Міністерство освіти і науки України
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Державна наукова установа «Інститут модернізації змісту освіти»
Поліський національний університет
Національна академія прикладних наук ім. Ігнація Мосціцького в Цеханові (Польща)
Даугавпільський університет (Латвія)
Мазовецька академія в Плоцьку (Польща)
Комратський державний університет (Молдова)
Академія прикладних наук імені Яна Амоса Коменського в Лешно (Польща)
Університет імені Адама Міцкевича в Познані (Польща)



АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ: СВІТОВІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ

Матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції
(м. Умань, 21 травня 2025 р.)

Умань
2025

УДК 330.34 (477+100) (06)
А43

Головний редактор:

Слатвінський М. А., кандидат економічних наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Редакційна колегія:

Чвертко Л. А., заступник директора з наукової роботи ННІ економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

Подзігун С. М., в. о. завідувача кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

Ящук Т. А., доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Рекомендовано до друку вченою радою
Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини
(протокол № 13 від 28 травня 2025 р.)

Актуальні питання розвитку економіки: світові та національні аспекти
А43 : матеріали ІІІ Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Умань, 21 трав. 2025 р.) / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини, Навч.-наук. ін.-т екон. та бізнес-освіти та [ін.] ; [голов. ред. М. А. Слатвінський ; редкол. Т. А. Ящук, С. М. Подзігун]. – Умань : Візаві, 2025. – 354 с.

Збірник містить наукові тези ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання розвитку економіки: світові та національні аспекти», яка відбулася 21 травня 2025 р. на базі Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Матеріали відображають результати досліджень учених, викладачів, аспірантів та здобувачів вищої освіти з актуальних проблем розвитку економіки.

УДК 330.34 (477+100) (06)

Матеріали публікуються у авторській редакції.
За підбір і точність наведених фактів, цитат, даних, власних імен та іншої інформації несуть особисту відповідальність автори тез доповідей.

© Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, 2025

Слатвінський М. А.
СТРАХОВИЙ ЗАХИСТ У ФІНАНСОВОМУ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТІ. 237
Чвертко Л. А.
ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ……. 240
Biloshkurskyi M. V.
NAVIGATING TAXATION DYNAMICS IN CRISIS: THE IMPACT OF MARTIAL LAW ON UKRAINE'S EXPORT-IMPORT OPERATIONS….. 243

СЕКЦІЯ 5. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Бержанір І. А.
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ СУМНІВНИХ ТА БЕЗНАДІЙНИХ БОРГІВ ПІДПРИЄМСТВА…… 247
Гайдучок Т. С.
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА…….. 250
Демченко Т. А.
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВИКЛИКІВ……... 255
Пінчук Т. А., Михайлович О. Ю.
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК В УПРАВЛІННІ РИЗИКАМИ…….. 258
Цегельник Н. І.
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ МИТНИХ ПЛАТЕЖІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ……. 263
Чичук В. М.
ПРОЄКТНЕ НАВЧАННЯ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ЕКОНОМІЧННОЇ ІНФОРМАТИКИ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ…… 267

СЕКЦІЯ 6. ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Барвінок Н. В.
ЗНАЧЕННЯ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ТА ПАРТНЕРСТВА В ТУРИЗМІ У СУЧАСНИХ УМОВАХ…….. 271
Бричук Ю. В., Слатвінська Л. А.
ВПЛИВ ІНКЛЮЗИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ОРГАНІЗАЦІЙНУ КУЛЬТУРУ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ В ТУРИЗМІ……. 275
Бугеренко Д. О., Барвінок Н. В.
МІСЬКИЙ ТУРИЗМ МАЙБУТНЬОГО: ВІД ТРАНСПОРТНОЇ ДОСТУПНОСТІ ДО ВРАЖЕНЬ…… 278

СЕКЦІЯ 6. ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

ЗНАЧЕННЯ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ТА ПАРТНЕРСТВА В ТУРИЗМІ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Барвінок Н. В., *доктор філософії, старший викладач,*
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Сьогодні туристична індустрія є динамічною та конкурентною, що потребує інноваційних підходів до її розвитку та просування туристичного продукту. В умовах глобалізації та зростання вимог споживачів традиційні методи ведення бізнесу вже не забезпечують належного рівня конкурентоспроможності. Саме тому питання співпраці підприємств туристичної індустрії із партнерами, органами місцевого самоврядування та іншими зацікавленими сторонами стає все більш актуальним.

