

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ  
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

# ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

*Електронний науково-практичний журнал*

**Випуск 66**



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2022

## Головний редактор:

**Шапошников Костянтин Сергійович** – доктор економічних наук, професор, ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій» (Одеса, Україна).

## Члени редакційної колегії:

**Абрамова Алла Сергіївна** – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

**Борщ Вікторія Ігорівна** – доктор економічних наук, доцент, Одеський національний медичний університет (Одеса, Україна).

**Вербівська Людмила Василівна** – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

**Гавкалова Наталія Леонідівна** – доктор економічних наук, професор, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (Харків, Україна).

**Дименко Руслан Анатолійович** – доктор економічних наук, доцент, ДВНЗ Університет банківської справи (Львів, Україна).

**Дука Анастасія Петрівна** – доктор економічних наук, професор, Національний університет «Чернігівська політехніка» (Чернігів, Україна).

**Жаворонок Артур Віталійович** – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

**Коваль Віктор Васильович** – доктор економічних наук, професор, Південний науковий центр НАН України та МОН України (Одеса, Україна).

**Кудлаєва Наталія Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

**Лопашук Інна Афанасіївна** – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

**Маргасова Вікторія Геннадіївна** – доктор економічних наук, професор, Національний університет «Чернігівська політехніка» (Чернігів, Україна).

**Марич Максим Григорович** – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

**Морозова (Селіверстова) Людмила Сергіївна** – доктор економічних наук, професор, Київський національний торговельно-економічний університет (Київ, Україна).

**Пономаренко Тетяна Вадимівна** – доктор економічних наук, професор, Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Бугая (Київ, Україна).

**Попова Любов Василівна** – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

**Прохорчук Світлана Володимирівна** – кандидат економічних наук, професор, Заклад вищої освіти «Міжнародний університет бізнесу і права» (Херсон, Україна).

**Роговий Андрій Віталійович** – доктор економічних наук, професор, Навчально-науковий інститут бізнесу, природокористування і туризму, Національний університет «Чернігівська політехніка» (Чернігів, Україна).

**Стеблянко Ірина Олегівна** – доктор економічних наук, професор, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Дніпро, Україна).

**Федишин Майя Пилипівна** – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

**Цвірко Олена Олександрівна** – доктор економічних наук, професор, ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій» (Одеса, Україна).

**Велькі Януш** – доктор економічних наук, професор, Університет «Опольська політехніка» (Ополе, Польща).

**Гросу Вероніка** – доктор економічних наук, професор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

**Дзієканські Павел** – доктор економічних наук, професор, Університет імені Яна Кохановського (Кельце, Польща).

**Космулес Крістіна Габрієла** – кандидат економічних наук, асистент професора, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

**Міхальчук Камелія-Каталіна** – кандидат економічних наук, доцент, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

**Пілелієне Ліна** – доктор економіки, професор маркетингу, Університет Вітаутаса Великого (Каунас, Литва).

**Ситнік Інесса Василівна** – доктор економічних наук, професор, Університет «Політехніка Опольська» (Ополе, Польща).

**Соколюк Маріан** – кандидат економічних наук, доцент, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

**Хлачук Елена** – доктор економічних наук, професор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

**Чоботару Маріус-Сорін** – кандидат економічних наук, лектор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

**Електронна сторінка видання – [www.market-infr.od.ua](http://www.market-infr.od.ua)**

**Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»  
включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук  
(Категорія «Б») на підставі Наказу МОН України від 28 грудня 2019 року № 1643 (Додаток 4)**

*Галузь науки: економічні.*

*Спеціальності: 051 – Економіка; 071 – Облік і оподаткування;  
072 – Фінанси, банківська справа та страхування; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;  
076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; 241 – Готельно-ресторанна справа;  
242 – Туризм; 292 – Міжнародні економічні відносини.*

**Затверджено до поширення через мережу Internet відповідно до рішення вченої ради  
Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій  
30 травня 2022 року протокол № 5)**

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою  
програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

## ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ

## IMPROVING THE ECONOMIC EFFICIENCY OF QUALITY MANAGEMENT SERVICES OF TOURIST SERVICES ENTERPRISES

У статті розглянуто окремі аспекти підвищення економічної ефективності управління якістю послуг підприємств задіяних в обслуговуванні туристів. Указано, що в умовах сучасного розвитку туризму управління якістю є однією з найважливіших складових ефективності та прибутковості туризму. Визначено, що в Україні помітне зниження кількості реалізованих туристичних пакетів туроператорам протягом досліджуваного періоду. Встановлено, що наразі найкращим каналом збуту туристичних продуктів є туристичні агенції, які конкуруючи між собою забезпечують кращу якість обслуговування та сервісну оболонку продукту туроператорів. Установлено, що на кожному з етапів реалізації розробленого туристичного пакету необхідним є контроль якості надання послуг туристові, адже від цього залежить фінальний економічний ефект роботи усіх учасників. Встановлено, що переважну частину споживачів туристичного продукту, обслуговуваних туроператорами та турагентами, складають туристи, що мандрують з метою, відпочинку та гарного проведення дозвілля. Зазначено, що за 2018–2020 роки в Україні найвищий рівень зростання мали витрати туроператорів на послуги сторонніх організацій, які надають послуги в галузі культури, екскурсійне обслуговування. Зазначено, що причинами негативних тенденцій на туристичному ринку України є військова агресія Російської Федерації на території України з 2014 року та пандемія SARS-CoV-2. Установлено, що у процесі підвищення ефективності управління якістю послуг підприємств задіяних у процесі обслуговування туристів важливим є впровадження міжнародних стандартів якості та сертифікація згідно вимог міжнародного стандарту ISO 9001 для туризму.

**Ключові слова:** туроперейтинг, туристична агенція, турист, сфера обслуговування, туристична послуга, туристичний продукт.

УДК 38.48 (072)(0758)

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct66-25>

**Тимчук С.В.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи  
Уманський національний університет  
садівництва

**Нещадим Л.М.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри технології  
і організації туризму  
та готельно-ресторанної справи  
Уманського державного педагогічного  
університету імені Павла Тичини

**Tymchuk Svitlana**

Uman National University of Horticulture  
**Neshchadym Lydmila**  
Pavlo Tychyna Uman State  
Pedagogical University

The article considers some aspects of improving the economic efficiency of quality management of enterprises involved in tourist services. It is pointed out that in the conditions of modern tourism development quality management is one of the most important components of tourism efficiency and profitability. It is determined that in Ukraine there is a noticeable decrease in the number of tourist packages sold by tour operators during the study period. It is established that currently the best sales channel for travel products are travel agencies, which compete with each other to provide the best quality of service and service shell of the product of tour operators. It has been determined that tour operators cooperate with a significant number of different market players that serve tourists. It is established that at each stage of implementation of the developed tourist package it is necessary to control the quality of services to tourists, because it depends on the final economic effect of all participants. It is established that the vast majority of consumers of tourism products, served by tour operators and travel agents, are tourists traveling for purpose, recreation and leisure. It is established that during the study period the costs of accommodation, meals and transportation of tourists within the implemented tourist packages decreased. It is noted that in 2018–2020 in Ukraine the highest level of growth was the cost of tour operators for the services of third-party organizations that provide services in the field of culture and excursions. It is noted that the reasons for the negative trends in the tourism market of Ukraine are the military aggression of the Russian Federation in Ukraine since 2014 and the SARS-CoV-2 pandemic. It is established that in the process of improving the efficiency of quality management of enterprises involved in the process of tourist services, it is important to implement international quality standards and certification in accordance with the requirements of the international standard ISO 9001 for tourism. It is noted that when implementing a quality management system, each enterprise in the field of tourist services should define goals and policies on quality, set appropriate tasks to ensure a stable, long-term nature.

