



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**

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

C91

*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет
Науково-технічною радою Мукачівського державного університету
(протокол № 8 від 24 жовтня 2022 р.)*

C91

Сучасні трансформації сервісної економіки: туризм, рекреація та комерційні послуги: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Мукачево, 29-30 вересня 2022 р.) / ред. кол.: Т. Д. Щербан (гол. ред.) та ін. – Мукачево: МДУ, 2022. – 97 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 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, 2022

© Кафедра менеджменту, управління економічними процесами та туризму, 2022

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова організаційного комітету:

Щербан Тетяна Дмитрівна – ректор, Мукачівський державний університет, Заслужений працівник освіти України, доктор психологічних наук, професор.

Заступники голови організаційного комітету:

Гоблик Володимир Васильович – перший проректор, Мукачівський державний університет, Заслужений економіст України, доктор економічних наук, професор.

Кобаль Василь Іванович – проректор з науково-педагогічної роботи, Мукачівський державний університет, кандидат педагогічних наук, доцент.

Гоблик-Маркович Надія Михайлівна – завідувач кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму, Мукачівський державний університет, кандидат економічних наук, доцент.

Члени організаційного комітету:

Маслиган О.О. – доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму, Мукачівський державний університет.

Папп В.В. – доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму, Мукачівський державний університет.

Медвідь Л.І. – декан факультету менеджменту та індустрії гостинності, Мукачівський державний університет, кандидат економічних наук, доцент.

Секретар:

Кампов Н.С. – старший викладач кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму, Мукачівський державний університет.

УПРАВЛІННЯ ТУРОПЕРЕЙТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Туроперейтинг, як основний вид діяльності в галузі туризму, передбачає комплектування турів та послуг, які надає туристична фірма або інші туристичні суб'єкти, наприклад: транспорт, розміщення під час туру, послуги оздоровчо-лікувальні та анімації [1].

В останнє десятиліття туризм та вся інфраструктурна діяльність, пов'язана з ним, стали масовим явищем міжнародного масштабу. Такому швидкому розвитку сприяє розширення політичних, економічних, культурних зв'язків між державами. В Україні також є всі передумови для інтенсивного розвитку даної галузі. Та, нажаль, глобалізаційні процеси, пов'язані з поширенням Covid-19, негативно вплинули на всі економічні процеси в країні, в тому числі в туризмі. Найбільш нищівного удару туроперейтингова діяльність в Україні зазнала в останні роки, що пов'язано з воєнними діями на території країни. В цих важких умовах дуже важливо правильно організувати процес управління на підприємствах галузі туризму.

Важливим елементом для утримання на туристичному ринку є аналіз та дослідження конкурентного середовища. Зокрема, такими дослідженнями і аналізом займалися наукові дослідники, серед яких, В.Брич, А.Манько, Н.Кудла, В.Кіптенко та інші. Але постійна зміна середовища діяльності туристичних підприємств, вимог ринку призводить до необхідності проведення різноманітних видів аналізу та досліджень.

Динамічність зміни розвитку туризму та пошук нових креативних ідей для просування туристичних продуктів на ринку змушує підрозділи туристичного бізнесу переглядати власні стратегії їх розвитку та просування. Серед проблем, що гальмують розвиток туристичного бізнесу, є: нестабільність зовнішнього середовища; прорахунки в управлінні фінансами; проблеми маркетингової діяльності; використання ненадійних зовнішніх джерел консультацій.

Таким чином, управління в туристичному бізнесі безпосередньо залежить від важкопрогнозованих факторів зовнішнього середовища, а відповідно, важко управляти туристичними підприємствами.

Як показує практика, найжорсткіше розгортається конкурентна боротьба на туристичних ринках, що володіють наступними рисами:

- 1) велика кількість одночасно функціонуючих туристичних операторів на ринку;
- 2) можливість створення і реалізації ідентичних турів на регіональному ринку;
- 3) наявність на ринку безлічі конкуруючих один з одним постачальників туристичних послуг;

4) наявність низьких вхідних бар'єрів на туристичному ринку (низька вартість покупки або оренди ділової нерухомості, реклами, ліцензії і оформлення статутних документів для туropolерейтингу);

5) наявність високих вихідних бар'єрів з туристичного ринку (висока вартість ліквідаційних операцій примушує навіть нерентабельні турфірми продовжувати свою роботу);

б) зрілість і насиченість туристичного ринку [2].