Одним із основних напрямів такої співпраці є створення туристичних кластерів для розвитку туристичних дестинацій. Туристичні кластери можуть значно допомогти об’єднати зусилля бізнесу, влади, наукових установ та громадських організацій для підвищення якості туристичного продукту, оптимізації витрат на його створення та зменшення ризиків. Успішна кластеризація може допомогти створювати унікальні туристичні продукти, які будуть приваблювати як внутрішніх, так і зовнішніх туристів, та стимулювати економічне зростання регіону [2].

Важливу роль у цьому відіграє співпраця туристичних підприємств з органами місцевого самоврядування. Адже, спільні маркетингові стратегії, проєкти, туристичні заходи та рекламні кампанії дозволяють підвищити популярність регіонів як туристичних напрямків, залучити інвестиції та покращити якість туристичного продукту. В умовах кризових ситуацій така співпраця є ефективним інструментом для підтримки туристичної індустрії та забезпечення її сталого розвитку. Наприклад, для значної частини споживачів важливим є співпраця туристичного підприємства як з партнерами, так і з іншими підприємствами та спільнотами, які можуть брати безпосередню участь у створенні туристичного продукту та впливати на його якість. Тому співпраця між

туристичним підприємством та органами місцевого самоврядування є вагомою для розвитку внутрішнього туризму та забезпечення безпеки туристів під час подорожей (рис. 1).



Рис. 1. Спільні заходи адаптивних стратегій туристичних підприємств та органів місцевого самоврядування для просування унікального туристичного продукту регіону

**Джерело: розроблено автором.*

Спільні маркетингові заходи туристичних підприємств та органів місцевого самоврядування можуть бути більш ефективними у проєктній діяльності, що передбачає досягнення єдиної мети та розвитку туристичного потенціалу регіону на основі цього. Для спільної проєктної діяльності щодо створення унікального туристичного продукту туристичним підприємством, з однієї сторони, та розвитку внутрішнього туризму органами місцевого самоврядування, з іншої, співпраця має інтегрувати різні напрямки.

З огляду на потребу просування національного туристичного продукту, розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, туристичні підприємства можуть значно покращити свою маркетингову діяльність на основі участі у спільних проєктах з органами місцевого самоврядування (проєкти з розробки спільного туристичного продукту, інфраструктурні проєкти, маркетингові кампанії, рекламні кампанії та PR, туристичні події, розвиток екскурсійної діяльності, створення туристичних інформаційних центрів (ТІЦ).

Спільна розробка проєктів туристичними підприємствами та органами місцевого самоврядування може стати ефективним інструментом маркетингових стратегій туристичного підприємства для стимулювання виходу підприємства із кризових ситуацій спричинених зовнішніми факторами. Це один з найбільш ефективних інструментів розвитку туризму в регіоні та його туристичної інфраструктури з метою підвищення привабливості регіону як туристичного напрямку.

З огляду на дослідження туристичних кластерів як інноваційної форми розвитку туризму та кластерної моделі розвитку туристичних дестинаційта особливостей процесу кластеризації туристичної сфери Європи з'ясовано, що співпраця туристичного підприємства з іншими учасниками в межах туристичного кластера створює більше можливостей для проєктної діяльності, а також може значно допомогти зменшити ризики, знизити витрати, підвищити рівень безпеки, розширити асортимент послуг, залучити нові знання та інформацію, підвищити інноваційність, посилити тиск на органи місцевого самоврядування та забезпечити ефективний розвиток [3]. Актуальність співпраці туристичних підприємств з маркетинговою метою в рамках туристичних кластерів полягає не лише у співпраці з органами місцевого самоврядування, але й з іншими учасниками, серед яких можуть бути: туристичні організації та асоціації, заклади освіти, дослідницькі заклади, місцеві підприємства інших галузей,

задіяні в туристичній індустрії, неприбуткові організації, громадські організації тощо.

