



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. Мукачево, 29-30 вересня 2023 р.) / ред. кол.: Т. Д. Щербан (гол. ред.) та ін. Мукачево: 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

Сергій ДОЛИНСЬКИЙ, Надія ГУРЗАН СУЧАСНА МОДЕЛЬ ПЛАНУВАННЯ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ	35
Данієл КОШЕЛЯ БАЗОВІ РИСИ ІНСТИТУЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗАСАД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В ІТ-СФЕРІ У СТАТУСІ ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ	37
Ольга ПРОКОПЕНКО, Лела ДЕВАДЗЕ ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ	39
Надія ЩЕРБИНА КОМПОНЕНТИ ЕКОСИСТЕМИ СМАРТ-ТУРИЗМУ: ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ЗАВДАННЯ	40
СЕКЦІЯ Менеджмент і маркетинг туризму, рекреації та комерційних послуг	
Лейла АХМЕД, Володимир ЯЦЕНКО РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	43
Надія ГОБЛИК-МАРКОВИЧ, Зоран ХАЙНАС АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ КЛАСТЕРНИХ УТВОРЕНЬ	45
Світлана МИКУЛАНИНЕЦЬ, Василь МИКУЛАНИНЕЦЬ ЗМІСТ ТА КОМПОНЕНТНИЙ СКЛАД ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ	47
Святослав ЖУКОВ, Ігор ЖУКОВ НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ	49
Тетяна КУЛІНІЧ, Юрій ТИМЧИНА СТРАТЕГІЧНЕ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОМЕРЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ	50
Ксенія ХАУСТОВА, Михайло МОНЦОЛЬ БІЗНЕС-ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	52
Катерина ПУГАЧЕВСЬКА, Марат КАГРАМАНОВ АДАПТИВНІ СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	54
Катерина ПУГАЧЕВСЬКА, Олександр СОПКОВ ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	55
Слава МАРУЩАК СУТНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ РЕГІОНУ	57
Володимир ПРОСКУРА, Галина МАЗОВСЬКА НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕКРЕАЦІЙНИХ СИСТЕМ	59
СЕКЦІЯ Економіка сучасного регіонального та міжнародного туризму	
Андрій МАЛИЙ, Станіслава ПАСЕКА ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	62
Василь ПАПП, Олександр-Антоній ЗАВГОРОДНІЙ, Микола ВЛАСЕНКО СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ: КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД	65
Володимир ПРОСКУРА, Бертолон ТИГЛІ СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНДЕКСУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОДОРОЖЕЙ ТА ТУРИЗМУ	67

2. Васютіна І. О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств. *Держава та регіони*. 2018. Вип. 5. С. 114-118.

3. Довбенко В.І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2018. Вип. 6. С. 29-35.

Ксенія ХАУСТОВА

к.е.н, доцент,

доцент кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму

Михайло МОНЦОЛЬ

здобувач ОС «Магістр» спеціальності 242 «Туризм»

Мукачівський державний університет,

БІЗНЕС-ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Процесний підхід у цілому розглядається як документування діяльності підрозділів організації у вигляді процесів і налагодження взаємодії між цими підрозділами за входами/виходами. Це ефективний управлінський інструмент, що не тільки знижує непродуктивні витрати, а й підвищує якість продукції, інструмент, що дозволяє мати повну інформацію про поточний процес бізнесу і вживати своєчасні та стратегічно правильні рішення.

Використання процесного підходу в діяльності підприємств широко використовується на Заході ще з 80-х рр. минулого століття і пов'язане з впровадженням ідей концепції реінжинірингу бізнесу М. Хаммера та Дж. Чампі, які визначили інжиніринг як «фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування бізнес-процесів для досягнення істотних покращань в таких ключових для сучасного бізнесу показниках результативності, як витрати, якість, рівень обслуговування та оперативність» [1, с. 43]. Саме тому, бізнес-процесний підхід є актуальним не тільки для виробничих підприємств, а також і для підприємств сфери туризму.

