



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

– пошук і впровадження рішень щодо з'єднання обласного центру Закарпаття швидкісним залізничним сполученням із містом Київ та столицями європейських сусідів України;

– поліпшення авіаційного сполучення Закарпаття [1].

Дана стратегія сформована в докризовий період, часи «до ковіду» та війни і не передбачала таких форс-мажорів. Туристичний бізнес зазнав вагомих фінансових втрат і суттєві скорочення працівників туристичного бізнесу в ковідний період, а війна повністю змінила розвиток досліджуваної сфери. До основних проблем, з якими стикаються учасники туристичної сфери – зниження запитів на екскурсії в Закарпатській області та виїзні тури, зростання вартості туристичних продуктів, обмеження пересування громадян, пов'язані з мобілізацією тощо.

Проте ці виклики є тимчасовими і представникам туристичного Секцію необхідно подбати в першу чергу про збереження бізнесу, мотивацію працівників та підготуватись до нових етапів розвитку, а саме розглядати в перспективі Закарпаття не тільки як місце цікавих туристичних маршрутів, фестивалів, локацій (санаторіїв, закладів розміщень, харчування, пам'яток архітектури, чудес природи тощо), але і як місце сили, місце для реабілітації та оздоровлення постраждалих від війни.

Список використаних джерел

1. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 років від 20.12.2019 №1630 (зі змінами, внесеними рішенням обласної ради від 01.10.2020 № 1840) URL: <https://carpathia.gov.ua/diyalnist/ekonomichnij-blok/regionalni-programi-rozvitku> (дата звернення 25.09.2022 р.)

УДК 338.48:657:336.22(043.2)

КСЕНІЯ ЧЕРНЕНКО

Полтавський державний аграрний університет

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Бухгалтерський облік і оподаткування в туристичному бізнесі зумовлені особливим характером порядку надання послуг, що передбачає використання відповідних схем посередництва та наявністю особливих норм у податковому законодавстві. Туристичний бізнес пов'язаний з наданням послуг проживання, харчування, транспортних, екскурсійних, рекламних послуг для туристів, а також на організацію культурно-спортивних послуг.

Суб'єктами туристичного бізнесу можуть бути підприємства, установи, організації будь-якої форми власності, а також фізичні особи-підприємці, зареєстровані у визначеному законодавством порядку і мають ліцензію на надання послуг туризму. Отже, суб'єктами туристичного бізнесу виступають туроператори, які самостійно формують туристичний продукт і реалізують його турагенту чи туристам, та турагенти, які виступають посередниками в реалізації туристичного продукту (який належить туроператору), а також туристичних і супутніх послуг інших суб'єктів туристичного бізнесу. Як правило, турагенти

займаються комерційним посередництвом, і діють в інтересах туроператорів та від їх імені на основі укладених агентських договорів.

Туроператор визнає доходи і витрати за кожним укладеним договором на туристичне обслуговування. Представник туроператора може отримати інформацію про отримання туристом турпослуг з даних внутрішньої звітності постачальників послуг з розміщення, харчування, перевезення туристів тощо. Відзначимо, що туроператор може визнати дохід від надання послуг на підставі бухгалтерської довідки, яка складена за інформацією, отриманою від суб'єктів туристичного бізнесу, про факт надання турпослуг туристу.

Доходи від надання туристичних послуг туроператор відображає за кредитом субрахунку 703 «Дохід від реалізації робіт та послуг». При цьому витрати, відображені на рахунку 23 (зокрема, послуги інших суб'єктів туристичного бізнесу з формування туристичного продукту – готелів, перевізників, екскурсбюро тощо), списуються за кредитом рахунку у дебет субрахунку 903 «Собівартість реалізованих робіт і послуг» у періоді визнання доходу за відповідним туром.

Відповідно до умов агентського договору, турагент одержує свою винагороду за послуги посередництва, які надані ним в інтересах туроператора або іншого суб'єкта, якого він представляє, у розмірі, що передбачено умовами договору. В даному випадку винагорода виплачується агенту після того, як здійснено оплату третьою особою (відповідно до умов договору з цією третьою особою, укладеного з посередництвом турагента).

Кошти, які сплачують туристи в рахунок оплати турів, не є власністю турагента (посередника), вони належать туроператору та перераховуються йому турагентом відповідно до умов агентського договору. Таким чином, доходом турагента є плата за його посередницькі послуги, тобто агентська винагорода. Відзначимо, що кошти від туристів в рахунок оплати туру виступають як транзитні, а тому на фінансовий результат турагента не впливають [1].