Так як метою створення туристичного кластера регіону є сприяння розвитку і підвищенню конкурентоспроможності туристичних дестинацій , то ключове місце серед учасників повинні займати представники туристичної індустрії, як рушії формування та розвитку туристичної індустрії регіону [1]. По-перше, туристичні підприємства можуть ініціювати залучення необхідної інфраструктури для створення кластера (готелів, ресторанів, транспорту тощо) та сприяти розвитку такої інфраструктури (вкладати кошти у покращення доріг, різних закладів, музеїв тощо). По-друге, туристичні підприємства в межах туристичного кластера можуть об'єднуватись для спільної розробки та просування туристичного продукту, що забезпечуватиме більш ефективний підхід маркетингу. По-третє, туристичні підприємства можуть працювати спільно над розробкою та впровадженням нового туристичного продукту, що стосується туристичного кластера та відповідає потребам сучасних споживачів. По-четверте, туристичні підприємства можуть більш ефективно управляти та проводити маркетингову діяльність з метою просування туристичного кластера. По-п'яте, наявність потужних туристичних підприємств може стимулювати інвестиційний інтерес до регіону, що сприятиме розвитку туристичного кластера.

Таким чином, спільна проєктна діяльність туристичних підприємств з партнерами, органами місцевого самоврядування та іншими зацікавленими сторонами в межах створення туристичного кластера є актуальним питанням для формування стійкої та конкурентоспроможної туристичної індустрії в Україні.

Список використаних джерел:

1. Жуков С. А., Кампов Н. С., Тодьєрішко Е. В., Крімкова О. С. Особливості управління кластерами туризму із формами гнучкої (нестандартної) зайнятості: на прикладі закарпатської області. *Агросвіт*. 2022. № 9–10. С. 29–35. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6792.2022.9-10.29.

2. Миронов, Ю. Б. Кластерна модель розвитку туристичної дестинації. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. №8. С. 20–28. DOI: https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-3.

3. Михайлюк О. Л., Нєчева Н. В. Дослідження особливостей процесу кластеризації туристичної сфери Європи. *Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка.* 2020. №1(72). С. 43–56. DOI: https://doi.org/10.33987/vsed.1(72).2020.43-56.

ВПЛИВ ІНКЛЮЗИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ОРГАНІЗАЦІЙНУ КУЛЬТУРУ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ В ТУРИЗМІ

Бричук Ю. В., *здобувачка вищої освіти,*
Слатвінська Л. А., *канд. екон. наук, доцент,*
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

У сучасному світі туристична галузь є не лише потужним економічним сектором, а й важливою соціокультурною платформою, яка сприяє міжкультурній взаємодії, підтримує зайнятість та забезпечує розвиток громад. В умовах глобалізації, соціальної нерівності, викликів війни та міграції важливо впроваджувати інклюзивне управління як новий підхід до організації туристичної діяльності. Інклюзивне управління передбачає створення умов для рівного доступу до можливостей для всіх працівників, незалежно від статі, віку, національності, фізичних здібностей чи соціального статусу, а також просування здорової організаційної культури. На практиці на туристичних підприємствах це дозволяє не тільки підвищити згуртованість колективу. Особливо важливо дослідити, як інклюзивні принципи впливають на внутрішнє середовище організації та результати її діяльності. Вивчення цього впливу на основі рекомендацій експертів галузі [1, 2, 3] дозволяє окреслити нові шляхи розвитку туристичного бізнесу в умовах сучасних суспільних викликів.

Інклюзивне управління в туристичній галузі має суттєвий вплив на ключові аспекти результативності організацій. Впровадження офіційної політики інклюзії є першим кроком до систематичного управління різноманітністю в туристичних організаціях. Такі документи повинні встановлювати стандарти рівного ставлення до працівників і клієнтів незалежно від статі, віку, расової чи етнічної приналежності, стану здоров’я або соціального статусу. Вони повинні