**Key words:** tour rating, travel agency, tourist, service sphere, tourist service, tourist product.

**Постановка проблеми.** Підвищення економічної ефективності роботи туристичних підприємств та закладів сфери обслуговування туристів значно пов'язані з управлінням якістю обслуговування туристів і культурою життя населення, яке задіяне сфері туристичних послуг. Актуальним є управління якістю різноманітних послуг туристичного сегменту, які задовольняють не тільки фізіологічні, але й соціальні, духовні потреби людини – в спілкуванні, визнанні, новизні, гармонії тощо. Від ступеня задоволеності послугами підприємств сфери обслуговування туристів залежить відвідуваність, а, отже, – успіх і стабільність розвитку підприємства.

У зв'язку з високою конкуренцією на туристичному ринку усі суб'єкти туристичного ринку задіяні в обслуговуванні туристів повинні постійно вивчати варіанти підвищення якості послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням теоретичних та практичних проблем якості послуг у туристичній сфері, факторів, що впливають на створення якісного туристичного продукту, визначення умов, за яких можлива ефективна виробнича діяльність туристичних підприємств вивчено Т. С. Незвещук-Когут, Чуєва І., Сидорук А. та Кравченко Д. досліджували управління якістю як фактору підвищення ефективності туристичних та рестораних послуг на арені

міжнародного туристичного бізнесу. Дослідженням теоретико-методичних та прикладних аспектів функціонування на підприємствах (організаціях) системи управління якістю, відповідної міжнародному стандарту ISO серії 9000 (9001), обґрунтування доцільності її впровадження у діяльність туристських підприємств займалась Чорна Н.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є економічний аналіз сучасних тенденцій реалізації туристичних продуктів та супутніх послуг і напрямів підвищення економічної ефективності управління якістю послуг підприємств сфери обслуговування туристів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Питання якості обслуговування в туризмі є одним з найактуальніших питань у розвитку цієї галузі економіки. На туристичному ринку якість послуг є найсильнішою зброєю конкуренції. Їх активними промоутерами стають туристи, які задоволені послугами готелів, ресторанів, сервісних агентств і туристичних комплексів у певних країнах. Вони відвідують ці місця, допомагаючи збільшити туристичний потік і створюючи чудову репутацію своєї улюбленої туристичної дестинації. Якість обслуговування в кінцевому підсумку сприяє економічній вигоді від послуг у секторі туризму.

Якість обслуговування в умовах сучасного розвитку туризму є однією з найважливіших складових ефективності та прибутковості туризму. Система управління якістю в туристичній сфері має бути безперервним процесом діяльності, спрямованим на підвищення рівня обслуговування, покращення факторів виробництва та впровадження систем якості.

При управлінні якістю комплексних туристичних послуг безпосереднім об'єктом управління є процес визначення якості кожної послуги, яка включена у туристичний пакет. Прийняття управлінських рішень щодо визначення показників

доставки якісних туристичних продуктів вважається важливою частиною плану управління якістю послуг у туризмі.

Ефективна продуктивна діяльність у сфері туризму можлива за наступних умов: комплексне туристичне обслуговування відповідає всім вимогам вітчизняного законодавства та іншим вимогам регіону та суспільства; туристичні послуги необхідні за обсягом або метою; туристичні продукти відповідають вимогам і очікуванням споживачів; туристична продукція відповідає стандартам і технічним вимогам; інтегровані туристичні послуги, спрямовані, з одного боку, на отримання прибутку від туризму, з іншого боку – пропонується споживачам та туристичним агентам за конкурентоспроможними цінами; туристичний продукт задовольняє всі вимоги безпеки [1].

Система менеджменту якості є цілісною робочою структурою, яка діє на туристичному підприємстві і повинна включати ефективні технічні та управлінські методи для забезпечення найкращої та максимально практичної взаємодії з працівниками туристичного підприємства, їх агентами, підрядниками та споживачами туристичних послуг. Тому, чи зможуть туристичні підприємства досягти поставлених цілей і забезпечити конкурентоспроможність своїх послуг, визначається існуючою системою організаційного управління – системою управління якістю [1].

