




**СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У
КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО НАУКОВОГО
ВИМІРУ**



*Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції
(м. Запоріжжя, 27 жовтня 2023 року)*



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО НАУКОВОГО ВИМІРУ

*Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції
(м. Запоріжжя, 27 жовтня 2023 року)*

Запоріжжя
2023

УДК 316.43:330.342(06)

С83

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького (протокол № 3 від 31.10.2023 року)

ОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ

УКРАЇНА

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

ЗА ПІДТРИМКИ

УКРАЇНА

Університет Григорія Сковороди в Переяславі

Бердянський університет менеджменту та бізнесу

Львівський національний університет природокористування

Херсонський державний аграрно-економічний університет

Навчально-науковий інститут економіки, управління та діджиталізації НРЗВО «Кам'янець-

Подільський державний інститут»

Туристична агенція «Асоль»

ЗАРУБІЖНІ ДЕРЖАВИ

м. Хайлар (КНР, Інститут економіки та управління Хулунбуїрського університету)

м. Мутлан (Пакистан, Університет Бахауддін Закарія)

м. Тбілісі (Грузія, Європейський університет),

Готель Am Alten Weinberg (м. Бранденбург-Вердер, Німеччина),

ЗАТ ОРМЕ ІНТВЕСТИСІЙОС (м. Вільнюс, Литва)

АИППМПДМ «Д-Р ДАНИЕЛА КУНЕВА-АНДОНОВА» ЕООД (м. Варна, Болгарія)

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Марченко О.А. – д.екон.н., професор; *Постол А.А.* – д.екон.н., професор; *Пилипенко К.А.* – д.екон.н., професор; *Рунчева Н.В.* – д.екон.н., доцент; *Мармуль Л.О.* – д.екон.н., професор, *Сальнікова М.В.* – магістр економіки.

Стратегічні пріоритети розвитку соціально-економічних систем у контексті сучасного наукового виміру: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького, м. Запоріжжя, 27 жовтня 2023 р). Полтава: Видавництво ПП «Астроя». 2023. 309 с.

ISBN 978-617-8231-29-3

У збірнику надруковано матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні пріоритети розвитку соціально-економічних систем у контексті сучасного наукового виміру», яка відбулася 27 жовтня 2023 року в Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького.

Збірник конференції розрахований на науковців, науково-педагогічних працівників, здобувачів закладів вищої освіти, фахівців підприємств, установ, організацій, представників засобів масової інформації та інших зацікавлених осіб.

УДК 316.43:330.342(06)

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори матеріалів. Висловлені авторами думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань. Переклади і передруки дозволяються лише за згодою автора.

© Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького, 2023

© Кафедра економіки та готельно-ресторанного бізнесу, 2023

ISBN 978-617-8231-29-3

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ.....	10
<i>Афанас'єва А.Е.</i> Розвиток туризму в Іспанії.....	10
<i>Frau Cevin, Георгієва А.І.</i> Діловий туризм у Німеччині.....	13
<i>Горяча А.Ю.</i> Особливості медичного страхування громадян Болгарії.....	16
<i>Жидовська Н.М.</i> Регулювання міжнародних перевезень вантажів автомобільним транспортом на національному та міжнародному рівні....	20
<i>Кравцова Л.А., Перерва Д.А., Яна Бахнам.</i> Особливості прихистку для українців у Канаді.....	23
<i>Лі Сю Ефен (Li Xu Efen).</i> Вектор геоекономічної політики Китаю...	25
<i>Танг Ці (Tang Qi).</i> Нова модель розвитку Китаю.....	30
<i>Цзян Чао (Jiang Chao), Сяо Яницизи (Xiao Yangizi).</i> Перспективи нової енергетики Китаю.....	35
<i>Ці Юн Лю (Qi Yun Liu).</i> Базель III – повернення золотого стандарту.....	40
СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ.....	46
<i>Мігай Н.Б., Агеєва Н.В.</i> Логістичний потенціал регіону: складові та аспекти оцінки.....	46
<i>Руснак А.В.</i> Умови функціонування інноваційного середовища як чинника реалізації інновацій.....	50
СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	55
<i>Marchenko Oksana, Postol Anatolii, Romoshka Serhii.</i> The mechanisms of the improvement of the management of the system of health protection in Ukraine.....	55

