



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

Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція

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



29-30 вересня 2022 року

Україна, Мукачево

**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**

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

**MODERN TRANSFORMATIONS OF THE SERVICE ECONOMY:
TOURISM, RECREATION AND COMMERCIAL SERVICES**

**Збірник тез доповідей
Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції
29-30 вересня 2022 року**

**Україна, Мукачево
2022**

СЕКЦІЯ 3. МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ТУРИЗМУ, РЕКРЕАЦІЇ ТА КОМЕРЦІЙНИХ ПОСЛУГ

УДК 338.486.2:005.95-051(043.2)

ГАННА АНТОЛИК, НАДІЯ КАМПОВ
Мукачівський державний університет

ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРА В ТУРИСТИЧНІЙ ФІРМІ

Туристична галузь є специфічним складним об'єктом управління, ефективне управління яким ґрунтується на врахуванні галузевого характеру й проблем трансформації економіки, на формуванні конкурентних переваг, що надають змогу, з одного боку, забезпечити широкі можливості для задоволення потреб вітчизняних і іноземних громадян, а з іншого – зробити значний внесок у розвиток національної економіки. При інтенсивному розвитку світового туризму в національній туристичній індустрії зростає рівень фахівців з управління туристично-сервісними організаціями – менеджерів як керівників організацій та їх підрозділів. Їх управлінські рішення визначають не лише ефективність їх діяльності, а також забезпечують стійкий розвиток об'єктів управління з дотриманням ними передових позицій на високому рівні.

Сутність менеджменту туризму зумовлена особливостями цієї сфери, які відрізняють її від інших. На перший погляд поняття "туризм" розуміє кожний, однак у наукових цілях важливого значення набувають загальні критерії відокремлення цього виду діяльності людини від інших, а саме:

1. Зміна місця. Власне туристична подорож — це поїздка в місце, яке знаходиться поза межами постійного середовища життя і діяльності людини. Звичайно, що в цьому випадку не враховуються щоденні поїздки з дому до місця роботи або навчання і назад.

2. Перебування в іншому місці. Головною умовою є те, що місце туристичного перебування не повинно бути місцем постійного або довготривалого проживання (за міжнародними правилами – 12 місяців і більше).

3. Джерело оплати послуг /життя /праці. Будь-яка особа, котра виїжджає на роботу, що оплачується з джерел місця перебування, є мігрантом, а не туристом.

Складна будова, багатоаспектні зв'язки, специфіка туристичного обслуговування потребують зваженого ставлення до планування, організації, мотивації, контролю функціонування туристичної індустрії, її окремих складників, у т. ч. підприємств. Саме це становить основу інституційно-організаційної підсистеми індустрії туризму, яка бере на себе відповідальність за управління, менеджмент і ґрунтується на відповідному правовому, фінансовому, науковому забезпеченні. У такому разі менеджмент туризму визначається як управління соціально-економічними явищами і процесами, які мають місце в індустрії туризму. При цьому мають враховуватися якісно-змістовна різноманітність складників організаційного процесу та широкий

спектр об'єктивних відношень і зв'язків між ними. Це зумовлює і різні аспекти вивчення управлінсько-організаційного процесу в туристичній сфері [1]:

логічну схему функціонального призначення (надання і споживання туристських послуг) – технологічний;

наявність складових компонентів і елементів як ринкових агентів – економічний;

організацію з огляду на належність за правом власності, ієрархічне підпорядкування – адміністративно-управлінський.

Туризм як об'єкт управління має низку властивих тільки йому особливостей, які багато в чому зумовлені специфікою галузі. Завдання менеджменту полягає в тому, щоб виявити такі особливості і в подальшому враховувати їх при управлінні туристичними підприємствами й організаціями.

Перша особливість туризму (з погляду менеджменту) полягає у великих масштабах туристичної індустрії і складності взаємозв'язків між її складниками, друга – нечіткість і складне визначення цілей управлінського впливу, адже турфірми часто орієнтуються на заявлені, а не на фактичні потреби туристів. Щоб виявити останні, менеджер повинен докласти максимум зусиль, адже неефективність його діяльності може спровокувати незадоволення споживача.

Досить важко визначити чіткі цілі та критерії для туристичних організацій національного, обласного, місцевого (міського, районного) рівнів, що ускладнює об'єктивну оцінку їхнього внеску у розвиток туризму, прогноз і планування діяльності таких організацій.

Непросто точно спрогнозувати всі явища і процеси, які відбуваються в туризмі (зміни у політичній ситуації, погіршення кліматичних умов, зміни в системі оподаткування тощо), тому часто може йтися лише про ймовірнісний характер прогнозів і планів. Таким чином, туризм – це явище, яке важко прогнозувати і вимірювати.

Однією з найважливіших особливостей туризму як об'єкта управління є специфіка туристичних послуг і туристичного продукту. Їх необхідно враховувати під час розробки системи управління туристичним підприємством, організацією, територією, при встановленні стандартів обслуговування, навчанні персоналу тощо.

Особливі вимоги до менеджменту в туризмі висуває і специфіка туристичного попиту, який має неоднорідний характер і вирізняється серед інших причин: невідчутністю і незбереженістю турпродукту; різноманітністю споживчих уподобань; високою значимістю суспільних факторів.

Іще одна особливість туризму полягає у тому, що на його розвиток впливає значно більша кількість зацікавлених сторін, ніж у будь-якому іншому виді діяльності людини. Середовище здійснення туристичної діяльності охоплює клієнтів, підприємства-постачальники, виробників окремих туристичних і нетуристичних послуг, державні органи й установи, місцеві органи влади, соціальні фонди, громадські та інші організації тощо, які впливають або можуть впливати на неї. Туристичні організації не можуть очікувати від учасників ринку, що всі вони будуть поводитися однаково.