Досягнення ефективності системи управління якістю обслуговування в індустрії туризму невіддільне від конкретної участі та позитивного впливу різних форм обслуговування та управлінського персоналу на підвищення якості обслуговування туристів, туристичних агентств і підрядників.

Об'єднуючим елементом послуг у туризмі є туристичний пакет, який реалізується туристичними операторами (таблиця 1).

За 2018–2020 рр. помітне зниження кількості реалізованих туристичних пакетів туроператорам

Таблиця 1

**Динаміка кількості та вартості реалізованих туроператорами юридичними особами туристичних пакетів**

Показник	2018 р.		2019 р.		2020 р.		Відхилення (%)
	од	тис. грн	од	тис. грн	од	тис. грн	
Реалізовано туристичних пакетів туроператорами, усього	1304256	26784541	1879646	36081309	926740	20767157	78
Реалізовано туристичних пакетів турагентами, усього	787436	17066305	1054034	23970542	298391	6850720	40
Реалізовано туристичних пакетів туроператорами безпосередньо туристам	710757	19928110	1045010	29242115	606086	298391	1
Реалізовано туристичних путівок іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	593499	6856431	834636	6839193	320654	5474343	80

Джерело: систематизовано автором на основі [2]

на 28% а турагентами на 60%. Результатом реалізації туристичних пакетів безпосередньо туристам особисто туроператорами було скорочення продажів майже у 67 разів. Найбільш ефективним каналом збуту туристичних пакетів у цей період стала реалізація через інших туроператорів та туристичних агентів. За досліджуваний період кількість реалізованих туристичних путівок іншим туроператорам і туристичним агентам для їх подальшої реалізації туристам зменшилась лише на 20% в порівнянні з іншими каналами реалізації туристичних пакетів.

Під час пандемічної кризи припинили своє існування до 30% туристичних агентств. У 2022 році туризм знову під серйозною загрозою пов'язаною з карантинними обмеженнями через постійну мутацію коронавірусу та появу штаму «Омікрон» і бойові дії в Україні.

Крім того, туристичні агентства починають відходити від використання промо-прайсів. Уникнення значного використання промо-прайсів є важливим кроком у здоровій конкуренції в туристичній індустрії. Така практика дозволить турагентам підвищити свій професіоналізм і підтримувати свою діяльність на нормальному рівні. Середній рівень комісії сьогодні становить близько 12%, з яких турфірма сплачує 9,4%.

За ринкових умов агенти також створюють свої продукти та їхню цінність – наприклад, сервісні оболонки для продуктів туристичних агентств. Підвищити якість туристичних послуг намагаються й туристичні агенції. За останні два роки вартість туристичних агентств істотно зростає. Зрештою, саме турагенти мають додаткові турботи, коли справа доходить до збору даних та інформування відвідувачів про правила в'їзду, карантинні обмеження, вимоги до тестування тощо. Управління якістю послуг підприємств, що займаються туристичним бізнесом, та надання прямих послуг туристам стає ключовим питанням кризи туристичного ринку. Туроператори, які впроваджують турпакети, працюють з великою

кількістю різноманітних гравців туристичного ринку. На кожному етапі реалізації розробленого туристичного пакету необхідно контролювати якість обслуговування туристів, оскільки від цього залежить кінцевий економічний ефект усіх учасників процесу.

Туристичні оператори співпрацюючи з іншими суб'єктами туристичного ринку несуть ряд фінансових витрат на послуги розміщення туристів, їх перевезення, харчування та інші види послуг (таблиця 2).

Враховуючи кризові явища на туристичному ринку за останні роки витрати туроператорів з розміщення туристів скоротились на 15,2%, послуги пасажирського транспорту на 11,9, послуги із забезпечення стравами та напоями на 46,1%. Такий сегмент витрат як надання в оренду транспортних засобів втратив свою актуальність у цей період (зниження показника на 96%).

