



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

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

створення окремого суду для захисту прав інвесторів); фінансова підтримка бізнесу (з початку 2023 р. 8,8 тис. українських агропідприємств отримали майже 42 млрд грн банківських кредитів на розвиток господарств, з них 6,8 тис. підприємств отримали 25,7 млрд грн за державною програмою «Доступні кредити 5–7–9 %»); за рік дії програми «eРобота» на 27 липня 2023 р. погоджено понад 6 тис. грантів на суму понад 4,5 млрд грн, що сприятиме створенню близько 20 тис. нових робочих місць [3]. Уряд запровадив автоматичне розблокування податкових накладних та розрахунків коригування за виконання певних умов. Зміни передбачають автоматичну реєстрацію податкових накладних / розрахунків коригувань у разі виведення платника податків з переліку ризикових, а також у разі ухвалення рішення про врахування таблиці даних платника (ТПП).

Цілком очевидно, що здатність системи управління оперативно реагувати на трансформації, які відбуваються у внутрішньому та зовнішньому середовищі, оперативно адаптуватись до них є передумовою виживання суб'єкта господарювання у довгостроковому періоді. Підприємство функціонує та розвивається в активному, часто й агресивному зовнішньому середовищі, пристосовуючи свою діяльність до нових умов. Сучасні реалії вимагають від його керівництва радикальної зміни форм та методів провадження діяльності, а також підходів до управління в контексті нівелювання внутрішніх та зовнішніх загроз, забезпечення адекватної зміни властивостей та структури об'єкту управління.

Список використаних джерел

1. Ковальчук А.М. Чинники стратегічного управління економічною безпекою підприємства в умовах змін. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. 2021. № 18. С. 88–93. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.247231>
2. Бізнес в умовах війни. Як змінювалось самовідчуття підприємців з березня – п'ять найважливіших показників в одній інфографіці. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/economics/ukrajinskiy-biznespokrashchiv-ocinku-finansovoji-stiykosti-opituvannya-yeba-infografika-50262837.html> (дата звернення: 3.09.2023).
3. Інструменти підтримки бізнесу в період воєнного стану в Україні. Липень 2023 року. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/instrumenty-pidtrymky-biznesu-v-period-voynenoho-stanu-v-ukrayini-lypen> (дата звернення: 4.09.2023)

Катерина ПУГАЧЕВСЬКА,
к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту,
управління економічними процесами та туризму,
Мукачівський державний університет, Україна
Олександр СОПКОВ
здобувач вищої освіти спеціальності 242 «Туризм» ОС «Магістр»
Мукачівський державний університет, Україна

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

В умовах динамізації розвитку національного господарства та посилення конкуренції в усіх сферах господарського життя, особливого значення для ефективного функціонування на ринку набуває розробка конкурентної стратегії, яка б враховувала сильні сторони компанії та дозволяла нівелювати негативний вплив загроз та зовнішніх викликів. Саме конкуренція є, з одного боку, одним з основних бар'єрів для успішного функціонування підприємства на ринку, з іншого ж, саме конкурентна боротьба у

ринковій економіці виступає стимулятором розвитку та передумовою підвищення ефективності функціонування підприємств, розробки нових продуктів та більш повного задоволення потреб споживачів. Це положення особливо принципове для туристичних підприємств, адже в сучасних умовах туризм представляє собою одну з найрозвиненіших галузей світового господарства і форм зовнішньоекономічної діяльності та є найдинамічнішою галуззю у світі. Так, за даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO) у 2022 р. чисельність міжнародних туристів перевищила 1 млрд. осіб, що більше, ніж сумарна кількість туристів у 2020-2021 рр., що свідчить про поступове відновлення туристичної галузі після скасування коронавірусних обмежень. За прогнозами, у 2023 р. кількість туристичних поїздок може скласти майже 80-95% від доковідного періоду [1].

Наявність конкурентної боротьби формує перед підприємством необхідність мислити стратегічно. З огляду на це у практиці підприємств широко використовується поняття «конкурентна стратегія», що являє собою довгостроковий план, що конкретизує і визначає підходи, за допомогою яких підприємство буде діяти в кожній окремій області бізнесу з метою досягнення встановленого рівня конкурентоспроможності. Конкурентна стратегія є, по суті, сукупністю заходів, націлених на формування конкурентних переваг, наявність яких дозволяє наблизити якість товарів та послуг до вимог споживачів. Конкурентна стратегія підприємства не є узагальнюючою для підприємства, оскільки для окремих напрямків діяльності розробляється власна конкурентна стратегія. При цьому необхідно відзначити, що конкурентні стратегії визначають шляхи досягнення стратегічних цілей підприємства, а також перебувають у взаємозв'язку одна з одною.

