



Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Управління туризму та курортів Закарпатської ОДА
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці
Луцький національний технічний університет
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього

II Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція

***«СУЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СЕРВІСНОЇ ЕКОНОМІКИ:
ТУРИЗМ, РЕКРЕАЦІЯ ТА КОМЕРЦІЙНІ ПОСЛУГИ»***



29-30 вересня 2023 року

Україна, Мукачево

УДК 338.486.1.02-044.922:[338.48-53:338.48-6](043.2)
С91

*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет
Науково-технічною радою Мукачівського державного університету
(протокол № 8 від 20 жовтня 2023 р.)*

С91

Сучасні трансформації сервісної економіки: туризм, рекреація та комерційні послуги: збірник тез доповідей II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Мукачєво, 29-30 вересня 2023 р.) / ред. кол.: Т. Д. Щербан (гол. ред.) та ін. Мукачєво: МДУ, 2023. 91 с.

***Відповідальний за випуск:** Надія ГОБЛИК-МАРКОВИЧ – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму.*

***Технічний редактор:** Надія КАМПОВ – старший викладач кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму.*

Редакційна колегія: Щербан Т.Д. – д. психол.н., професор (*голова*); Гоблик В.В. – д.е.н., професор; Маслиган О.О. – д.е.н., професор; Гоблик-Маркович Н.М. – к.е.н., доц.; Папп В.В.– д.е.н., професор; Медвідь Л.І. – к.е.н., доц.; Кампов Н.С. – ст. викладач.

У збірнику тез за матеріалами II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, що проводилася кафедрою менеджменту, управління економічними процесами та туризму Мукачівського державного університету, висвітлюються погляди науковців, аспірантів, слухачів магістратури, представників підприємницьких структур на актуальні проблеми сучасної трансформації сервісної економіки. Тематика конференції охоплює наукові, освітні та практичні погляди на пошук інноваційних ідей трансформації туризму, рекреації та інших послуг у постіндустріальній економіці; визначення стратегічних пріоритетів розвитку на регіональному та міжнародному рівнях.

Матеріали подано в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів відповідають за точність наведених фактів, цитат, власних імен, статистичних матеріалів та інших відомостей.

УДК 338.486.1.02-044.922:[338.48-53:338.48-6](043.2)

Матеріали конференції доступні для перегляду на офіційному сайті університету за адресою <https://msu.edu.ua/konferenciji-seminari>

© Мукачівський державний університет, 2023
© Кафедра менеджменту, управління економічними процесами та туризму,
2023

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ Сфера обслуговування: пріоритети та напрями розвитку	
Оксана ЖЕРЕБАК, Інна СОСКІДА ГЕНЕЗИС ПОНЯТТЯ «МУЗЕЙНИЙ ПРЕДМЕТ» В СУЧАСНОМУ КОНТЕКСТІ	8
Аттіла ПОНЕВАЧ АЛГОРИТМІЗАЦІЯ МОДЕЛІ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКО-ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПЛАТФОРМ В УМОВАХ ЗМІННОГО ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	10
Ігор ЖУКОВ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІКИ ТУРИЗМУ	11
Павло МИЦІК ГЕНЕЗА ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ БУДІВЕЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА СИСТЕМАТИКА ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ КАТЕГОРІЮ	13
Ірина НОДЬ ІСТОРИЧНА ГЕНЕЗА ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ Й СВІТІ	15
Еріка ТОДЬЄРІШКО ПІДХІД ДО МОНИТОРИНГУ РУХУ ТУРИСТІВ В ТУРИСТИЧНІЙ МАРШРУТНІЙ МЕРЕЖІ	17
Вікторія КРАСНОМОВЕЦЬ ПРИНЦИПИ РЕГЕНЕРАТИВНОГО ТУРИЗМУ	19
Наталія БОЙКО ЯКІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	20
Анастасія ФЕЄР, Василь ЛЕМАК, ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ ЯК ФОРМА ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ТУРИЗМУ ГІРСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	22
СЕКЦІЯ Цифрова трансформація сервісної економіки	
Йолана ШАШОВЕЦЬ ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-БРЕНДИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	24
Марина СЛОКВА, Юрій ДЖУНКОВСЬКИЙ ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	26
Надія ГОБЛИК-МАРКОВИЧ, Дмитро ХМІЛЬ ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ	27
Анжела ЛИЗАНЕЦЬ, Михайло ТОДАВЧИЧ CRM-СИСТЕМА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ З КЛІЄНТАМИ СТОМАТОЛОГІЧНОЇ КЛІНІКИ	29
Світлана МИКУЛАНИНЕЦЬ, Володимир РУСИН УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	31
Роман МАСЛИГАН, КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМОТВОРЧИХ ЗВ'ЯЗКІВ УЧАСНИКІВ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКТІВ ДЛЯ КІБЕРСПОРТУ	33

Впровадження сучасних технологій та стратегій може принести значну користь як для туристів, так і для місцевої спільноти.