Переважну частину споживачів туристичного продукту, обслугованих туроператорами та турагентами, складають туристи, що мандрують з метою, відпочинку та гарного проведення дозвілля. Їх питома вага в загальній кількості туристів перевищує 90% [3]. Протягом 2018–2019 рр. витрати туроператорів на послуги сторонніх організацій, які надають послуги в галузі культури, екскурсійне обслуговування (без урахування транспортних послуг) зросли на 725,7%. Поряд з цим стали зростати витрати на інші послуги, що включені до вартості туристичного пакета (зростання на 543,3%).

У туристичному бізнесі необхідно дотримуватися вимог Міжнародної організації зі стандартизації (ISO). Стандартизація туризму визначається як встановлення та застосування правил і положень для регулювання діяльності в конкретних сферах на користь і участь усіх сторін, залучених до процесу створення туристичних продуктів, включаючи досягнення оптимальної економії відповідно до функціональних умов і стандартів безпеки [4].

Таблиця 2

### Динаміка витрат туроператорів на послуги сторонніх організацій, що включені до вартості туристичних пакетів, тис. грн

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Відхилення (%)
Витрати на послуги сторонніх організацій, усього	22648825,3	32263851,9	18338938,4	81,0
Послуги з розміщення туристів	16939879,8	24259092,5	14361219,6	84,8
Послуги пасажирського транспорту	3937774,6	6737699,9	3468085,5	88,1
Надання в оренду транспортних засобів	87749,8	42943,6	3474,1	4,0
Послуги із забезпечення стравами та напоями	232924,0	623335,7	125526,7	53,9
Послуги в галузі культури, екскурсійне обслуговування (без урахування транспортних послуг)	29797,0	19994,0	216236,3	725,7
Інші послуги, що включені до вартості туристичного пакета	29797,0	322133,4	161893,3	543,3

Джерело: систематизовано автором на основі [2]

Управління якістю обслуговування підприємствами туристичного обслуговування як фактор підвищення ефективності надання послуг є управлінням четвертого покоління, яке фактично переходить у власність провідного керівництва підприємств і установ різних форм організацій і компаній. Найвищий рівень конкуренції в будь-якому секторі бізнесу, включаючи готелі чи ресторани, змушує компанії уважно стежити за якістю послуг. Важливим фактором управління якістю є стандартизація туристичних та супутніх послуг. Найбільш відчутним чинником якості обслуговування виступає робота з персоналом [5].

Враховуючи ризики для економічної діяльності в туристичному секторі, включаючи часті зміни стандартів та інших нормативних актів, щоб гідно конкурувати та розширювати свою присутність на туристичному ринку, туристичний бізнес повинен постійно вдосконалюватися. Збільшувати кількість нових клієнтів і водночас формувати лояльність споживачів, які скористалися послугами цієї туристичної компанії, і лише шляхом постійного підвищення якості обслуговування останніх можна перетворити на стабільну конкурентну перевагу та забезпечити стійкий розвиток. Тому сертифікат, що відповідає вимогам міжнародного туристичного стандарту ISO 9001, є знаком якості, який необхідно регулярно підтверджувати [6].

Здатність туристичних підприємств досягати поставлених цілей та забезпечувати конкурентоспроможність послуг визначається діючою системою організаційного управління – системою управління якістю. Спільна мета досягнення покращення якості повинна враховувати всі елементи та операції в інтегрованому процесі обслуговування клієнтів, а також якість роботи, що виконується всім персоналом. Крім того, система управління якістю передбачає поєднання низки взаємозалежних заходів для підтримки рівня якості, необхідного для реалізації туристичних маршрутів, турів, екскурсій на всіх етапах «життєвого циклу» туристичного продукту. При впровадженні системи управління якістю кожне туристичне підприємство має визначити цілі та політику з якості, поставити відповідні завдання із забезпечення стабільного, довгострокового характеру.

