



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

інвестиційних коштів, а й для досягнення більшого рівня ефективності при наданні послуг в туризмі.

### **Список використаних джерел**

1. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: Теорія та практика: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011.

2. Зінченко В. Особливості бізнес-планування в сфері обслуговування [Електронний ресурс] / В.Зінченко // Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. Підприємництво в сфері гостинності, 2019. Том2 №2. С.- 284-291. - Режим доступу: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/188213/188256>.

УДК 339.92:338.487:659.1(477.87:4)(043.2)

ІВАН ЧУЧКА., ОЛЕСЯ ГАВРИЛЕЦЬ  
Мукачівський державний університет

## **ТРАНСКОРДОННИЙ ТУРИСТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ КАРПАТСЬКОГО ЄВРОРЕГІОНУ**

В наш час, на терені Європи найвідомішим і популярним туристичним районом є гірські масиви Альп. Вони вже століттями приваблюють туристів, пропонуючи їм відмінні умови для проведення зимових видів спорту і розваг, а також гірських походів. Завдяки цьому, країни, до складу яких входять Альпи – є багатшими, їхні мешканці мають роботу, а підприємці мають умови для розвитку.

Водночас, розвинута інфраструктура альпійських схилів, бетонних стежок та чудового маркетингу для сучасних туристів більше не дає такої насолоди на відміну від традиційної сільської культури. А тому, важливо розглянути потенціал гірських верховинських сіл у прикордонних територіях країн-членів Карпатського Євросоюзу, так як це один макро-регіон з п'яти національностей (Румунії, України, Угорщини, Словаччини та Польщі), який може стати завдяки організованому та впровадженому транскордонному маркетингу – відмінним туристичним продуктом, завдяки чому Карпатський Євросоюз здобуде суттєво впізнаний бренд на світовому ринку туристичних послуг. Туристична пропозиція бренду повинна бути заснована саме на реальних, традиційних перевагах регіону, таких як жива культура, звичаї, природна гостинність, місцева кухня, діалекти, костюми, музика. Ключовим елементом «Карпатського бренду» є здатність поєднувати містичні якості з просторовими, вражаючими ландшафтами, мирними та відокремленими місцями, рідко відвідуваними людьми та багатими традиціями горян.

Найбільш яскраві переваги, які стануть простежуватися для економічних гравців транскордонного ринку Україна-Румунія-Угорщина-Словаччина-Польща будуть наступні:

– підприємцям: можливість включення власної продукції та послуг в пропозицію «Карпатського бренду» на основі сертифікації; рекламна підтримка, що охоплює багатосторонню діяльність на міжнародному рівні в багатьох інноваційних формах; допомога у залученні ринків іноземних продаж

для фірмових продуктів Карпатського бренду в рамках політики міжнародного співробітництва КЄ та використання підтримки про-експортних механізмів; рекламна підтримка бізнесу в рамках інформаційної політики Карпатського бренду;

– неурядовим організаціям: можливість знаходження партнерів для співпраці в країнах-учасниках Карпатського Єврорегіону; можливість брати участь у Карпатському форумі неурядових організацій – платформи для співпраці карпатських неурядових організацій; можливість економії та комерціалізації діяльності неурядових організацій на основі участі в бізнес-моделі Карпатського бренду, тощо.

– для наукових підрозділів: співпраця з установами у здійсненні науково-дослідної діяльності формуючи туристичний кластер знань; можливість використовувати досвід іноземних партнерів КЄ в галузі освіти на всіх рівнях, особливо в контексті адаптації освітньої пропозиції до потреб ринку праці.

Слід відмітити, що успішне застосування транскордонного туристичного маркетингу неможливе без підвищення його інформаційного забезпечення. Для виконання цієї мети, необхідно починаючи з кожного гірського перевалу і включно до кожного населеного пункту, – забезпечити інформаційним доступом та безперервним наповненням про наявний рекреаційний потенціал і можливості його використання. Зауважимо також, що без покращення і вдосконалення інфраструктури у всіх її проявах, досягти такої мети практично неможливо.