Горяча О.Л., Олійник Б.О. Діагностика виробничого потенціалу підприємства.....	62
Горяча О.Л., Сіваков С.М. Маркетингова діяльність як елемент управління.....	66
Грищенко О.В. Трансформація моделі оподаткування єдиним податком, як запорука її прозорості.....	69
Зіненко Катерина. Особливості конкуренції в маркетингових дослідженнях.....	74
Ігнатенко М.М., Красножон А.О., Ткаченко Ю.О. Напрями та завдання впровадження цифрових інновацій у малих аграрних підприємствах.....	78
Ільченко В.М., Кисельов В.Р. Гуманізація праці як гарант підвищення якості трудового життя у соціальному підприємстві.....	81
Квятко Т.М. Особливості розвитку соціально-відповідального маркетингу в сучасних умовах функціонування вітчизняних товаровиробників.....	86
Котелюх М.Ю., Рунчева Н.В. Соціальний маркетинг в охороні здоров'я.....	91
Кулик В.А., Карпенко Є.А. Малий бізнес в Україні: організація та оподаткування.....	95
Маренич Т.Г. Забезпечення продовольчої безпеки держави та інноваційний розвиток аграрних підприємств.....	98
Пилипенко К.А., Дегтярьова Д.С. Основні етапи та принципи створення бізнесу в сучасному світі.....	103
Пшедзьял Д., Хмарська І.А. Малий бізнес: роль і місце в економіці України.....	108
Рунчева Н.В. Фінансовий механізм реалізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу.....	112

<i>Христенко С.С.</i> Соціально-відповідальний маркетинг – складова сучасного бізнесу.....	115
<i>Цой В.</i> Вплив агресивної реклами на діяльність компанії.....	118
СЕКЦІЯ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА.....	122
<i>Косолапова А.О.</i> Розвиток регіональної економіки та зростання продуктивних можливостей.....	118
<i>Надточій І.І.</i> Зарубіжний досвід управління конкурентним розвитком територій.....	126
СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА.....	129
<i>Арабаджи О.С., Левада О.М.</i> Інструменти економічного стимулювання раціонального природокористування.....	120
<i>Гришко С.В., Непша О.В.</i> Проблеми природокористування та сталий розвиток.....	133
<i>Дорожко Г.І., Сапога Л.М.</i> Всеєвропейська екологічна мережа як сучасна концепція збереження ландшафтного та біологічного різноманіття.....	139
<i>Дьячкова А.В., Дьячкова Л.І., Хомотюк Ю.П.</i> Сталий розвиток як вимушений захід охорони довкілля на міжнародному рівні.....	143
<i>Єпіфанцев Д.Е., Вінніченко О.М., Коваль Д.О.</i> Геолого-економічна оцінка запасів підземних вод в Україні.....	148
<i>Marchenko O.A., Vorovka V.P. Dranik S.V.</i> The mechanisms of management of maritime natural use.....	153
<i>Marchenko O.A., Povolotska Y.B., Hrybkova Y.D.</i> The mechanisms of management of the recreational nature use	157
<i>Прохорова Л.А., Зав'ялова Т.В.</i> Еколого-економічні потреби та інтереси.....	163