Управління туropolерейтинговою діяльністю є складним процесом, що передбачає застосування управлінських концепцій та інструментів з урахуванням соціально-економічних, демографічних та соціально-культурних факторів, що забезпечує досягнення конкурентоспроможності. У туристичному бізнесі основними завданнями менеджменту є розвиток і впровадження інтегрованих стратегій просування товару використання нових технологій і вдосконалення існуючих. При цьому підходи до управління туристичною діяльністю будуть різнитись залежно від виду туropolерейтингової діяльності. Так, розрізняють наступні його види:

1. Аутгоінг-туropolерейтинг – це вид туристичного бізнесу, зорієнтований на розробку та реалізацію міжнародних турів.

2. Інкамінг-туropolерейтинг – це вид спеціалізованого туристичного бізнесу, орієнтованого на розробку, просування та організацію турів на території власної країни для іноземних громадян. Виробнича діяльність інкамінгових туropolераторів безпосередньо пов'язана з зарубіжними аутгоінговими туropolераторами.

3. Інсайт-туropolерейтинг – це вид спеціалізованого туристичного бізнесу, орієнтованого на просування та реалізацію внутрішнього туристичного продукту для вітчизняних туристів. Інсайт – туropolерейтинг базується на національному туристичному потенціалі [3].

На сьогодні, у зв'язку з пандемією COVID-19 та війною в Україні аутгоінг-туropolерейтинг та інкамінг-туropolерейтинг стали менш застосовуваними послугами в туристичній діяльності, так як став обмежений виїзд за кордон. В свою чергу попит спрямувався на внутрішній туристичний бізнес. Так почав розвиватися маркетинг туристичних послуг в Україні, в даний час більшість на західній частині країни.

Хорошим шляхом для ефективного управління в сфері інформації онлайн є інтернет та соціальні мережі (Instaram, Telegram, Facebook), де можна розміщувати всю інформацію про тур (ціну, якість, безпеку, візуально переглянути місце відпочинку). Також позитивним моментом є можливість самостійно сформулювати та замовити тур, в залежності від своїх можливостей. Прикладом є ADVANT TRAVEL – це онлайн сервіс самостійного пошуку найбільш вигідних турів для відпочинку. Він містить : пакетні тури, автобусні тури, круїзи, наявність турів з поетапною оплатою, календар турів, служба допомоги клієнтам. Для того щоб дізнатися про цю інформацію достатньо лише відправити заявку на сайт [4].

Отже, сучасні принципи управління туropерейтинговою діяльністю передбачають широке застосування віртуальних технологій, що в умовах сьогодення стали невід'ємною частиною життя суспільства. Просування віртуальних технологій у галузі туризму та туropерейтингу є досить перспективним напрямом розвитку галузі. Тому важливо туристичним фірмам розвиватися в плані грамотної подачі інформації, реклами на своїх сторінках, щоб зацікавити споживачів.

Список використаних джерел

1. Брич В.Я. Туropерейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. – Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2017.
2. Манько А., Мандюк Н. Маркетингове дослідження і аналіз конкурентного середовища в туropерейтингу [Електронний ресурс]. *Вісник Львівського університету*. Серія міжнародні відносини, 2018. Випуск 45. С.313-320. Режим доступу: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/09/Manko_Mandiuk_2018_IR_45.pdf
3. Бабарицька В., Малиновська О. Менеджмент туризму. Туropерейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2008.
4. ADVANT Travel - онлайн сервіс саmостійного пошуку найбільш вигідних турів для відпочинку. Режим доступу: <https://advant.club>

УДК 005.32:311.101.3:338.486.2(043.2)

СВІТЛАНА ГОНЧАР, СОФІЯ БОЙКІВСЬКА
Національний університет «Львівська політехніка»

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Один із Секціяів світової економіки, що має найшвидші темпи розвитку є туризм. Індустрія туризму включає безліч організаційних форм – туropератори і турагенти, підприємства гостинності, підприємства надають транспортні послуги та інші. У цих галузях працює велика кількість людей, і саме вони є головним ресурсом туристичних компаній. Сфера туризму має свою специфіку щодо використання цього виду ресурсу, оскільки це робота людей і з людьми, і саме даний чинник визначає додаткові вимоги до якості персоналу. Ефективне управління персоналом можливе лише при розумінні його мотивації. Знаючи, що спонукає людину до діяльності, які мотиви лежать в основі її дій, можна розробити ефективну систему форм та методів управління людським капіталом.