#### ***Список використаних джерел***

1. Гегедош К. В. Транскордонний маркетинг: теоретичні, методичні та прикладні основи: Монографія. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2022. 192 с. URL: <http://dspace.msu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/9040>

2. Карпатський Єврорегіон Польща. URL: <http://www.karpacki.pl/euroregion-karpacki/>

3. Мікула Н.А., Дейнека О.І Використання маркетингу регіонів в транскордонному співробітництві. *Вісник Ужгородського національного університету (серія Економіка)*. Спеціальний випуск. 2007. № 23. С 34-36

4. Чучка І.М., Проскура В.Ф. Роль маркетингового механізму в поглибленні транскордонної співпраці. Транскордонне співробітництво в умовах розширення Європейського Союзу на Схід: монографія /В.П. Мікловда, М. А. Лендел, С. С. Слава, С. В. Сембер та ін.; за ред. В. П. Мікловди. Ужгород: Карпати, 2006. С. 418-439.

<b>БОДНАРУК НАДІЯ, МАЛІНОВСЬКА ОЛЬГА</b> Роль місцевого самоврядування у розвитку сфери туризму воєнного часу	44
<b>ГОБЛИК-МАРКОВИЧ НАДІЯ, БОЦКО МАРИНА</b> Управління туроперейтинговою діяльністю в галузі туризму	46
<b>ГОНЧАР СВІТЛАНА, БОЙКІВСЬКА СОФІЯ</b> Мотивація персоналу підприємств туристичної галузі	48
<b>КРИВОБЕРЕЦЬ МАРИНА</b> Діджитал-маркетинг як основа сучасної політики комунікації суб'єктів туристичної індустрії	50
<b>МИКУЛАНИНЕЦЬ СВІТЛАНА</b> Особливості реалізації функцій менеджменту в діяльності організацій туристичної індустрії	51
<b>МИКУЛАНИНЕЦЬ СВІТЛАНА, МИКУЛАНИНЕЦЬ ВАСИЛЬ</b> Логістичний менеджмент як елемент ефективного управління в сфері туризму	53
<b>ПУГАЧЕВСЬКА КАТЕРИНА, ДАНИЛКО МИКОЛА</b> Функціонування підприємства в умовах нестабільності бізнес-середовища	55
<b>ХАУСТОВА КСЕНІЯ, ГОБЛИК-МАРКОВИЧ НАДІЯ, КЩУЛА СТАНІСЛАВ</b> Роль бізнес-планування в діяльності підприємств сфери туризму та гостинності	57
<b>ЧУЧКА ІВАН, ГАВРИЛЕЦЬ ОЛЕСЯ</b> Транскордонний туристичний маркетинг Карпатського Євро регіону	59
<b>СЕКЦІЯ 4. СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ: ПРІОРИТЕТИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ</b>	61
<b>ГОЛОВКО ОЛЬГА, ФУЯРОШ ВАЛЕНТИН</b> Підприємства гостинності як продуценти характерних туристичних послуг	61
<b>ЛИЗАНЕЦЬ АНЖЕЛА, УЛМАН ДМИТРО</b> Клієнтоорієнтований підхід до управління бізнесом у сфері торгівлі	62
<b>ЛПІНСЬКА КАТЕРИНА</b> Особливості використання безконтактного меню у ресторанах	64
<b>КУЦИК ВАЛЕНТИНА, МАЙБОРОДА ВЛАДИСЛАВ</b> Аналіз потенціалу підприємств сфери послуг	66
<b>ШАШОВЕЦЬ ЙОЛАНА</b> Особливості господарських ризиків у сфері обслуговування та напрямки їх подолання	68
<b>СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА СУЧАСНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО ТА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ</b>	71
<b>ВЛАЩЕНКО НАТАЛІЯ, БУЙ НГУЄН ТІЄН</b> До питання розвитку інфраструктури індустрії туризму	71
<b>ГОБЛИК-МАРКОВИЧ НАДІЯ, ІЛЬТЮ ТЕТЯНА, ІВАШКО МИХАЙЛО</b> Розвиток ділового туризму на Закарпатті	72
<b>ДЖУМУРАТ ВОЛОДИМИР, ПАСЕКА СТАНІСЛАВА</b> Розвиток туристичного потенціалу України	75
<b>МОЛНАР-БАБЛЯ ДЖОСІЯ, УДВОРГЕЛІ ЛАРИСА</b> Перспективи розвитку незвичайних видів туристичної діяльності в Україні	78
<b>ПАСЕКА СТАНІСЛАВА, НАЗАРЕНКО О. С.</b> Сільський зелений туризм у контексті економічної діяльності	80
<b>ПАПП ВАСИЛЬ, БОШОТА НЕЛЯ</b> Роль туристичних кластерів у	83