СЕКЦІЯ 6. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ.....	167
<i>Єфремов А.О., Пристемський О.С.</i> Фінансування стартапів та малих підприємств: проблеми та перспективи.....	167
<i>Тютюнник Ю.М., Тютюнник С.В.</i> Перевірка дотримання золотого правила фінансування за інформацією фінансової звітності вітчизняних підприємств.....	171
СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	176
<i>Аранчій В.І., Зоря О.П.</i> Інноваційно-інвестиційне забезпечення розвитку підприємств сфери туризму.....	176
<i>Бабко Н.М.</i> Аналіз туристичного потенціалу Харківського регіону.	180
<i>Бабко Н.М., Балабін К.В.</i> Ключові етапи організації готельної справи.....	186
<i>Бабко Н.М., Брожина А.С.</i> Характеристика ринкової концепції ресторану.....	188
<i>Бабко Н.М., Колєснікова А.С.</i> Особливості впровадження сталого менеджменту у готельно-ресторанній індустрії.....	193
<i>Бабко Н.М., Покопцева А.Г.</i> Ресторанне мистецтво у світі: традиції і основні тренди.....	198
<i>Бабко Н.М., Тішина В.В.</i> Управління і планування готельно-ресторанною справою: ключові аспекти успіху.....	201
<i>Бабко Н.М., Чорній К.О.</i> Економіка гостинності: тенденції та перспективи.....	203
<i>Боруцька Ю.З., Крупа О.М.</i> Механізми удосконалення організації туристичного обслуговування у Львівській області.....	206
<i>Грановська В.Г., Крикунова В.М.</i> Підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств на засадах використання таймшерінгу та продуктивних й організаційних інновацій...	211

Гринюк Н.А. Туристична діяльність споживчої кооперації України: проблеми і перспективи.....	214
Дидів І.Б., Березівська О.Й. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства.....	217
Круковська О.В. Нові організаційно-економічні принципи управління послугами корпоративного рівня в індустрії гостинності.....	220
Кучеренко С.Ю., Леваєва Л.Ю., Кучеренко О.М. Кластерна організація як чинник конкурентоспроможності туристичних підприємств.....	226
Мармуль Л.О., Гладкоскок О.А., Яценко В.І. Розвиток сільського зеленого туризму в сучасних умовах: ризики, завдання, можливості.....	230
Marchenko O.A., Kozin I.P., Tchaikovsky V.V. The mechanisms of marketing policy in the management of the tourist enterprise.....	233
Marchenko O.A., Salnikova M.V. The event tourism as the priority direction of the development of the region.....	237
Пеньковський В.С. Використання цифрових фінансових інструментів у розвитку туристичних підприємств.....	241
Пікуш О.В. Міжнародний туризм у системі стратегічних пріоритетів розвитку сфери туристичних послуг України.....	245
Постол А.А., Ломейко А.М. Організація агротуристичної діяльності у формі малого підприємництва.....	251
Пилипенко К.А., Качанова А.Р. Регулювання туристичної діяльності в Україні.....	255
Романюк І.А., Мараховська К.С. Роль гастрономічного туризму у кавовій індустрії.....	259
Рунчева Н.В., Бригіна С.І. Екологічні інновації в готельному бізнесі.....	261
Рунчева Н.В., Дегтярьова Д.С. Економічні стратегії туристичного бізнесу.....	267

надійного та конкурентоспроможного готельно-ресторанного сектору, що є невід'ємною частиною туристичної галузі України.

Література:

1. Lyashuk, M., & Ierko, I. (2020). Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу рекреаційного району. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 3(1), 109–119. <https://doi.org/10.31866/2616-7468.3.1.2020.205574>

2. Ierko, I., Hrynasiuk, A., Hromko, L., & Melnyk, N. (2022). Features of development of hotel and restaurant economy of Lutsk territorial community. Human Geography Journal, 32, 79-88. <https://doi.org/10.26565/2076-1333-2022-32-09>

3. Perepelytsia A., Yurchenko Yu. Modern hotel technology trends for hospitality industry. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». Вип. 9. 2019. С. 197-202.

