

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА
МАРКЕТИНГУ



Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції

7 – 8 грудня 2022 року

Дубляни 2022

Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції: збірник тез VI Всеукраїнської науково-практичної конференції . – Дубляни, 2022. – 175 с.

У збірнику максимально точно відображається орфографія та пунктуація, запропонована учасниками.

Усі матеріали подаються в авторській редакції.

Укладачі: Линдюк А.О., Хірівський Р.П., Брух О.О.

© *Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу
Львівський національний університет природокористування*

<u>Секція 1. Розвиток інтеграційних процесів в умовах трансформаційних змін: політико-правовий аспект</u>		
Zelisko N. <i>Lviv National Environmental University</i>	THE PRINCIPLES AND METHODS OF ECONOMIC EVALUATION OF IMPLEMENTATION STRATEGIES	11
Fediv R.D., Fediv I.M. <i>Lviv National Environmental University</i>	CHINA'S BELT AND ROAD INITIATIVE IN TIMES OF GLOBAL POLITICAL, ECONOMIC AND OTHER CHALLENGES OF 2022	14
Гринів Л.В., Іваськів Ю.В. <i>Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника</i>	МИТНЕ ОФОРМЛЕННЯ ТОВАРІВ В ЕКСПОРТНОМУ ПРОЦЕСІ	18
Жарський О. С. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ГРОМАДИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СТРАТЕГІЧНИХ ПЛАНІВ РОЗВИТКУ: КЕЙС-АНАЛІЗ	19
Копчак Ю.С., Мисів І.М. <i>Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника</i>	МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	22
Кучер Л. Ю. <i>Національний університет «Львівська політехніка»</i>	ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОСЕКТОРА В КОНТЕКСТІ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ	23
Линдюк А.О. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АГРАРНОГО СЕКТОРУ В СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	27
Музика Я. І. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	НОРМАТИВНЕ ЗАКРІПЛЕННЯ ПОНЯТТЯ «ТРАНСНАЦІОНАЛЬНА КОРПОРАЦІЯ»	30

<p>Ходзицька В.В. Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана</p>	<p>НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ: КРОК ДО ПОВНОГО ВИСВІТЛЕННЯ</p>	<p>33</p>
<p><u>Секція 2. Забезпечення конкурентоспроможності галузей та регіонів національної економіки</u></p>		
<p>Zaika S.O., Kharchevnikova L.S. State Biotechnological University</p>	<p>FEATURES OF ANALYSIS OF COMPETITIVENESS OF TOURISM INDUSTRY SUBJECTS</p>	<p>36</p>
<p>Брух О.О. Львівський національний університет природокористування</p>	<p>ВПЛИВ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ НА ЗОВНІШНЮ ТОРГІВЛЮ ТОВАРАМИ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ</p>	<p>39</p>
<p>Ворвуть А.С., Ворвуть Ю.В., Перерва П.Г. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»</p>	<p>ФОРМУВАННЯ ПРИНЦИПІВ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ</p>	<p>42</p>
<p>Дроботя Я. А., Дорошенко О. О. Полтавський державний аграрний університет</p>	<p>МІНІМІЗАЦІЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ ПІД ЧАС ЗДІЙСНЕННЯ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ</p>	<p>45</p>
<p>Зіненко К.А., Кобєлева Т.О. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»</p>	<p>ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА</p>	<p>47</p>
<p>Кобєлева А.В. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»</p>	<p>ПРОБЛЕМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ</p>	<p>51</p>

<p>Коlach С.М. Львівський національний університет природокористування</p>	<p>КОНЦЕПЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ</p>	<p>54</p>
<p>Коценко М.С. Поліський національний університет</p>	<p>КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВИРОБНИКІВ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ</p>	<p>56</p>
<p>Маслак М.В. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»</p>	<p>ТРАНСФЕР ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ З ВИКОРИСТАННЯМ МАТРИЦІ ІННОВАЦІЙНИХ АМБІЦІЙ</p>	<p>58</p>
<p>Мехович Є.С., Мехович К.С., Перерва П.Г. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»</p>	<p>ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ</p>	<p>62</p>
<p>Піхур О.С., Діхтенко О.О., Перерва П.Г. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»</p>	<p>МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ</p>	<p>65</p>
<p>Прушківська Е.В., Прушківський В.Г., Ставицький В.Т. Національний університет «Запорізька політехніка»</p>	<p>СТАН ТА ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОГО АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ</p>	<p>68</p>
<p>Цвілій С.М. Національний університет «Запорізька політехніка»</p>	<p>НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ</p>	<p>72</p>