Список використаних джерел

1. Фалько Є. А. Інформатизація міжнародного туристичного бізнесу: світові тенденції і макроекономічний аспект. *Вісник Черкаського державного технологічного університету*. Серія: Економічні науки. 2015. С. 84–92.

2. Гоблик-Маркович Н. М., Юрович В. Г., Удворгелі Л. І. Використання віртуальної реальності та штучного інтелекту у ресторанному та туристичному обслуговуванні. *Агросвіт*, 2023, №19, С. 52-57. Режим доступу: <https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/issue/view/101/75>

3. Носирев О. О., Чернат А. А. Інформаційні технології у розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*: тези доп. 30-ї міжнар. наук.- практич. конф. MicroCAD-2022, 19-21 жовтня 2022 р. Харків: НТУ «ХПІ», 2022. С. 576. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58546>.

4. Електронний маркетинг як спосіб просування туристичних підприємств на ринку. URL: <https://infotour.in.ua/smetanska.htm>.

Анжела ЛИЗАНЕЦЬ

к.е.н., доцент

доцент кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму

Михайло ТОДАВЧИЧ,

здобувач ОС «Магістр» спеціальності 073 «Менеджмент»

Мукачівський державний університет

CRM-СИСТЕМА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ З КЛІЄНТАМИ СТОМАТОЛОГІЧНОЇ КЛІНІКИ

Сучасні умови господарювання характеризуються нарощуванням невизначеності та посиленням конкуренції у всіх галузях бізнесу. Для виживання, підтримки рентабельності та нарощування обсягів діяльності підприємствам доводиться постійно шукати нові підходи, технології та стратегії управління взаємовідносинами з клієнтами. Залучення та утримання клієнтів вже не може обмежуватися лише характеристиками продукту та привабливою рекламою. Навіть якщо клієнт користується товарами чи послугами, але не задоволений якістю обслуговування, то ймовірно, існує ризик його втрати при появі якіснішої альтернативи аналогічного продукту з боку підприємства-конкурента. Саме у цьому контексті актуальним залишається застосування клієнтоорієнтованого підходу для підприємств сфери охорони здоров'я і стоматологічних клінік, зокрема.

Підхід, орієнтований на клієнта, є інструментом встановлення партнерства між компанією та її клієнтами для задоволення їхніх потреб, і має на меті покращити довгострокову конкурентну перевагу компанії за рахунок використання продуктів, які відповідають очікуванням клієнтів і пов'язаним з ними ключовим можливостям співробітників [1].

Орієнтація на клієнта означає фокус на забезпечення лояльності як дійсних, так і потенційних споживачів продукту, на якому спеціалізується даний суб'єкт

господарювання. Це постійна взаємодія з клієнтами, яка забезпечує необхідний дохід та трафік споживачів за рахунок глибокого розуміння та задоволення їхніх потреб.

До основних принципів клієнтоорієнтованості належать: висока якість продукту, врахування проблем та потреб цільової аудиторії, системне удосконалення корпоративної культури, формування комунікацій з клієнтом з розрахунком на довгострокові відносини, дослідження карти шляху клієнта та передбачення його поточних та потенційних побажань і уподобань.

Застосування клієнтоорієнтованого підходу при організації роботи стоматологічної клініки є важливим та актуальним завданням. Забезпечуючи високу якість медичних послуг та індивідуальний підхід до кожного, цей підхід сприяє задоволеності пацієнтів, залученню нових клієнтів, підвищенню лояльності та розвитку клініки. Крім того, він допомагає вирішувати важливі аспекти управління ресурсами, відповідати регуляторним вимогам, формувати позитивну репутацію та бренд клініки.

Одним із ефективних засобів реалізації ефективної стратегії управління взаємодією з клієнтами у стоматологічній клініці є впровадження відповідних CRM-систем. CRM є інтерактивною моделлю, яка визначає центром усієї філософії бізнесу клієнта. Основне її призначення – це координація дій різних підрозділів організації на базі надання єдиної інформаційно-технологічної платформи для взаємодії з клієнтами [2].

З точки зору управління стоматологічною клінікою CRM є організаційною системою для фронт-офісу (підрозділів, які безпосередньо взаємодіють з клієнтами), проте її фокус спрямований і на покращення роботи внутрішніх підрозділів, які напряду не взаємодіють з клієнтом, проте опосередковано впливають на рівень його задоволеності сервісом (тобто бек-офісу).