Круковська О.В.,

*Кандидат економічних наук, доцент кафедри
готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,
Херсонського державного аграрно-економічного університету,
м. Кропивницький, Україна*

НОВІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПОСЛУГАМИ КОРПОРАТИВНОГО РІВНЯ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

У методології та методиці визначення нових організаційно-економічних засад управління послугами в індустрії гостинності на рівні підприємств готельно-ресторанного бізнесу основоположне значення, на нашу думку, має уточнення їх функцій, змісту і завдань; чинників і принципів здійснення; показників моніторингу, оцінки й діагностики; нових інструментів, тактики і

стратегії надання, організації та управління. Насамперед, уточнимо, що “Індустрія гостинності” ідентифікується нами як сфера або галузь надання послуг у даному разі у готельно-ресторанному господарстві або бізнесі та його підприємствах. А власне “гостинність” ототожнюється з комплексом тих або інших послуг, характерних для нього.

Оскільки мова йде про послуги в індустрії гостинності на рівні готельно-ресторанних підприємств, є необхідність уточнити їх зміст та структуру, виявити наявні особливості. Згідно Академічного тлумачного словника української мови в 11-ти томах (1970 – 1980), гостинність – це готовність приймати гостей і пригощати їх [3, с.143]. Аналогічне тлумачення, посилаючись на попереднє джерело, пропонує й Публічний електронний словник української мови. У словнику-довіднику “Знаки української культури” авторства О. Жайворонка гостинність розглядається як народна традиція з любов’ю та повагою приймати і частувати гостей; сама церемонія гостинного приймання кого-небудь” [4, с.151 – 152].

Гостинність визначається як складова частина культури сім’ї. Вона також розуміється як риса характеру, притаманна або ні тій чи іншій людині. Вона є ознакою щиросердечності, поваги та відкритості. З точки зору індустрії гостинності та готельно-ресторанного бізнесу найбільш цитованим є визначення Г. Круль. Так, авторка справедливо вважає, що з наукової точки зору термін “гостинність” означає “систему заходів і порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей туристичних підприємств, їх завбачливого обслуговування наданням низки послуг. Послуга – це результат взаємодії виконавця і споживача; особиста діяльність виконавця, спрямована на задоволення потреб споживача” [9]. Позитивно оцінюючи дане визначення, є необхідність уточнити його наступним чином:

По-перше, гостинність готельно-ресторанних підприємств направлена не лише на категорію туристів, але й інших їх відвідувачів та гостей, що передбачає

можливі їх функціональні, часові, просторові й інші відмінності. По-друге, мова може йти й про більш широкі запити та потреби споживачів, отже, й складники гостинності. Крім названих, це соціально-психологічні (почуття ексклюзивності, престижності, забезпечення потреб у спілкуванні тощо); санітарно-гігієнічні (дрес-код персоналу; ергономіка приміщень, шумоізоляція, наявність питної або гарячої води, зручності, засоби і т. п.); екологічні (потреби в мальовничому природному середовищі, екологічній відповідності доквілля та відпочинку, інших послуг, вимоги до ландшафтного дизайну, утилізація відходів тощо); естетичні; з відпочинку та можливих видів рекреації й оздоровлення; інші потреби і запити.

Вагомі дослідження індустрії гостинності й послуг гостинності та їх результати здійснені у статті А. Мартієнко, О. Дишкантюк, особливо у частині порівнянь та оцінки відмінностей у тлумаченні вказаних категорій різними авторами. Їх всебічне вивчення та узагальнення дозволило нам прийти до висновку, що гостинність та послуги гостинності треба розуміти й як вид або форму бізнесу, підприємницької діяльності, де зосереджуються інтереси споживачів, безпосередніх виконавців, менеджерів і власників готельно-ресторанних підприємств.

Отже, в ідентифікації категорії “гостинність” мова має йти й про економічні запити споживачів та економічні вигоди надавачів, які можна оцінити через показники собівартості, вартості та ціни послуги. В свою чергу, це долучає до процесу ідентифікації категорії “послуги” в індустрії гостинності у сфері готельно-ресторанних підприємств й таку визначальну її ознаку та функцію як, якість, відповідність стандартам, а також співвідношення у системі “ціна – якість”. Саме уявленням про нього значною мірою користуються споживачі при виборі послуг гостинності.