<i>Секція 3. Модернізація економіки України в умовах трансформації</i>		
Губені Ю. Е. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ: ВІДПОВІДЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР НА ВИКЛИКИ ВОЄННОГО СТАНУ	76
Захарків В.Т. <i>Державний торговельно-економічний університет</i>	ОБЛІК КРИПТОВАЛЮТ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА РИЗИКИ	80
Зеліско Н.Б. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	83
Кліпкова О. І., Шегинська Н. З. <i>Львівський національний університет ім. Івана Франка</i>	ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	86
Лютий Я.В. <i>Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника</i>	МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ	88
Мацука В.М. <i>Маріупольський державний університет</i>	ВИБІР СТРАТЕГІЇ ЯК АСПЕКТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	90
Оглобліна В.О. <i>Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потєбні Запорізького національного університету</i>	ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ В ЄВРОПЕЙСКУ ЕНЕРГОСИСТЕМУ	93
Переверзева А.В., Дузенко А.Є. <i>Запорізький національний університет</i>	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ПІДТРИМКИ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В КРАЇНАХ ЄС: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ	97
Рогаля Б. Т.	ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ПРОМОЦІЇ	99

<i>Львівський національний університет природокористування</i>	ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ	
Сиротюк Г. В. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	СУЧАСНИЙ СТАН РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	101
Федів І.М., Федів Р.Д. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПОСЛУГ ІТ-АУТСОРСИНГУ ПІДПРИЄМСТВАМИ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	104
<u>Секція 4. Сучасний стан та перспективи розвитку маркетингу та підприємництва в Україні</u>		
Fediv R.D., Fediv I.M. <i>Lviv National Environmental University</i>	POSSIBLE MARKETING INSTRUMENTS OF COMMUNICATION: ADVERTISING, PROPAGANDA AND PUBLIC RELATIONS	107
Zaika O. <i>State Biotechnological University</i>	THE BLOGOSPHERE DURING THE WAR: FEATURES AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT	111
Бєляєв О. І. <i>Державний біотехнологічний університет</i>	АЛГОРИТМ УЗГОДЖЕННЯ РОБОТИ ВІДДІЛІВ МАРКЕТИНГУ ТА ПРОДАЖІВ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	114
Булик О.Б. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ	116
Гаврилюк І.І. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	119
Магійович Р.І. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	122

Майовець Є.Й., Хіч Р.Я. <i>Львівський національний університет ім. Івана Франка</i>	ПЕРСПЕКТИВИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	124
Марчишин Л.П. <i>Львівський кооперативний фаховий коледж економіки і права</i>	МАЛИЙ БІЗНЕС ПІД ЧАС ВІЙНИ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	128
Муштай В.А. <i>Сумський національний аграрний університет</i>	МАРКЕТИНГ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	130
Переверзєва А.В., Єрмоленко В.С. <i>Запорізький національний університет</i>	РЕКЛАМА ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ СТИМУЛ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ	134
Хірівський Р.П. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ СОЦІАЛЬНОГО МЕДІАМАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ.	136
Хірівський Р.П. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ІНТЕГРУВАННЯ БРЕНДИНГУ У МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.	140
<u>Секція 5. Фінансово-економічне та обліково-аналітичне регулювання аграрного сектору економіки України в умовах трансформації</u>		
Баланюк І.Ф., Смушак М.В., Іванов С.А. <i>Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаніка</i>	ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО- АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	144
Григорів О.О., Іванюк Т.Л., Снятинська В.М. <i>Прикарпатський національний університет ім. Василя</i>	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СУТНОСТІ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	146

<i>Стефаніка</i>		
Демчук О. М. <i>Державний торговельно-економічний університет</i>	ДЕФІНІЦІЇ СУТНОСТІ «ВИТРАТ» У СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО ТА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ	149
Донецька О.Я., <i>Івано-Франківський фаховий коледж технологій та бізнесу</i> Курилюк М.М., Плазинська К.М. <i>Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаніка</i>	ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ОБЛІКУ ДОХОДІВ, ВИТРАТ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА	153
Савків У.С., Григорів О.О., Магас І.І. <i>Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаніка</i>	СУТНІСТЬ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ПІДПРИЄМСТВА ЗВІТНОСТІ	155
Савчук О.Я. <i>Івано-Франківський фаховий коледж ЛНУП</i>	РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ НА ЗАСАДАХ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ»	156
Східницька Г. В., Кондратюк К. В. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ГОСПОДАРЮЮЧИХ СУБ'ЄКТІВ	160
Трушкіна Н. В., <i>Приватний заклад вищої освіти «Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова»</i> Прокопишин О. С., <i>Львівський національний університет природокористування</i> Дранус В. В.	РОЛЬ СТРАХУВАННЯ В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	164