**Висновки з проведеного дослідження.** Підтверджено, що у процесі підвищення ефективності управління якістю послуг підприємств задіяних у процесі обслуговування туристів важливим є впровадження міжнародних стандартів якості та сертифікація згідно вимог міжнародного стандарту ISO 9001 для туризму. Встановлено, що роздрібна торгівля туристичними продуктами через туристичні агенції наразі залишається найефективнішим каналом збуту. Найвищий рівень економічної ефективності серед послуг у туристичному секторі

спостерігається у послугах в галузі культури, екскурсійне обслуговування та інших послуг, які включені туристичний продукт та носять розважальний характер.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Незвещук-Когут Т. С. Проблеми та напрями підвищення ефективності управління якістю обслуговування на туристичних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2015. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3995> (дата звернення: 14.05.2022).
2. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.05.2022).
3. Neshchadym L., Lazariev O., Fernos Y., Komisarenko N., Tymchuk S. and Movchan L. Methods for Monitoring and Analysis of Holidaymakers' Free Time in Tourism. 10–11 april 2019 33rd IBIMA «Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020» Conference in Granada, Spain. P. 7077–7081.
4. Вакулєнко А. В. Управління якістю : Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Київ : КНЕУ, 2013. 167 с.
5. Чуєва І., Сидорук А та Кравченко Д. Упровадження якості як фактор підвищення ефективності туристичних та ресторанных послуг в сфері міжнародного туристичного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 29. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/582/558> (дата звернення: 15.05.2022).
6. Чорна Н. Система управління якістю як інструмент удосконалення менеджменту туристичного підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 28. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/485/464> (дата звернення: 14.05.2022).

#### REFERENCES:

1. Nezveshchuk-Kohut T. S. (2015) Problemy ta napriamy pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia yakistiu obsluhovuvannia na turystychnykh pidpriemstvakh. [Problems and directions of improving the efficiency of service quality management at tourism enterprises]. *Efficient economy*, vol. 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3995> (accessed 14 May 2022).
2. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 15 May 2022).
3. Neshchadym L., Lazariev O., Fernos Y., Komisarenko N., Tymchuk S. and Movchan L. (2019) Methods for Monitoring and Analysis of Holidaymakers' Free Time in Tourism. 10–11 april 2019 33rd IBIMA «Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020» Conference in Granada, pp. 7077–7081. (in Spain)
4. Vakulenko A. V. (2013) Upravlinnia yakistiu [Quality management]. Educational and methodical manual for independent study of the discipline. Kyiv. 167 p. (in Ukrainian)
5. Chuieva I., Sydoruk A., Kravchenko D. (2021) Upravlinnia yakistiu yak faktor pidvyshchennia efektyvnosti turystychnykh ta restorannykh posluh v sferi

mizhnarodnoho turystychnoho biznesu [Quality management as a factor in improving the efficiency of tourism and restaurant services in the field of international tourism business]. *Economy and society*, vol. 29. Available at: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/582/558> (accessed 15 May 2022).

6. Chorna N. (2021) Systema upravlinnia yakistiu yak instrument udoskonalennia menedzhmentu turystychnoho pidpriemstva [Quality management system as a tool for improving the management of a tourist enterprise]. *Economy and society*, vol. 28. Available at: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/485/464> (accessed 14 May 2022).

## РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ ОСНОВИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

### THEORETICAL FUNDAMENTALS OF RESEARCH IN TOURISM INFRASTRUCTURE AS AN INNOVATIVE BASIS OF REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct66-26>

**Графська О.І.**

д.е.н., доцент, доцент кафедри  
готельно-ресторанного бізнесу  
Львівський державний університет  
фізичної культури  
імені Івана Боберського

**Головчук Ю.О.**

к.е.н., доцент кафедри  
маркетингу та реклами  
Вінницький торговельно-економічний  
інститут  
Державного торговельно-економічного  
університету

**Четирбук О.Р.**

викладач кафедри туризму  
Львівський державний університет  
фізичної культури  
імені Івана Боберського