Облікове забезпечення й оподаткування туристичних послуг має специфічний характер, зумовлений організацією відносин між суб'єктами туристичного бізнесу [2]. Для оптимізації податкового навантаження слід урахувати всі особливі аспекти діяльності відповідно до вимог податкового законодавства і прийняти обґрунтовані управлінські рішення щодо вибору системи оподаткування, що відповідно впливатиме на показники фінансово-економічної діяльності всіх суб'єктів туристичного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Чернецька О. В. Бухгалтерський облік і оподаткування туристичних послуг *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки* : матеріали 7 Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. молодих учених та студентів (м. Умань, 19-20 листоп. 2020 р.): [зб. наук. тез] / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини, Навч.-наук. ін-т економіки та бізнес-освіти; [голов. ред. Н. О. Пачева ; редкол.: О. П. Кірдан, А. Л. Бержанір, В. О. Стойка]. Умань, 2020. С. 354-357. URL: <http://dSPACE.dsau.dp.ua/jsui/handle/123456789/5149>

2. Чернецька О. В., Губарик О.М., Саванчук Т.М. Облікове забезпечення та оподаткування туристичних послуг. *Приазовський економічний вісник: електрон. наук. журн.* 2020. Вип. 6(23). С. 269-274.

УДК 338.48:338.48-32(043.2)

ЛЮДМИЛА ЮРЧИШИНА
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

ЕКОНОМІКА ВРАЖЕНЬ ЯК КРЕАТИВНИЙ ТРЕНД У ТУРИСТСЬКО-ЕКСКУРСІЙНІЙ ІНДУСТРІЇ

Динаміка процесів споживання туристично-екскурсійних послуг показує стійкий тренд зростання попиту продукти, що включають більший обсяг емоційної складової. Це є наслідком явища «комерціалізації людських почуттів» [1], яке стало характерною рисою сучасного ринку послуг загалом та найважливішою складовою явища «економіки вражень».

«Економіка вражень» -термін, що з'явився останнім десятиліттям 21 століття. Він описує абсолютно нову модель споживчої поведінки і є одним з найважливіших креативних трендів в просуванні туристсько – екскурсійних послуг. Поняттям «економіка вражень» (рідше – «суспільство переживань») сьогодні все частіше в науковій літературі описується процес, у ході якого при придбанні/споживанні товару чи послуги покупець/клієнт отримує певні відчуття.

Туристсько - екскурсійну індустрію, у процесі формування та розвитку «економіки вражень», можна вважати однією з найважливіших сфер. Від обсягу отриманих туристом вражень, їхньої відповідності заздалегідь сформованим очікуванням, тепер залежить успішність того чи іншого туру та/або екскурсії, саме цей фактор формує лояльність клієнта, забезпечує розширене відтворення у галузі туризму.

У період інформаційних технологій споживчі відносини вже недостатні для задоволення потреб, людині хочеться отримувати все більше нових емоцій – вражень та відчуттів. Люди в сучасному суспільстві готові витратити гроші не лише на задоволення потреб, але й нові незвичайні відчуття, які приносять їм задоволення, мотивують їх рухатися та розвиватися далі. Засновниками нової моделі є Джозеф Пайн і Джеймсом Гілмором. Вперше вони вжили термін «Економіка вражень» у своїй книзі «Економіка вражень. Робота – це театр, а кожен бізнес - сцена» [2].

Автори розглядають економіку вражень як новітню соціально-економічну шабелю розвитку суспільства, наступну після економіки товарів та послуг. Вони відходять від товарно-збутової концепції та доводять необхідність індивідуалізації товару для залучення клієнтів. Клієнтоорієнтованість, сприйняття кожного покупця, як особистість з власними індивідуальними уподобаннями, почуттями та відчуттями, вважають автори Д. Пайн та Д. Гілмор у своїй теорії.

Туристи відрізняються підходом за цілями, які вони переслідують в

підвищенні конкурентоспроможності економіки регіону	
ФЕЄР ОКСАНА Туризм на Закарпатті в умовах кризи	85
ЧЕРНЕНКО КСЕНІЯ Облік і оподаткування туристичних послуг	86
ЮРЧИШИНА ЛЮДМИЛА Економіка вражень як креативний тренд у туристсько-екскурсійній індустрії	88
СЕКЦІЯ 6. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ	90
ГУЦОЛ АЛЛА Інноваційні технології в туризмі та готельно-ресторанному господарстві як важливий освітній компонент у підготовці фахівців сфери сервісу та туризму до професійної діяльності в умовах сьогодення	90
МЕДВЕДОВСЬКА ТЕТЯНА Роль чинників соціально-психологічного характеру в туризмі	91
НЕКРАСОВ АНДРІЙ Організаційні аспекти психологічного тренінгу	93

Наукове електронне видання

**СУЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СЕРВІСНОЇ ЕКОНОМІКИ:
ТУРИЗМ, РЕКРЕАЦІЯ ТА КОМЕРЦІЙНІ ПОСЛУГИ**

Збірник тез Всеукраїнської
науково-практичної інтернет-конференції

29-30 вересня 2022 року

Головний редактор:

ЩЕРБАН Тетяна Дмитрівна

Відповідальний за випуск:

ГОБЛИК-МАРКОВИЧ Надія Михайлівна

Технічний редактор:

КАМПОВ Надія Семенівна

Формат 60*84/16
Гарнітура Times New Roman
Ум. друк. арк. 6,0

Адреса видавництва:

Мукачівський державний університет,
вул. Ужгородська, 26, м. Мукачево, Закарпатська обл., 89600
тел./факс: (03131) 2-11-09. E-mail: rvc@mail.msu.edu.ua