



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

**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
II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції
29-30 вересня 2023 року

**Україна, Мукачево
2023**

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

Василь ЧМИГА ОСНОВНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ РОБОЧОЇ СИЛИ В ТУРИЗМІ	70
Світлана МИКУЛАНИНЕЦЬ, Богдан ЖИЛЮК АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК КОМПЛЕКСНА СИСТЕМА ЗАПОБІГАННЯ КРИЗОВИМ СИТУАЦІЯМ	71
Надія ГОБЛИК-МАРКОВИЧ, Олександр ВІТВИЦЬКИЙ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	73
Тетяна ІЛЬТЮ РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ РЕКРЕАЦІЇ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	75
Павло БУШУЄВ НАПРЯМКИ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ХІНТЕРЛАНДІВ КЛАСТЕРІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ	77
Отокар КАСИНЕЦЬ ОРГАНІЗАЦІЯ КРАЄЗНАВЧИХ ЕКСКУРСІЙ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ФАХІВЦЯ З ТУРИЗМУ	79
Надія КАМПОВ, Отокар КАСИНЕЦЬ, ЕТИЧНІ НОРМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МУЗЕЇВ	80
Олена МАСЛИГАН, Вадим АНТОЛИК, Ганна АНТОЛИК, ПРОПОЗИЦІЇ З АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ	82
Ксенія ХАУСТОВА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ	84
Олександр ДІДОВИЧ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНА СФЕРА ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	86
СЕКЦІЯ Психолого-педагогічні аспекти підготовки фахівців у сфері послуг	
Kateryna DZHUNKOVSKA, FORMATION OF SOFT SKILLS OF A SPECIALIST IN THE SERVICE SECTOR	89
Оксана ФЕЄР, Світлана МИКУЛАНИНЕЦЬ ФОРМУВАННЯ SOFT SKILLS ПРИ ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ	90
Оксана ФЕЄР ПСИХОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ДЛЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ	91

узагальнено норми етичних стандартів діяльності музеїв, визначено загальноприйняті принципи її здійснення [4].

Керівні органи зобов'язані сформулювати стратегію розвитку та нагляду за музеями, першочергово відповідають за збереження і підтримку культурної спадщини та людських, фізичних і фінансових ресурсів, що задіяні для її збереження; визначають статус музею, його місію, сталість та неприбутковий статус, узгоджуючи його з національним законодавством і забезпечують оформлення складеного письмово й оприлюдненого статуту, положення або іншого публічного документу; гарантувати наявність достатніх коштів для провадження та розвитку діяльності музею; оформляти письмовий документ щодо зовнішніх джерел фінансування, до яких може звертатися в процесі своєї діяльності або фінансування.

Список використаних джерел

1. Буковський І.В. Деякі моменти морального нормування в професійній етиці музейного працівника. *Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник»*. Випуск 128. С. 96-100.

2. Вороніна М.А. Правова природа етичних кодексів професійних співтовариств. *Право та інноваційне суспільство* № 2 (3) 2014 С. 78

3. Кодекс музейної етики від ICOM <https://etnoua.info/novyny/kodeks-muzejnoji-etyky-vid-icom/>

4. Кодекс музейної етики від ICOM <http://icom.in.ua/kodeks-muzejnoyi-etiki/>.

Олена МАСЛИГАН

д.е.н., проф.

кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму

Вадим АНТОЛИК, Ганна АНТОЛИК

здобувачі спеціальності «Туризм і рекреація»,

Мукачівський державний університет

ПРОПОЗИЦІЇ З АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ

Розвиток туристичних кластерів має базуватися на системному підході, який передбачає реалізацію таких проектних етапів, як:

- визначення потенційних туристичних кластерів;
- залучення зацікавлених сторін до розвитку кластерів;
- розвиток інфраструктури кластерів;
- маркетинг і просування спільних туристичних продуктів [2].

Розглянемо кожен з окреслених етапів більш докладно.

Етап 1. Визначення потенційних туристичних кластерів. Цей етап передбачає визначення географічних територій з потенціалом для розвитку продуктів та послуг, пов'язаних із туризмом.

Етап 2. Залучення зацікавлених сторін. Після визначення потенційних туристичних кластерів зацікавлені сторони з місцевої громади, приватного сектору та уряду залучаються до розробки спільного бачення та загального плану розвитку кластера. Це передбачає спільний підхід, який забезпечує місцеву підтримку та спільне володіння проектом.