Наведені вище аргументи підтверджують необхідність стратегічного мислення та орієнтації вітчизняного ринку туристичних послуг на прогнозування та когнітивне моделювання процесів. Що стосується вітчизняної сфери туризму, варто відмітити, що українські туристичні оператори мають всі підстави та інструментарій для використання конкурентних стратегій у плануванні власного бізнесу [2, с.179]. Кожна з конкурентних стратегій містить свій інструментарій реалізації заходів. Сучасні стратегічні методи аналізу, такі як SWOT – аналіз, модель М. Портера, матриці БКГ, «дерево цілей» та інші, дозволяють туристичним фірмам підібрати стратегії, які розкриють їх потенціал. Україна має значний потенціал та недостатньо заповнені ніші на ринку туристичних послуг і є привабливим фокусом для іноземних туристів. Сучасні найбільш відомі оператори, такі як Join Up, ANEX Tour, TEZ TOUR, Coral Travel, TUI Ukraine – вже є складовими міжнародної мережі туристичного ринку та своїм прикладом демонструють реалізацію таких стратегій як лідирування та диверсифікації.

З метою активізації та розширення туристичних послуг підприємства зобов'язані мати ефективну конкурентну стратегію як засіб для досягнення поставлених цілей. Дана стратегія повинна опиратися на сприятливі внутрішні і зовнішні можливості і мінімізувати ймовірні загрози його успішній діяльності [3, с. 252]. Відтак, можна визначити, що конкурентна стратегія – це чітко встановлений напрям розвитку підприємства в умовах ринкового конкурентного середовища, що забезпечить туристичним підприємствам формування стійких та ефективних конкурентних переваг. Під час вибору стратегії важливо, щоб вона відповідала стратегічним цілям, мала ресурсне забезпечення та можливості для її реалізації. Єдиної стратегії для успішного функціонування підприємства не існує, а досвід та практика ведення бізнесу свідчать, що успішні індикатори діяльності підприємства можливі лише за поєднання різних стратегічних підходів. Туристичні підприємства, використовуючи знання та накопичений досвід, залучаючи до роботи досвідчених менеджерів, повинні розглянути чисельну кількість стратегічних підходів, які вже існують, і залежно від конкретних

умов діяльності самостійно визначитися з конкретною та необхідною конкурентною стратегією.

Список використаних джерел

1. Всесвітня туристична організація. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 3.09.2023)
2. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. *Бізнес Інформ*. 2021. № 1. С. 177-184. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-177-184>
3. Ступак І.О. Конкурентні стратегії як управлінська категорія. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*. 2020. № 684. С. 249–254.

Слава МАРУЦАК
здобувач вищої освіти спеціальності 242 «Туризм» ОС «Магістр»
Мукачівський державний університет

СУТНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ РЕГІОНУ

Ключовою детермінантою розвитку туризму, як виду економічної діяльності, є цільове й раціональне використання туристично-рекреаційних ресурсів. Саме вони зазвичай є об'єктом зацікавлення серед подорожуючих та забезпечують задоволення тих потреб, які визначають цілі подорожі або виникають в її процесі. Відтак, потенціал розвитку туризму будь-якого регіону визначається наявністю у ньому певною сукупністю туристичних ресурсів, що формують основу туристичного продукту.

Незважаючи на наявність численної кількості праць, які присвячені проблематиці використання туристичних ресурсів, дискусійним залишається такий аспект, як співвідношення понять «туристичні ресурси», «рекреаційні ресурси» та комбінованої дефініції – «туристично-рекреаційні ресурси».

Оскільки туризм розглядається як різновид рекреації, часто поняття туристичних і рекреаційних ресурсів ототожнюються. Прихильники такого підходу у якості аргументу зазначають, що рекреаційні ресурси охоплюють увесь комплекс туристичних об'єктів, зокрема, історико-культурні пам'ятки, музеї, готелі, ресторани, відпочинкові комплекси, а також природні об'єкти та явища, які використовуються у туристичній діяльності для задоволення основних потреб споживача, зокрема оздоровлення, відпочинку й пізнання. Разом з тим поняття «туристичні ресурси» за своєю сутністю є ширшим і пов'язане із організаційно-економічними аспектами діяльності у сфері туризму і рекреації.

На думку ряду науковців дана категорія поширюється на усю сукупність економічних, виробничих, фінансових, трудових, інфраструктурних, соціальних та інших ресурсів, які використовуються в процесі організації туристичного підприємництва [1; 2].

Крім того, з економічної точки зору туристичні ресурси розглядаються як чинники виробництва туристичного продукту та конкурентоспроможності туристичних підприємств. Їх обсяг та різноманітність зумовлює диференціацію як фінансових результатів діяльності окремих суб'єктів господарювання, так і рівнів економічного розвитку регіонів. На нашу думку, власне у цьому і полягає ключова відмінність між рекреаційними ресурсами, використання яких не завжди забезпечує отримання матеріальної вигоди та туристичними ресурсами, які так чи інакше використовуються для економічного зростання.



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/>