

**ЦЕНТР
ФІНАНСОВО-
ЕКОНОМІЧНИХ
НАУКОВИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ**



**CENTER FOR FINANCIAL-ECONOMIC RESEARCH
ЦЕНТР ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

CERTIFICATE OF PARTICIPATION СЕРТИФІКАТ УЧАСНИКА

підтверджує, що

Табенська Оксана Ігорівна

взяла участь у роботі Міжнародної науково-практичної конференції
«Проблеми та перспективи розвитку економіки,
фінансів, обліку і права»

**International scientific-practical conference
«Problems and prospects of development of economics,
finance, accounting and law»**

Директор Центру фінансово-економічних
наукових досліджень



Щербак В. Д.

1 червня 2020 р
June 1, 2020

м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine



**ПРОГРАМА МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**PROGRAM OF THE INTERNATIONAL
SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІКИ, ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ І ПРАВА**

**PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF
ECONOMICS, FINANCE, ACCOUNTING AND LAW**

**1 червня 2020 р.
June 1, 2020**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**



СЕКЦІЯ 1
SECTION 1

ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА
TOURISM AND HOTEL-RESTAURANT BUSINESS

Табенська О. І. канд. екон. наук, старший викладач кафедри менеджменту ЗЕД, готельно-ресторанної справи та туризму, Вінницький національний аграрний університет

**СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ – ОСНОВНА АДАПТИВНА СТРАТЕГІЯ
ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА**

Чиж Т. Г. студентка, Белорусский государственный технологический университет,

Матейко Е. А. студентка, Белорусский государственный технологический университет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

СЕКЦІЯ 2
SECTION 2

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ
ACCOUNTING, ANALYSIS, AND AUDIT

Горєва А. С. здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти, Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ
ЕКОНОМІКИ**

Дадак В. В. здобувач вищої освіти групи УФО-31с, Львівського національного університету імені Івана Франка,

Шот А. П. канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри обліку, аналізу і контролю, Львівського національного університету імені Івана Франка

**ПРОБЛЕМИ ВІДОБРАЖЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В
ОБЛІКУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЇХ ВИРШЕННЯ**

Карпик Н. І. здобувач вищої освіти, Київський національний торговельно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

Липовий П. С. здобувач вищої освіти, Харківський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»

ПРОБЛЕМИ СПРОЩЕНОГО ОПОДАТКУВАННЯ

Любимов М. О. канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

**ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ОПЕРАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ**

Доповідь конференції

Полтава Міжнародна конференція: «Стратегічні пріоритети розвитку економіки, фінансів, обліку та права»

Туризм та готельно-ресторанна справа

УДК 338. 58: 65 .014

Табенська О.І.

к. е. н., старший викладач
кафедри менеджменту ЗЕД,
готельно-ресторанної справи та туризму
Вінницький національний аграрний університет

СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ – ОСНОВНА АДАПТИВНА СТРАТЕГІЯ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

Аналізуючи розвиток туристичної сфери в умовах пандемії, здобуваємо новий досвід, визначаємо ризики та механізми ефективного функціонування галузі в умовах, які вимагають відповідальності, суворого дотримання норм та правил карантину, креативності у створенні туристичного продукту, забезпечення належного фінансування, створення та впровадження інноваційних проєктів в життя. Погоджуємося з думкою експертів, що на сучасному етапі необхідна потужна трансформація галузі туризму, особливу увагу варто звернути на створення переваг для розвитку внутрішнього туризму.

З поширенням коронавірусу туристична індустрія постала перед кризою, яка може виявитися найгіршою в історії. Туризм давав близько десятої частини у рості глобальної економіки. Останніми роками галузь називали навіть її глобальним драйвером. Адже вона розвивалася значно швидше, ніж світова економіка загалом.

На 2020 рік прогнози були оптимістичними. За два місяці вони стали тотально негативними. Очікується, що попит на подорожі у 2020 році скоротиться на 5% у Північній Америці, на 10% у Європі та на 25% – у решті світу. За даними Світової ради з питань подорожей, туристична індустрія

надає 300 мільйонів робочих місць. Там вважають, що через пандемію коронавірусу є ризик втратити до 50 млн робочих місць [1, с. 1].

Сучасна практика ведення бізнесу доводить, що економічний розвиток господарюючих суб'єктів можливий лише на основі пошуку шляхів пристосування та адаптації до зовнішнього середовища, яке якісно та швидко змінюється. Світовий досвід свідчить, що здатність генерувати і впроваджувати стратегічні зміни є найважливішим фактором ефективного функціонування та стабільного розвитку підприємств.