Для створення конкретної системи мотивації підприємств туристичної галузі, насамперед, необхідно виявити мотиваційні типи співробітників. Мотиваційні типи бувають двох видів [1]:

– «уникаючі» – коли працівник намагається уникнути небажаних наслідків своєї діяльності; небажання поліпшення своїх професійних знань і навичок, прагнення зменшення своїх посадових обов'язків, небажання брати він відповідальність – всі ці ознаки характеризують працівника уникаючого мотиваційного типу; також до характеристик такого працівника відносять:

БЕЗРУЧЕНКОВ ЮРІЙ Стратегії управління в готельно-ресторанному бізнесі	43
БОДНАРУК НАДІЯ, МАЛІНОВСЬКА ОЛЬГА Роль місцевого самоврядування у розвитку сфери туризму воєнного часу	45
ГОБЛИК-МАРКОВИЧ НАДІЯ, БОЦКО МАРИНА Управління туроперейтинговою діяльністю в галузі туризму	47
ГОНЧАР СВІТЛАНА, БОЙКІВСЬКА СОФІЯ Мотивація персоналу підприємств туристичної галузі	49
КРИВОБЕРЕЦЬ МАРИНА Діджитал-маркетинг як основа сучасної політики комунікації суб'єктів туристичної індустрії	51
МИКУЛАНИНЕЦЬ СВІТЛАНА Особливості реалізації функцій менеджменту в діяльності організацій туристичної індустрії	52
МИКУЛАНИНЕЦЬ СВІТЛАНА, МИКУЛАНИНЕЦЬ ВАСИЛЬ Логістичний менеджмент як елемент ефективного управління в сфері туризму	54
ПУГАЧЕВСЬКА КАТЕРИНА, ДАНИЛКО МИКОЛА Функціонування підприємства в умовах нестабільності бізнес-середовища	56
ХАУСТОВА КСЕНІЯ, ГОБЛИК-МАРКОВИЧ НАДІЯ, КІЦУЛА СТАНІСЛАВ Роль бізнес-планування в діяльності підприємств сфери туризму та гостинності	58
ЧУЧКА ІВАН, ГАВРИЛЕЦЬ ОЛЕСЯ Транскордонний туристичний маркетинг Карпатського Єврорегіону	60
СЕКЦІЯ 4. СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ: ПРІОРИТЕТИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ	62
ГОЛОВКО ОЛЬГА, ФУЯРОШ ВАЛЕНТИН Підприємства гостинності як продуценти характерних туристичних послуг	62
ЛИЗАНЕЦЬ АНЖЕЛА, УЛМАН ДМИТРО Клієнтоорієнтований підхід до управління бізнесом у сфері торгівлі	63
ЛІПІНСЬКА КАТЕРИНА Особливості використання безконтактного меню у ресторанах	65
КУЦИК ВАЛЕНТИНА, МАЙБОРОДА ВЛАДИСЛАВ Аналіз потенціалу підприємств сфери послуг	67
ШАШОВЕЦЬ ЙОЛАНА Особливості господарських ризиків у сфері обслуговування та напрямки їх подолання	69
СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА СУЧАСНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО ТА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	72
ВЛАЩЕНКО НАТАЛІЯ, БУЙ НГУЄН ТІЄН До питання розвитку інфраструктури індустрії туризму	72
ГОБЛИК-МАРКОВИЧ НАДІЯ, ІЛЬТЬО ТЕТЯНА, ІВАШКО МИХАЙЛО Розвиток ділового туризму на Закарпатті	73
ДЖУМУРАТ ВОЛОДИМИР, ПАСЕКА СТАНІСЛАВА Розвиток туристичного потенціалу України	76
МОЛНАР-БАБЛЯ ДЖОСІЯ, УДВОРГЕЛІ ЛАРИСА Перспективи розвитку незвичайних видів туристичної діяльності в Україні	79
ПАСЕКА СТАНІСЛАВА, НАЗАРЕНКО О. С. Сільський зелений туризм	81

у контексті економічної діяльності	
ПАПП ВАСИЛЬ, БОШОТА НЕЛЯ Роль туристичних кластерів у підвищенні конкурентоспроможності економіки регіону	84
ФЕСР ОКСАНА Туризм на Закарпатті в умовах кризи	86
ЧЕРНЕНКО КСЕНІЯ Облік і оподаткування туристичних послуг	87
ЮРЧИШИНА ЛЮДМИЛА Економіка вражень як креативний тренд у туристсько-екскурсійній індустрії	89
СЕКЦІЯ 6. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ	91
ГУЦОЛ АЛЛА Інноваційні технології в туризмі та готельно-ресторанному господарстві як важливий освітній компонент у підготовці фахівців сфери сервісу та туризму до професійної діяльності в умовах сьогодення	91
МЕДВЕДОВСЬКА ТЕТЯНА Роль чинників соціально-психологічного характеру в туризмі	92
НЕКРАСОВ АНДРІЙ Організаційні аспекти психологічного тренінгу	94



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/>