Нарешті, гостинність тісно пов’язана з поведінковою економікою, поведінковими фінансами та економічною психологією. Це про те, що послуги індустрії гостинності в управлінні готельно-ресторанними підприємствами

мають особливі, психологічні риси та ознаки, які дозволяють перетворювати клієнтів або споживачів на гостей таких закладів, даючи відчуття безпеки, комфорту, почуття дому і навіть родини; турботи і любові. Тому вони мають бути щирими, своєчасними, тактовними, створювати особливий настрій. Таким чином, досягається і їх якість, і морально-етичні та соціально-економічні переваги. Оскільки мова йде про індустрію гостинності та готельно-ресторанний бізнес, доцільно зупинитися на обґрунтуванні саме на організаційно-економічних засадах управління їх послугами.

На нашу думку, основними чинниками їх здійснення/надання є ресурси; напрями; виконавці (персонал); споживачі. Також це принципи, механізми, інструменти, алгоритми й наслідки надання; їх моніторинг, оцінка й діагностика, планування й прогнозування; навчання та менеджмент. У сукупності ресурсів та умов надання послуг гостинності у підприємствах готельно-ресторанного бізнесу слід виділити природні умови і ресурси територій їх розміщення; культурно-історичні, соціально-економічні. Останні є особливо вагомими, оскільки означають у т. ч. платоспроможність населення, прибутковість готельно-ресторанного бізнесу, гарантії безпеки у середовищі індустрії гостинності, а також інститути, які визначають її організацію та регулювання розвитку.

Також це фінансові, матеріально-технічні, інформаційні й трудові ресурси готелів і ресторанів, на основі використання яких і надаються послуги, забезпечуються розміщення, відпочинок і харчування клієнтів. Так, фінанси та інвестиції є джерелом створення і розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Серед матеріально-технічних ресурсів виділяються безпосередньо приміщення, їх меблювання, загальне і спеціальне обладнання, продукти харчування й готові блюда, інші які забезпечують послуги та визначають якість і рівень їх надання. На надзвичайно потужний ресурс з розвитком цифрової економіки перетворилася інформація. Саме з її допомогою можна оцінити ринок гостинних послуг, їх динаміку, тенденції розвитку, здійснювати плани і

розробляти прогнози на перспективу, враховувати конкурентів і розуміти власні рейтинги.

Нарешті, за презентацію наявних переваг та їх капіталізацію відповідає персонал та менеджмент готелів і ресторанів, який безпосередньо спілкується з клієнтами. Тому надзвичайно важливими є навички й риси гостинності кожного, мікроклімат у колективах готельно-ресторанних підприємств, дотримання ділової етики у спілкуванні з гостями і між собою, вболівання за імідж і репутацію своїх закладів. Крім цього, в готельно-ресторанних підприємствах за організацію і надання послуг опосередковано впливають працівники бухгалтерії, планово-фінансової служби, служби постачання, експлуатації тощо. Тому треба враховувати, що від їх злагодженої роботи також залежить рівень та якість надання послуг гостинності. В залежності від використовуваних ресурсів та змісту послуги можуть бути основними та додатковими, типовими й ексклюзивними.

Не менш важливу роль в організаційно-економічному забезпеченні послуг індустрії гостинності мають принципи або правила їх надання. Серед них першочергове значення мають етичні принципи (доброчесність, інтелігентність, доброзичливість, тактовність, делікатність, освіченість, скромність); екологічні (надання послуг не має шкодити довкіллю, іншим людям); економічність (послуги мають бути доцільними для споживачів та надавачів, мають економити час та запобігати його непродуктивним витратам); якості й професійності; законності і безпеки.