В умовах динамічного зовнішнього середовища для підтримки стійкої конкурентної переваги перед підприємствами постає необхідність стійкого розвитку, основою якого виступають стратегічні зміни. Стратегічні зміни в залежності від часового критерію ефективності можуть спрямовуватись на підтримку адаптивного функціонування (короткостроковий аспект), безпосередньо розвиток (середньостроковий аспект) та своєчасну трансформацію підприємства або ефективний вихід з бізнесу (довгостроковий аспект) [2, с. 85 - 88].

Планування інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму і прогнозування їх розвитку в межах загальної стратегії охоплює наступні етапи: аналіз вимог зовнішнього середовища і закономірностей внутрішнього середовища, визначення загальної стратегії функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму, визначення інноваційних можливостей, формування стратегічних інноваційних завдань, розробка концепції інноваційної стратегії, та бізнес-планів і програм інноваційної діяльності та реалізація інноваційних проектів [3, с. 201-205].

Розподіл стратегій адаптації на види відповідає, перш за все, виділеним класифікаційним ознакам адаптивності (пасивна/активна). Такі стратегії реалізуються за рахунок інновацій, стратегічних компетенцій та знань. Стратегії активного впливу на зовнішнє середовище (горизонтальна інтеграція, вертикальна інтеграція, концентрична та конгломератна

диверсифікація) реалізуються через різноманітні форми об'єднань, приєднань та угод [4, с. 255-259].

Оскільки навіть найточніші та найбільш науково обґрунтовані методи програмування ризику не дають абсолютно точного результату, в практиці реалізації інвестиційних проектів застосовують окремі методи мінімізації ризиків. Найбільш загальним методом мінімізації інвестиційного ризику є диверсифікація діяльності підприємства.

Диверсифікація діяльності означає, що підприємство не концентрується лише на одному виді діяльності, а здійснює декілька з них, причому бажано у різних сферах, що не пов'язані між собою. У випадку отримання збитків по одному напрямку діяльності диверсифіковане підприємство може „перекрити” його величину за рахунок прибутків від інших напрямків своєї діяльності, і таким чином в загальному підсумку отримати позитивний фінансовий результат [5, с.161-165].

Диверсифікація дає змогу підприємствам „триматися на плаву” при складній економічній кон'юнктурі за рахунок випуску широкого асортименту продукції і послуг: збитки від нерентабельних виробів перекриваються прибутком від інших видів продукції. Вважається, що диверсифікація забезпечує: ресурсні конкурентні переваги, технологічні конкурентні переваги, інноваційні конкурентні переваги, партнерські конкурентні переваги. Цей процес торкається насамперед переходу до нових технологій, ринків і галузей, до яких раніше підприємство не мало ніякого відношення; крім того, сама продукція (послуги) підприємства повинна бути також абсолютно новою, і завжди передбачаються нові фінансові інвестиції [6, с. 14-22].

Розвиток принципово нових для підприємства у маркетинговому чи/та технологічному аспекті не пов'язаних (не споріднених) з основним виробництвом галузей або видів діяльності варто розглядати як конгломератну або нетрадиційну диверсифікацію. Маркетингова диверсифікація передбачає, насамперед, розширення постачальницьких і

збутових можливостей підприємства. Освоєння ринків в інших географічних зонах лежить в основі ринкової диверсифікації.

Диверсифікація методів та каналів збуту пов'язана зі створенням власної торговельної мережі підприємства, розширення маркетингових важелів просування й вибором оптимальних каналів реалізації своєї продукції та послуг, організацією після продажного обслуговування, зокрема, доставкою продукції [7, с.121-125].

Отже, стратегія диверсифікації – основна адаптивна стратегія для підприємства, яку необхідно досліджувати і впроваджувати. Як свідчать наукові дослідження, диверсифікація забезпечує: ресурсні конкурентні переваги, технологічні конкурентні переваги, інноваційні конкурентні переваги, партнерські конкурентні переваги та інші, що дає змогу зменшити ризики під час кризових ситуацій.

Список використаних джерел:

1. Зануда А. Коронавірус: скільки втрачає туризм. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51870285>
2. Гусева О.Ю. Розвиток підприємництва і стратегічні зміни: сутність, принципи. *Сталий розвиток економіки*. 2012. № 6. С. 85–88. (Серія: Економіка та управління підприємствами).
3. Бурий С. А. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризм. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 5. т. 2. С. 201–205. (Серія: Економічні науки).
4. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник. Київ: КНЕУ, 2004. 699 с.
5. Гулько Л.В. Інвестиційний аналіз: навчальний посібник. Львів: Новий світ, 2011. С.161-165.
6. Гудзь О.Є. Управління диверсифікацією діяльності підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2015. № 1(11). С. 14-22.

7. Дмитренко О.М. Види стратегії диверсифікації та особливості її реалізації в сільськогосподарських підприємствах. *Економіка АПК*. 2010. № 2. С. 121 – 125.