



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»***



27–28 вересня 2024 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
27–28 вересня 2024 року**

**Україна, Мукачево
2024**

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 28 жовтня 2024 р.)*

С91

Сучасні трансформації сервісної економіки: туризм, рекреація та комерційні послуги: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Мукачево, 27–28 вересня 2024 р.) /ред. кол.: Т.Д. Щербан (гол. ред.) та ін. Мукачево: МДУ, 2024. 130 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.; Пугачевська К.Й. – к.е.н., доцент; 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, 2024

© Кафедра менеджменту, управління економічними процесами та туризму, 2024

покращити якість страв, зменшити витрати на інгредієнти та створити унікальний імідж ресторану. Специфіка створення гнучкості: створення сезонного меню, використання місцевих інгредієнтів у авторських стравах та проведення дегустацій.

Концепція гнучкого робочого часу. Зміст концепції гнучкості реалізації: адаптація робочого часу до сезонності та попиту. Мета реалізації: Підвищення прибутковості та задоволення потреб різних категорій клієнтів. Специфіка створення гнучкості: подовження графіка роботи у вихідні, скорочення в будні та робота 24/7 у певні періоди [2-5].

Отже, гнучкість є ключовим фактором успіху в сучасному бізнесі. Це підвищує операційну ефективність і створює конкурентну перевагу на ринку; досягається за рахунок індивідуального підходу, персоналізації послуг і продуктів, побудови довгострокових відносин з клієнтами, швидкого реагування на зміни ринку, сезонності, непередбачених ситуацій, використання сучасних технологій (для оптимізації процесів, аналізу даних, взаємодії з клієнтами), співпраця з іншими компаніями, постачальниками та партнерами (для розширення можливостей та створення нових продуктів), постійний пошук нових ідей та впровадження інноваційних рішень. Переваги гнучкості визначаються загальним змістом концепцій організації гнучкого ресторанного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Маслиган О.О., Гоблик В. В. Схемність операційних процесів мережевого ритейлу із функціями змінності. *Ефективна економіка*. 2023. №12. URL.: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view>
2. Церклевич В., Діль А., Блаута А., Діль М. Інноваційні компоненти стратегії просування ресторану регіональної кухні Поділля: кейс «Ресторації Шпигеля». *Трансформаційна економіка*. 2023. № 3(03). С. 61–69.
3. Качала Т.М., Петровська І.О. Значення готельно-ресторанного бізнесу в господарчій системі регіону. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2018. № 5. Т.29(68). С. 54-58.
4. Олабоді О. В., Фесун Т. П. Організація готельно-ресторанної справи; Нац. ун-т харч. технол. Київ, 2021. 213 с.
5. Церклевич В., Діль А., Блаута А., Діль М. Інноваційні компоненти стратегії просування ресторану регіональної кухні Поділля: кейс «Ресторації Шпигеля». *Трансформаційна економіка*. 2023. № 3(03). С. 61–69.

Світлана ДУДНИК

аспірантка,

Полтавський університет економіки і торгівлі

ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЄКТАМИ В ГОТЕЛЬНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Управління інноваційними проєктами в готельному менеджменті стає все складнішим завданням для менеджерів. Це, зокрема, потребує значного поглиблення обізнаності щодо специфіки галузі та сучасних підходів до

управління впровадженням нових ідей, технологій та підходів, спрямованих на покращення якості готельних послуг та підвищення задоволеності клієнтів.

У контексті постійних змін управління інноваційними проєктами в готельному бізнесі стає комбінаторним за своєю природою та складним процесом, що включає створення, розвиток і впровадження нових ідей, продуктів або послуг, які дозволяють готелям підвищити свою конкурентоспроможність.

Яскравим прикладом інновацій у готельному бізнесі є впровадження мережею Marriott International технологій автоматизації та штучного інтелекту (ШІ) у сфері обслуговування клієнтів. Завдяки цьому проєкту гості отримали можливість: 1) самостійно бронювати номери, отримувати інформацію про послуги готелю та здійснювати реєстрацію без контакту з персоналом; 2) отримувати оперативні відповіді на свої запитання завдяки чат-ботам, які надають інформацію про готельні послуги та допомагають з бронюванням столиків у ресторані. Такий підхід дозволяє готелям підвищити рівень задоволеності гостей, оптимізувати робочі процеси та зменшити навантаження на персонал.