<i>Чорноморський національний університет ім. Петра Могили</i>		
Черненко К.В. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС ПОДАТКОВОЇ ТА МИТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	168
Чумак В. Д., Бражник Л. В. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	ЗМІСТ ТА ЗАВДАННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	171

Comparing the implementation of the EU Non-Financial Reporting Directive in the UK, Germany, France and Italy// URL <http://www.purposeofcorporation.org/comparing-the-eu-non-financial-reporting-directive.pdf>

2. Olena Petryk , Oleksii Kurylo, Oleksandra Karmaza, Vitalii Makhinchuk and Olga Martyniuk (2018). Non-financial reporting of companies and the necessity of its confirmation by auditors in Ukraine. Problems and Perspectives in Management, 16(2), 385-395. // URL <https://businessperspectives.org/journals/problems-and-perspectives-in-management/issue-282/non-financial-reporting-of-companies-and-the-necessity-of-its-confirmation-by-auditors-in-ukraine>

3. Laura Saraite-Sariene , Juana Alonso-Cañadas , Federico Galán-Valdivieso and Carmen Caba-Pérez Non-Financial Information versus Financial as a Key to the Stakeholder Engagement: A Higher Education Perspective *Sustainability* 2020, 12(1), 331// URL <https://doi.org/10.3390/su12010331>

4. Hervé Stolowy & Luc Paugam (2018) The expansion of non-financial reporting: an exploratory study, *Accounting and Business Research*, 48:5, 525-548 // URL <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.1470141>

СЕКЦІЯ 2

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГАЛУЗЕЙ ТА РЕГІОНІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

**Zaika S.O., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Kharchevnikova L.S., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
State Biotechnological University**

FEATURES OF ANALYSIS OF COMPETITIVENESS OF TOURISM INDUSTRY SUBJECTS

In the modern conditions of the functioning of the global tourism industry, the competitive struggle of states and producers of goods and services for the limited volume of solvent consumer demand, as well as for the distribution of investment, labor and other types of resources, is constantly intensifying and becoming more difficult. Therefore, competitiveness is one of the key concepts in the research of the global and domestic tourism industry.

One of the founders of the theory of competitiveness, professor of the Harvard Business School, Michael Porter defines competitiveness as the ability of a product, service, subject of market relations to perform on the market on an equal footing with similar goods, services or subjects of competing market relations

present there [1].

In economic studies, the competitiveness of the tourism industry is analyzed at several levels - at the level of the country, region, industry, destination, enterprise.

At the macro level, the subject of analysis and international comparisons is most often the competitiveness of the tourist complex - an inter-industry complex for the production of goods and services for tourist demand. At the same time, the competitiveness of the tourist complex is defined as the competitiveness of the enterprises of the tourism industry and their interaction mechanisms, the effectiveness of the management system, the development strategy, the competencies of all market participants, etc. [2].

Experts of the World Economic Forum in Geneva will carry out Quantitative measurement of the competitiveness of the tourism industry in the cross-section of the countries of the world. The ranking of countries according to the Travel & Tourism Competitiveness Index - TTCI, published since 2007, is the most authoritative and reliable analytical review of the competitiveness of countries according to the level of development of the tourism industry. The TTCI rating of the competitiveness of the tourism industry of countries is a "industry" variant of the main international ratings of the competitiveness of countries: Global Competitiveness Report and World Competitiveness Yearbook.

The rating [3] of 2021 contains TTCI calculations for 117 countries of the world based on quantitative analysis of sub-indices combining individual components.

The ten world leaders in terms of the competitiveness of the TTCI tourism industry in 2021 included: Japan, the USA, Spain, France, Germany, Switzerland, Australia, Great Britain, Singapore, and Italy. We see that the list of world leaders is formed by countries with high investment and innovation potential of the tourism industry, developed market mechanisms and purposefully implemented effective strategies for the development of the industry. Ukraine is not represented in this rating.

An important issue is the definition of the sources of the country's competitive advantages and their classification. M. Porter divides competitive advantages into natural and acquired [4]. Interpreting his theory in relation to the tourism industry, the natural advantages of the tourism industry include the favorable geographical location of the country, natural and historical and cultural tourism resources, labor resources, etc. Acquired competitive advantages in tourism are a developed tourist infrastructure, an effective system of personnel training and a high level of competence of specialists in the tourism industry, a favorable image of the country on the international arena and the presence of well-known brands, intensive investments in the tourism industry, purposeful creation of artificial attractions (water parks, theme parks, facilities of the entertainment industry, ski centers with modern equipment, etc.), active creation and implementation of innovations.