Етап 3. Розвиток інфраструктури. Розвиток туристичних кластерів потребує значних інвестицій в інфраструктуру, включаючи розміщення, транспорт та пам'ятки. Ця інвестиція, як правило, є поєднанням державного та приватного фінансування, що здійснюється з метою створення високоякісного спільного туристичного продукту,

який відповідатиме потребам відвідувачів. Основні шляхи, які можуть допомогти розвитку інфраструктури туристичних кластерів наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Основні шляхи розвитку інфраструктури туристичних кластерів України

Шлях розвитку	Опис особливостей розвитку
Розбудова готельної бази	Розбудова готельної бази у туристичних кластерах може забезпечити необхідну кількість місць для проживання туристів, що збільшить потенціал для розвитку .
Розвиток транспортної інфраструктури	Добре розвинена транспортна інфраструктура забезпечує зручний доступ до туристичних об'єктів і дозволяє зменшити час пересування між ними. Розвиток інфраструктури має включати розбудову доріг, залізниць, аеропортів і міського транспорту.
Розвиток розваг та ресторанної інфраструктури	Туристи хочуть мати можливість насолоджуватися культурою, кухнею та відпочинком. Відтак, щоб залучити більше туристів, необхідно створити та розвинути розважальні заклади, музеї, театри, кінотеатри та ресторани з місцевою кухнею.
Поліпшення інформаційної інфраструктури	Надання інформації про туристичні об'єкти, розклади громадського транспорту та інші місця є важливим. . Відтак, щоб залучити більше туристів, необхідно ініціювати розроблення туристичних сайтів та додатків, створення туристичної інформаційної точки у кожному місті кластеру, розміщення інформаційних стендів, створення туристичних маршрутів та ін.

Джерело: сформовано на основі [2]

Запропоновані шляхи розвитку інфраструктури туристичних кластерів можна реалізувати на різних рівнях, від державного до місцевого.

Етап 4. Маркетинг і просування. Після створення туристичного кластера важливо розробити стратегію маркетингу та просування, спрямовану на ключові ринки та сегменти. Це потребує:

- забезпечення ідентичності бренду;
- використання різних маркетингових каналів, таких як соціальні мережі, цифровий маркетинг і зв'язки з громадськістю.

Шляхи спільного маркетингу та просування туристичного продукту в кластері сфери туризму та рекреації виділені в табл. 2.

Таблиця 2

Шляхи спільного маркетингу та просування туристичного продукту в кластері сфери туризму та рекреації

Шляхи	Опис особливостей розвитку
Створення бренду кластеру	Розроблення та впровадження спільного бренду кластеру, який буде збирати під одним значенням усіх учасників кластеру.
Розробка сайту та соціальних мереж	Розроблення спільного сайту та облікових записів у соціальних мережах, на яких будуть представлені інформація про кластер, туристичні маршрути та актуальні пропозиції від учасників кластеру.
Організація спільних подій	Організація спільних туристичних заходів, які можуть привернути увагу туристів та забезпечити популяризацію спільного туристичного продукту кластеру.

Участь туристичних виставках	в	Участь у спільних туристичних виставках та конференціях з метою презентації спільного туристичного продукту кластеру та залучення нових клієнтів.
Співпраця туристичними агентствами та туроператорами	з	Співпраця з туристичними агентствами та туроператорами для просування спільного туристичного продукту кластеру та забезпечення його більшої доступності.
Рекламні кампанії		Проведення спільних рекламних кампаній, які будуть спрямовані на збільшення попиту на туристичний продукт кластеру

Джерело: сформовано на основі [1-3]

Окреслені шляхи спільного маркетингу та просування туристичного продукту в кластері можуть бути застосовані окремо або в поєднанні з іншими шляхами (залежно від мети та потреб учасників кластера).

За додержання окреслених проектних етапів можна забезпечити такий розвиток туристичних кластерів, що:

- забезпечує потенціал для формування значних економічних переваг для місцевих громад;
- забезпечує створення становища, в якому розвиток туризму реалізувався через сталі центри росту.

Список використаних джерел

1. Бочан І.О. Інтеграційні процеси кластеризації у туризмі: публічно приватне партнерство, *Вісник Львівського інституту економіки і туризму*, 2016, Вип. 11, pp. 59–65.
2. Войнаренко М.П. Кластери в економіці: аналіз теорії і практики: монографія. Хмельницький, ХНУ, 2008. 220 с.
3. Гришов В.В., Звягінцева О.Б. Механізми формування і впровадження інноваційного маркетингу підприємств. *Облік і фінанси*, 2012, Вип. №3. С.115-121

Ксенія ХАУСТОВА

к.е.н, доцент,

доцент кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму
Мукачівський державний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Інклюзивний туризм для осіб з інвалідністю – це сучасний вид туризму, який дозволяє включити в туристичну діяльність будь-яку людину, незалежно від її фізичних можливостей, з урахуванням особливостей її фізично-психологічного стану і розглядається він, насамперед, як потужний засіб активної реабілітації, який структурно включає в себе медичні, психологічні, педагогічні, фізичні, професійні, трудові, фізкультурно-спортивні та соціально-побутові заходи [1]. Забезпечення інтеграції осіб з інвалідністю в суспільство на сучасному етапі вимагає створення комфортних умов для їхнього життя та побуту. Це включає в себе створення «безбар'єрного» середовища, де люди з обмеженими фізичними можливостями можуть вільно користуватися всіма елементами інфраструктури, відвідувати будь-які об'єкти житлового та громадського призначення, без перешкод користуватися транспортом, засобами зв'язку та мати доступ до інформації.