обслуговування, але і у створенні продукту, та процесі надання послуг. Наразі всі послуги та продукти створюються виключно під споживача, так як саме він стає кінцевим

## ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗРУШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

поціновувачем того чи іншого продукту. Саме такі маркетингові інструменти дозволяють максимально наближено вивчити всі смаки та бажання гостей.

Основним важелем роботи із споживачами є комунікаційна стратегія підприємства. Вона уособлює в собі взаємодію споживача з виробником. У процесі реалізації такої комунікації важливо не тільки створити продукт або послугу, встановити відповідно ціну, але і правильно донести інформацію до споживача. Використати правильні ключі до пояснення, виставити продукт в найкращому стані. Так, наприклад, ефективним засобом в умовах сьогодення є інтернет ресурси. Зокрема, грамотно оформлений та розкручений сайт, сторінки у соціальних мережах тощо.

Узагальнюючи вище написане, можна сказати, що найбільш перспективною є діяльність закладів сфери гостинності, що орієнтована на впровадження сучасних концептуальних складових. Це дає можливість підприємству зорієнтуватися в ринковому середовищі, визначити потенційний сегмент ринку, дослідити смаки, вподобання споживачів та, відповідно, запропонувати той конкретний продукт, що найбільш задовольнятиме їхні потреби. Реалізація концепції потребує значних затрат фінансових, матеріальних та трудових ресурсів. Та, разом з тим, сприятиме встановленню більш конкурентоспроможного становища на ринку.

### Література:

1. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посібник / В.В.Архіпов. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 280 с.
2. П'ятницька Г. Т. Формування стратегії розвитку підприємств ресторанного господарства: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04 / Г.Т. П'ятницька; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2008. – 43 с.
3. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу: навч. посіб. / З. І. Тимошенко, Г. Б. Мунін, В. П. Дишлевий; Європ. ун-т. – К., 2007. – 245 с.
4. Митник С. І. Концептуальні підходи до створення ресторану і організації його діяльності [Електронний ресурс] / С. І. Митник. – Вісник ЛТЕУ. Економічні науки. – №17. – 2014. – Режим доступу: [http://journals-lute.lviv.ua/journal/17\\_2014/12.pdf](http://journals-lute.lviv.ua/journal/17_2014/12.pdf).
5. Проектування підприємств готельно-ресторанного господарства: навчальний посібник, видання 2-е перероб і доповнене [Електронний ресурс] / за заг. редакцією Н. О. П'ятницької, Н. М. Зубар. – К., 2013. - Режим доступу: <https://studfile.net/preview/5127858>.



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto: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/>