За наведеним прикладом очевидно, що управління інноваційними проєктами в готельному бізнесі вимагає від менеджерів постійної адаптації до мінливого середовища. Готельний бізнес стикається з низкою викликів, серед яких [1]:

1. *Швидкі технологічні зміни.* Постійна еволюція технологій вимагає від готелів постійної трансформації сервісних процесів.

2. *Висхідна конкуренція.* Все більш конкурентний ринок готельних послуг спонукає готелі до пошуку нових ідей та інновацій.

3. *Мінливі потреби клієнтів.* Швидкі зміни в очікуваннях клієнтів вимагають постійного аналізу та задоволення нових потреб.

4. *Фінансові обмеження.* Впровадження інновацій потребує значних інвестицій, що може бути проблематичним для малих та середніх готелів.

5. *Опір персоналу до змін.* Співробітники часто чинять опір змінам, що ускладнює процес інновацій.

Сукупний вплив окреслених нами викликів може призвести до зниження прибутковості та конкурентоспроможності готелю. Тому формування інноваційної стратегії має бути спрямоване на їх подолання. Ключовими складниками інноваційної стратегії є (табл. 1): аналіз зовнішнього середовища; моніторинг внутрішніх ресурсів; визначення стратегічних цілей; розробка інноваційних проєктів і заходів; оцінка інноваційних ризиків; стимулювання креативності співробітників.

Таблиця 1 - Ключові складники стратегії управління інноваційними проєктами в готельному менеджменті

Ключові складники	Характеристика складника інноваційної стратегії	Спрямованість дії складника інноваційної стратегії
-------------------	---	--

Аналіз зовнішнього середовища	Процес оцінки зовнішніх факторів, які можуть вплинути на бізнес, його стратегію та діяльність	Вивчення конкурентів, законодавчих змін, нововведень, потреб клієнтів.
Моніторинг внутрішніх ресурсів	Процес оцінки ресурсів і можливостей, що дозволяє зрозуміти потенціал досягнення стратегічних цілей	Оцінка наявних фінансових, людських, технологічних ресурсів.
Визначення стратегічних цілей	Процес постановки інноваційних цілей, які суб'єкт бізнесу прагне досягти в середньо- та довгостроковій перспективі	Формулювання чітких, вимірних і досяжних цілей, пов'язаних з інноваціями.
Розробка інноваційних проєктів	Процес створення нових ідей, продуктів, послуг або процесів, які здатні покращити або трансформувати рішення в організації або розвитку бізнесу	Створення детальних планів інноваційних проєктів (їх бюджетів, термінів, відповідальних осіб)
Оцінка інноваційних ризиків	Процес ідентифікації, аналізу та оцінки ризиків, які можуть виникнути під час розробки та впровадження інноваційних проєктів	Дозволяє суб'єкту бізнесу мінімізувати негативні наслідки та максимально використовувати можливості
Стимулювання креативності співробітників	Процес формування умов, які заохочують працівників до генерування нових ідей, рішень і підходів	Проведення брейнстормінгів, навчання співробітників інструментам креативного мислення тощо.

Джерело: сформовано на основі [1]

За наведеними положеннями очевидно, що необхідність інноваційної стратегії обумовлена тим, що відсутність інновацій може призвести до зниження прибутковості та конкурентоспроможності готелю. Разом з тим, впровадження інновацій дозволяє готелям не тільки виживати в умовах жорсткої конкуренції, але й досягати стійкого розвитку.

Список використаних джерел

1. Mashika H., Zelic V., Kiziun A., Maslyhan R. et al. Services sphere cluster management: virtualization and methodological aspects: монографія. Odesa: KUPRIENKO SV, 2023. 131 с.

Володимир ЛИСИЧКІН,

здобувач ОС Магістр

спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа,

Лариса УДВОРГЕЛІ

кандидат технічних наук, доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанної та музейної справи

Мукачівський державний університет

ГОТЕЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Перші місяці повномасштабного вторгнення стали найважчими для готельного бізнесу країни. Потік туристів зупинився, усі заплановані подорожі