Стосовно туристичного підприємства бізнеспроцес доцільно визначити як послідовність робіт зі створення та супроводження туристичного продукту, орієнтованого на задоволення потреб споживачів з рекреації, оздоровлення, подорожей тощо. Слід зазначити, що, окрім основних бізнес-процесів із розробки комплектування та реалізації турів, на туристичному підприємстві є допоміжні бізнес-процеси, які стосуються маркетингової, фінансової, логістичної та інших видів діяльності [2, с.172].

Одним із перших етапів побудови процесної організації та управління діяльністю туристичного підприємства є виділення і класифікація бізнес-процесів. Джерелом такої інформації є моделювання роботи туристичних підприємств на рівні бізнеспроцесів, яке вилилося в самостійну область досліджень – бізнес-моделювання.

Процес формування туристичного продукту хоча і виступає основою діяльності туристичного підприємства, є лише окремим елементом багатьох взаємозв'язаних процесів, які в сукупності утворюють мережу бізнес-процесів туристичного підприємства.

Найбільш поширена класифікація бізнес-процесів враховує їхній вплив на створення цінності для споживача відповідно до теорії М. Портера про ланцюг цінностей [3].

Класифікація бізнес-процесів, за М. Портером, включає 5 груп: основні бізнес-процеси, бізнес-процеси забезпечення, супутні бізнес-процеси, бізнес-процеси розвитку, бізнес-процеси управління.

Основними бізнес-процесами є ті, які орієнтовані на формування туристичного продукту та надання послуг, що представляють цінність для зовнішнього споживача і забезпечують підприємству отримання доходу. До основних процесів виробничого підприємства, як правило, відносять процеси виробництва, збуту і постачання.

Для туристичного підприємства основними є бізнес-процеси формування та реалізації туристичного продукту.

Бізнес-процеси забезпечення – це допоміжні процеси, які призначені для забезпечення виконання основних бізнес-процесів. У загальному вигляді вони забезпечують ресурсами всі бізнес-процеси підприємства.

Допоміжні процеси безпосередньо не додають вартості і є по своїй суті витратними. До таких процесів зазвичай належать підготовка кадрів, сервісне обслуговування обладнання, забезпечення зв'язком, інформаційне забезпечення, адміністративно-господарське забезпечення, фінансове і бухгалтерське забезпечення діяльності підприємства тощо. Класифікація процесів забезпечення на основні та допоміжні досить умовна і не є поділом на головні та другорядні. Допоміжні процеси не менш важливі для туристичного підприємства, саме від них залежить якість функціонування основних процесів. Супутні бізнес-процеси реалізують послуги, які приносять підприємству додаткові доходи. Це процеси орієнтовані, як правило, на зовнішнього клієнта, на надання йому додаткових платних послуг. Наприклад, організація індивідуальних турів або надання розширеного пакету платних туристичних послуг, які не входять до числа стандартних.

Процеси розвитку – це такі процеси, які дозволяють створити ланцюжок цінності в основному і в допоміжному процесах на новому рівні показників. Вони формують туристичне підприємство як цілісну систему, дозволяють здійснювати постійне вдосконалення, перетворення або розвиток усіх сторін його діяльності, ефективніше використовувати ресурси, посилюючи власну конкурентоспроможність.

Процеси управління – це бізнес-процеси, які пронизують і з'єднують між собою весь комплекс бізнес-процесів в єдину систему, формуючи при цьому два контури управлінських процесів: безпосереднього управління кожним бізнес-процесом з боку його власника і виконання циклу керівництва всіма бізнес-процесами підприємства, включаючи стратегічне управління, планування, організацію, мотивацію і контроль.

Отже, бізнес-процесний підхід, який орієнтований на споживача туристичної послуги сприяє формуванню найбільш ефективної, найменш витратної та якісно-орієнтованої технології надання туристичної послуги, що охоплює всі процеси: від вивчення попиту у безпосереднього замовлення послуги до її отримання споживачем. Перевагами бізнес-процесного підходу до організації туристичної діяльності є: зниження витрат за одночасного підвищення якості за рахунок оптимізації операційних зв'язків між процесами, можливість цифровізації процесів, швидке виявлення проблем та їх усунення.

Список використаних джерел

1. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2006. 287 с.
2. Стрижак О. О., Алдошина М. В. Проектування бізнес-процесів туристичного підприємства. *Бізнес Інформ*. 2019. №3. С. 170–175.<https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-3-170-175>



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/>