



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

УДК 339.98: 658.

**К. Й. ПУГАЧЕВСЬКА,  
О. С. ТУЛЬ**  
Мукачівський державний університет

### **КОНКУРЕНЦІЯ НА РИНКУ ПОСЛУГ**

Формування конкурентного середовища є надзвичайно важливим завданням для досягнення конкурентоспроможності на ринку послуг України. Відповідно формування ринку послуг пов'язане із виникненням суб'єктів ринку та об'єктів, щодо яких і розвивається конкуренція. Суб'єкти конкуренції, взаємодіючи між собою щодо об'єктів конкуренції стають причиною виникнення різних форм конкуренції, яку можна трактувати як боротьбу за найкращі умови на ринку, тобто можливість отримувати високі прибутки і тривале існування на ринку.

Конкуренція - це суперництво між компаніями, що продають подібні товари та послуги з метою отримання доходу, прибутку та зростання частки ринку. Підприємства, що стимулюють ринкову конкуренцію, збільшують обсяг продажів, використовуючи чотири компоненти маркетингового комплексу. Знання та розуміння конкуренції є важливим кроком у розробці успішної маркетингової стратегії. Визначення конкуренції та інформування про товари та послуги конкурентів є запорукою збереження конкурентоспроможності на ринку та вирішальним для виживання будь-якого бізнесу [1].

Форми прояву конкуренції на ринку послуг виникають у залежності від взаємодії суб'єктів конкуренції, яка в свою чергу моделюється під впливом конкретної поведінки суб'єктів конкуренції на ринку; внутрішньої конкуренції; зовнішньої конкуренції; заходів регуляторних органів, тощо.

Для споживачів послуг одним із найважливіших факторів є не тільки професіоналізм, але й індивідуальний підхід у спілкуванні з клієнтом, а саме: спілкування по телефону, швидкість виконання завдань, ведення індивідуальних особистих розмов, прийняття клієнта тощо. Таким чином, при наданні послуг потрібно чітко з'ясувати не лише конкретне завдання, яке ставить клієнт перед виконавцем, уточнювати строки виконання завдання та бажаний кінцевий результат, але також необхідно встановити психологічний портрет клієнта для вироблення тактики спілкування та взаємодії з ним .

Конкуренція позитивно впливає не тільки на добробут споживачів, але й на економіку країни в цілому. Конкуренція сприяє підвищенню продуктивності та міжнародної конкурентоспроможності ділового сектору та сприяє динаміці ринків та економічному зростанню. Вона має ряд переваг:

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

- призводить до того, що послуги надаються споживачам за конкурентоспроможними цінами;
- впливає на ефективність та продуктивність (змушує фірми прагнути пропонувати товари вищої якості, кращі послуги та нижчі ціни);
- позитивно впливає на інновації;
- сприяє реструктуризації галузей, які втратили конкурентоспроможність [2].

Конкуренція в сфері послуг є необхідною умовою функціонування ринку, вона сприяє покращенню якості послуг, зниженню цін на ці послуги і, як наслідок, збільшенню кількості споживачів та підвищенню прибутку для сервісних підприємств, котрі пропонують кращі послуги за обґрунтованою ціною.

Розвиток ринку послуг залежить від поведінки його учасників, яка визначається сукупністю їх конкурентних переваг та зовнішніх чинників впливу. Вирішальне значення в наданні послуг відіграють знання та професіоналізм працівників, тому лише за злагодженої та комплексної системи управління суб'єктам конкуренції вдасться зберегти здобуте ринкове становище або ж посилити його.

### Література:

1. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ О. Б. Моргулець. – К.: Центр учб. л-ри, 2012. – 383 с.
2. Гриценко О. Г. Оцінка рівня розвитку ринкової конкуренції / О. Г. Гриценко, Ю. А. Рак // Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. – № 1. – 2012. – С. 29-36.

УДК: 336.762

**У. В. РОСОЛА,  
В. В. КОПЧА**  
Мукачівський державний університет

## ТОП-3 ГІГАНТИ МІЖНАРОДНОГО ФОНДОВОГО РИНКУ ТА ВПЛИВ НА НИХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Міжнародний фондовий ринок є системою економічних відносин, що виникають між суб'єктами різних країн щодо купівлі-продажу цінних паперів, які випускаються на одному чи декількох іноземних ринках і знаходяться поза юрисдикцією певної країни. Тобто, міжнародний фондовий ринок являє собою надбудову над фондовими ринками різних країн, які утворюють його основу.



# 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/>