До ключових функціональних елементів CRM-систем, що використовуються у сфері медичного обслуговування, належать:

- аналітичні й управлінські компоненти – модулі та засоби ведення управлінського обліку у клініці, інструменти аналізу якості та ефективності надання медичних послуг. Дозволяють аналізувати стан медичного центру, виявляти проблемні місця й виконувати оптимізацію бізнес-процесів;

- медичні компоненти, тобто модулі, пов'язані з реєстрацією пацієнтів, веденням масиву електронних медичних карт, обліком листів призначення, лікарняних листів, веденням протоколів лікування, формуванням медичної статистики й аналітики, історія хвороби тощо;

- фінансово-економічні компоненти – інструменти виконання економічного аналізу діяльності клініки, визначення собівартості лікування, тарифів на надання медичних послуг;

- загально-технічні компоненти, які відповідають за контроль доступу персоналу, захист баз даних, а також підтримку можливостей інтеграції з рештою систем і програм [3].

У вітчизняній та міжнародній практиці розроблено ряд CRM-систем, які можуть бути використані для підвищення клієнтоорієнтованості сучасних закладів у сфері стоматології. Серед них найбільшою популярністю користуються DentalCRM, iStom, DentalTap, Ident, QStoma, DentExpert, Denta Pro, 1C: Стоматологія, MedicalCRM, Medesk та інші [4].

До універсальних CRM-систем, які можуть використовуватися як в невеликій стоматологічній клініці, так і в мережевих компаніях, належить 2V: Стоматологія. Ця система має функціонал для хмарного зберігання даних і необмеженого масштабування інформації. До її можливостей належить: робота з онлайн-касою і фіскальним реєстратором; гнучке налаштування прав доступу; наявність функції запису на прийом

через сайт; автоматичне заповнення і друк документів; облік витрат матеріалів; інтеграція з програмою «1С: Бухгалтерія» [4].

Будь-який з обраних варіантів програмного забезпечення клієнтоорієнтованості бізнес-процесів вимагає додаткових налаштувань і адаптується до конкретних умов функціонування стоматологічної клініки.

Таким чином, впровадження CRM-системи є пріоритетним напрямом розвитку підприємства у сфері охорони здоров'я, оскільки воно забезпечує підвищення якості обслуговування клієнтів, зменшення трудових затрат на супроводження клієнта, звільнення працівників від рутинної роботи, дозволяє автоматизувати процес комунікації зі споживачем і методи обробки його звернень. Її застосування, на нашу думку, позитивно відобразиться на іміджі медичного закладу та сприятиме збільшенню його прибутків.

Список використаних джерел

1. Рябоконт Н.П. До питання формування клієнтоорієнтованості як ключової компетенції компанії. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z>.
2. Затулов С. Н. Що таке CRM і як його впровадити на підприємстві. *Економічний вісник фармації*, 2003. № 9. С. 31-41.
3. Тарасенко Е. А., Рижкова Т. Б. Управління клієнтською політикою на основі технологій CRM (на прикладі приватної лікувально-профілактичної установи). *Вісник державного гуманітарного університету*. 2015. № 3(146). С. 89-99.
4. Огляд CRM-систем для стоматології URL: <https://crm-systems.info/dlja-stomatologii/# CRM>.

Світлана МИКУЛАНІНЕЦЬ,
к.е.н., ст. викл. кафедри менеджменту,
управління економічними процесами та туризму
Володимир РУСИН,
здобувач спеціальності «Менеджмент» освітнього ступеня Магістр
Мукачівський державний університет

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Швидкі зміни та інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій у сучасних умовах надихають підприємства на впровадження інноваційних підходів в інформаційному забезпеченні своєї діяльності. Цей процес суттєво впливає на ефективність виконання управлінських функцій та прийняття стратегічних рішень. Оскільки інформаційні технології розвиваються дуже швидко, ця тема вимагає постійного наукового дослідження та глибокого аналізу. З ростом впливу інформаційних технологій та розвитком нових форм управління інформаційним забезпеченням, питання регулювання та нормування електронного документообігу стає особливо актуальним.

У сучасних умовах функціонування підприємств виникає необхідність підвищення рівня інформаційного забезпечення. Ця потреба спонукає до процесу інформатизації управлінської діяльності та сприяє створенню та розвитку інформаційних систем для організації інформаційних ресурсів. Максимальне задоволення інформаційних потреб усіх учасників виробничо-господарської діяльності стає критерієм ефективного управління на сучасних підприємствах. Інформаційне забезпечення управління підприємством передбачає організацію систематичного збору,



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, 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/>