Нові організаційно-економічні аспекти здійснення послуг в індустрії гостинності, особливо на рівні підприємств готельно-ресторанного бізнесу стосуються насамперед, додаткових до існуючих (виділених раніше) нових джерел та функцій їх надання, в особливості умов та ресурсів; чинників та складників; принципів (правил) та інструментів; нових показників моніторингу, оцінки та діагностики; пріоритетів, тактики і стратегії надання. Останні з метою забезпечення конкурентних переваг готельно-ресторанних підприємств

обґрунтовується нами як організація інтеграційних процесів та розвиток готельних мереж; розвиток міні-готелів та сімейних малих готельно-ресторанних підприємств, особливо в малолюдних мальовничих місцях, з орієнтацією на ринки спортивного, гірськолижного, екологічного, сільського зеленого туризму.

Література:

1. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 року № 324/95ВР / Верховна Рада України .URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95&%D0%B2%D1%80>.

2. Мармуль Л.О., Романюк І.А. Удосконалення структури ринку праці сільських територій шляхом розвитку підприємств сільського зеленого туризму. Економічний вісник університету. Вип. 38. 2018. С. 70-77.

3. Академічний тлумачний словник української мови в 11ти томах. АН УРСР, Інститут мовознавства; за ред. І.К. Білодіда. К.: Наукова думка, 1270-1980. Т. 2. С. 143.

4. Жайворонок О. Знаки української культури. Словник довідник. К.: Довіра, 2006. С. 151-152.

5. Романюк І.А. Стратегічне управління розвитком галузі туризму на засадах формування корпоративної культури туристичних підприємств. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2016. № 2 (34). С. 24-27.

6. Кучечук Л.В., Черниш К.О. Проблеми й перспективи розвитку готельної справи у Харківському регіоні в умовах європейської інтеграції. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Міжнародні економічні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2018. Вип. 7. С. 115-121.

7. Ihnatenko M.M., Marmul L.O., Sarapina O.A., Sakun A.Zh., Pylypenko K.A. Models of implementation of enterprises in agricultural green tourism in European countries and assessment of their efficiency. International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering. Vol. 8. Issue12, October 2019. Pp. 337-340.

8. Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г., Алещенко Л.О. Економічний механізм

формування конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. Економіка АПК. 2020. №5. С. 45-55.

9. Круль Г.Я. Основи готельної справи. навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 368 с.

Кучеренко С.Ю.,

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки,
Університет Григорія Сковороди в Переяславі,
м. Переяслав, Україна*

Леваєва Л.Ю.,

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки,
Університет Григорія Сковороди в Переяславі,
м. Переяслав, Україна*

Кучеренко О.М.,

*аспірант,
Університет Григорія Сковороди в Переяславі,
м. Переяслав, Україна*

КЛАСТЕРНА ОРГАНІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Однією з форм оптимізації діяльності підприємств туристичної галузі є створення мережі кластерів. Вони формуються у результаті диверсифікації виробництва послуг та продуктів і формування тісних кооперативних зв'язків компактно розміщених малих, середніх і великих туристичних підприємств. Актуальність створення кластерів зумовлена процесами інтегрованості національної економіки до світової; сучасною організацією продуктивних сил у межах окремих регіонів.

Також їх спонукають розвиток та зміни відносин власності, удосконалення систем менеджменту на підприємствах як головних конструктивних важелях оптимізації туристичного бізнесу [1, с. 59]. Конкурентні переваги кластерів

Наукове видання

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО НАУКОВОГО ВИМІРУ

Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції
(м. Запоріжжя, 27 жовтня 2023 року)

Друкується в авторській редакції мовою оригіналу

Оргкомітет конференції

**Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького**

Поштова адреса: вул. Наукового містечка, 59, м. Запоріжжя, 69000

Електронна адреса: mdpu_conf@ukr.net

Телефон: +38 (097) 243 85 82

Видавництво ІІІ «Астрая»

Поштова адреса: вул. Шведська, 20, кв. 4, м. Полтава, 36014

Електронна адреса: astraya.pl.ua@gmail.com, веб-сайт: astraya.pl.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 5599 від 19.09.2017р.

Телефон: +38 (0532) 509-167, 611-694