M. Porter calls the acquired competitive advantages "competitive advantages

of a high order", notes an important role in ensuring sustainable long-term competitiveness. The formation of acquired competitive advantages, as a rule, requires significant financial and intellectual costs, which makes it difficult for competitors to reproduce them quickly. The key idea of M. Porter's theory of competitiveness is that a high level of competence of market participants, the formation of favorable conditions for attracting investment in the creation and promotion of demanded products, the constant creation and implementation of innovations are more important for acquiring and maintaining international competitiveness compared to the possession of natural resource prerequisites for the development of the industry [5]. This is confirmed by India and Brazil - countries rich in natural and cultural attractions, but far from leading positions in the world tourism market.

With the development of the destination approach and the urgent need to substantiate the measures of national and regional tourism policy, in recent years more and more studies of the competitiveness of tourist destinations of different hierarchical levels - from international to local - have appeared.

The high competitiveness of a tourist destination is a necessary condition for its successful development, increased attraction of domestic and foreign investors, activation of local small and medium-sized businesses, and sustainable formation of tourist flows.

G.I. Crouch and J.B.R. Ritchie [6] laid the methodological foundations for the analysis of the competitiveness of tourist destinations, defining and structuring a set of several dozen of their main factors (nature and climate, cultural and historical heritage, tourist infrastructure, market relations, security, cost, accessibility, image, location, etc.) , substantiated the approaches of effective management of tourist destinations for the purpose of their sustainable development, emphasized the importance of effective use of natural comparative advantages, purposeful implementation of an effective marketing strategy for the development of the destination. Their developments were further developed in the publications of many foreign and domestic scientists.

In the conditions of ever-increasing intra-industry competition in the tourism market, the development of quantitative methods for assessing the competitiveness of individual enterprises in the tourism industry - travel agencies, hotels, transport companies and others - is of particular importance.

At the micro level, the analysis of the competitiveness of the tourist product both at the level of the destination and the tourist product of the local enterprise of the tourism industry has an important applied value. The competitiveness of the tourist product demonstrates its ability to meet the established market requirements of this type of tourism from the consumer's point of view.

Thus, a multi-faceted analysis of the competitiveness of the tourism industry includes its assessment from the positions of a number of subjects:

- consumers who compare alternative offers of tourist products from different national markets;
- domestic and foreign business structures that evaluate the reliability and

profitability of investments and initiatives within the industry or destination and the prospects for their further development;

- the state as a subject of national tourism policy and the distribution of economic resources between the branches of the national economy and regions competing for their involvement;

- attractiveness of work in this field, development of professional competencies of employees and building a business career.

Бібліографічний список:

1. Porter, M. E. Industry structure and competitive strategy: keys to profitability [Електронний ресурс]: EBSCOhost / М. Е. Porter // Financial Analysts Journal. – 1980. – July-August. – P. 30-41. – Режим доступу: <http://search.ebscohost.com>.

2. Kalinichenko, S., Zaika, S. (2022) «Methodology of analysis of international tourism indicators», *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, (5), с. 53-58. doi: 10.36477/tourismhospsee-5-7.

3. Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. Insight report. May 2022. Електронний ресурс. – Режим доступу:

https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf.

4. Porter, M. Konkurentna perevaha: Yak dosiahty vysokoho rezultatu ta zabezpechyty yoho stiikist / М. Porter, per. z anhl. – М.: Alpina Biznes Buks, 2005. – 715 s.

5. Piat syl Portera: model, yaka rozkazhe, vid choho zalezhyt stan konkurentsii v haluzi [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://bakertilly.ua/news/id48375>.

6. Crouch, G. I. Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity / G.I. Crouch, J. R. Brent Ritchie // Journal of Business Research. – 1999. – № 44. – P. 137-152.

Брух О.О.,

к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Львівський національний університет природокористування

ВПЛИВ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ НА ЗОВНІШНЮ ТОРГІВЛЮ ТОВАРАМИ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ

Вплив зовнішнього середовища має прямий дію на міжнародну діяльність будь-якої країни. У 2022 році Україна зазнала прямого впливу повномасштабного військового втручання з боку росії.

Як демонструє практика, світова історія містить значну кількість прикладів впливу воєнних конфліктів саме на зовнішню торгівлю країн, котрі