Отже, аналіз особливостей туризму як об'єкта управління демонструє, що ця галузь абсолютно не схожа на інші і тому механічно перенести напрацювання і моделі управління з інших сфер неможливо.

Список використаних джерел

1. Король О.Д., Крачило М.П. К 68 Менеджмент туризму: Навч. посіб. К.: Знання, 2009. 248 с.

УДК 005.21:640.412:640.43(043.2)

ЮРІЙ БЕЗРУЧЕНКОВ
ДЗ «ЛНУ ім. Тараса Шевченка» м. Полтава

СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Розвиток будь-якого підприємства готельно-ресторанного бізнесу передбачає здійснення тих чи інших змін, які виникають у зв'язку з впровадженням інноваційних технологій, реалізацією глобалізаційних процесів та мінливістю зовнішнього середовища. Для підтримку потрібного рівня конкурентоздатності потрібно вчасно реагувати на всі виклики, використовуючи при цьому як передові технології, так і методи конкурентної боротьби.

Стратегії ведення готельно-ресторанного бізнесу передбачають використання низки методів управління змінами. До них відноситься бенчмаркінг, даунсайсинг, аутсорсинг та реінжиніринг.

Бенчмаркінг – це метод, що заснований на пошуку умовно еталонного підприємства-конкурента з подальшим вивчення його переваг та недоліків з впровадженням кращих реалізованих на ньому рішень у себе. Таким чином можна значною мірою покращити якість виробництва та обслуговування, а також вивести фірму на лідерські позиції у своєму сегменті ринку. Це всі підвищує рівень конкурентоспроможності підприємства.

Бенчмаркінг має певні недоліки, як і будь-який інший метод управління змінами. До них відноситься неможливість охопити всі процеси діяльності компанії. Впровадження цього методу потребує значних затрат часу. Крім цього, не всі загальні рекомендації бенчмаркінгу можуть застосовуватись відносно до конкретного підприємства.

Даунсайсинг – це метод, що передбачає здійснення дій, направлених на скорочення розміру підприємства а також його організаційної структури разом з оптимізацією всіх процесів та реалізацію ефективнішої HR-діяльності. Такі рішення стосуються передусім соціально-психологічної частини роботи будь-якої фірми.

Що стосується даунсайсингу, його основні недоліки полягають в суттєвому скороченні персоналу та безпосередньо самого виробництва. Також до мінусів фахівці відносять потребу в здійсненні витрат на навчання звільнених робітників.

Аутсорсинг – це метод передачі окремих неключових функцій компанії на виконання сторонній фірмі, що спеціалізується на цьому напрямку діяльності. Таким чином можна суттєво зекономити фінансові кошти на оплаті праці

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. КРАЄЗНАВЧІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ТУРИЗМІ ТА РЕКРЕАЦІЇ	5
ГЕРМАН НАТАЛІЯ Туристично-рекреаційний потенціал Полісся	5
ЛЬТЬО ГАЛИНА, ЛУЖАНСЬКА ТЕТЯНА Історія краєзнавчих досліджень на Закарпатті	7
КАМПОВ НАДІЯ, КАСИНЕЦЬ ОТОКАР Смарт Музей як сучасна форма представлення культурної спадщини Закарпаття	8
КАСИНЕЦЬ ОТОКАР, КАМПОВ НАДІЯ Музейно-анімаційне використання замків на Закарпатті	10
КОТУБЕЙ ВІТА, ШТЕФАНЬО ЖАННА Туризм та краєзнавство як засіб формування національної культури	13
ЛЮСИК ТЕТЯНА Екскурсійна діяльність на Волині	14
МОРОЗ ФЕДІР Туризм в системі фізичного виховання учнівської і студентської молоді	17
ПЕРЕГУДА ЮЛІЯ Розвиток зеленого туризму в Україні	19
СЕКЦІЯ 2. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ СЕРВІСНОЇ ЕКОНОМІКИ	21
БЛИК ВЛАДИСЛАВ Передумови та ознаки цифрового етапу еволюційного розвитку туризму	21
БОЙКІВСЬКА ГАЛИНА, ГОНЧАР РОКСОЛАНА Диверсифікація та цифровізація в індустрії туризму	23
ГЕГЕДОШ КРИСТІАН Оцінка наукової діяльності вченого в умовах формування цифрового суспільства	24
ГОБЛИК-МАРКОВИЧ НАДІЯ, ХАУСТОВ ОЛЕКСАНДР Використання ГІС -технологій для підвищення туристичної привабливості регіону	26
КРИМКОВА ОЛЕКСАНДРА Розвиток віддалених форм зайнятості в Україні	28
ЛІТВІНОВА АНАСТАСІЯ Професійна підготовка майбутніх фахівців у сфері менеджменту	29
МАСЛИГАН РОМАН Підхід до організації функцій інтегрованої господарської діяльності кіберспортивних клубів	31
МЕДВІДЬ ЛАРИСА Використання простору міста в туризмі	33
РІЗУН АНДРІЙ, ЮРЧИШИНА ЛЮДМИЛА Цифрова економіка в індустрії туризму	35
ТОДЬЄРІШКО ЕРІКА Керування рухом основних фондів санаторно-курортного підприємства	37
ЧИЗМАР ІВАН Моделювання розвитку кіберспорту на основі методу лінійного програмування	38
СЕКЦІЯ 3. МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ТУРИЗМУ, РЕКРЕАЦІЇ ТА КОМЕРЦІЙНИХ ПОСЛУГ	41
АНТОЛИК ГАННА КАМПОВ НАДІЯ, Особливості роботи менеджера в туристичній фірмі	41



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/>