**Hravska Oryslava**

Lviv State University of Physical Culture  
named after Ivan Boberskyi

**Holovchuk Yuliia**

Vinnitsia Trade and Economic Institute  
State University of Trade and Economics

**Chetyrbuk Olha**

Lviv State University of Physical Culture  
named after Ivan Boberskyi

*У статті розглянуто наукові підходи до формування теоретико-методологічних засад інноваційного розвитку туристичної інфраструктури в контексті регіональних економічних та туризмознавчих досліджень. Виокремлено основні теоретичні положення сучасних досліджень туристичної інфраструктури. Проаналізовано визначення, що ілюструють основні підходи до трактування поняття «туристична інфраструктура» в українській та зарубіжній науці. Виявлено, що домінуючим є трактування, яке висвітлює туристичну інфраструктуру як галузь економіки, а не як просторову структуру. Сучасна туристична інфраструктура стосується практично усіх сфер туристичної діяльності та охоплює суб'єкти туристичної діяльності, індустрію гостинності, туристичні послуги та туристичний продукт. Туристична інфраструктура має також свою внутрішню структуру, що потребує постійного розвитку та модернізації. Зроблено висновок про те, що наявність туристичної інфраструктури формує туристичні регіони, сприяє їх туристичній спеціалізації. Завдяки наявності інфраструктурних зв'язків між окремими об'єктами зростає якість туристичного обслуговування на території дестинації.*

**Ключові слова:** туристична інфраструктура, поняття, підходи, структура, інноваційний розвиток.

*The article deals with the scientific approaches to the formation of theoretical and methodological foundations of tourism infrastructure innovative development in the context of regional economics and tourism research. The main theoretical provisions of modern research of tourist infrastructure, in particular regarding its content and structure, are highlighted. Definitions illustrating the main approaches to the interpretation of the concept of "tourism infrastructure" in Ukrainian and foreign science are analyzed. It was found that the dominant interpretation, which highlights the tourism infrastructure as a branch of the economy, rather than as a spatial structure. Modern tourism infrastructure covers almost all areas of tourism and includes tourism entities, the hospitality industry, tourism services and tourism products. The main elements of the tourism infrastructure are accommodation establishments, catering establishments, elements of the transport infrastructure. The accompanying infrastructure includes cultural institutions, entertainment facilities, sports facilities, health care facilities, within which additional tourism services are provided. Tourism infrastructure also has its own internal structure, which requires constant development and modernization. Research in the field of tourism infrastructure is innovative. Given the fact that most tourism resources are not subject to significant modifications in the process of destination management, it is the infrastructure that becomes a significant innovative factor in their development. It is concluded that the availability of tourism infrastructure forms tourism regions, promotes their tourism specialization. Due to the availability of infrastructural connections between individual facilities, the quality of tourism services in the destination is increasing. In the socio-humanitarian dimension, the functioning of tourism infrastructure is primarily due to the specific complex of human needs that are met by tourism and have sufficient motivational power to encourage people to travel. A special role in the development of tourism infrastructure is played by the marketing policy of regional tourism development, which allows intensifying tourist flows by forming competitive regional and local tourism products.*

**Key words:** tourism infrastructure, concepts, approaches, structure, innovative development.

**Постановка проблеми.** Туристична сфера в сучасних умовах характеризується надзвичайно динамічним розвитком, що супроводжується не лише зростанням інтенсивності туристичних потоків, а й інтенсивною розбудовою відповідної інфраструктури. З огляду на це найбільшою туристичною конкурентоздатністю характеризуються країни, що надають значну увагу розвитку туристичної інфраструктури. Процеси розбудови сучасної туристичної інфраструктури вимагають наявності належного теоретико-методологічного підґрунтя стратегічного управління регіональним розвитком туризму на інноваційних засадах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Роль туристичної інфраструктури в регіональних туристичних системах та національному туристичному комплексі, аналіз її впливу на економічну ефективність туристичної діяльності є предметом дослідження багатьох науковців, серед яких такі українські вчені як А. Гайдук, А. Голод, Д. Корньова, С. Кузик, І. Мініч, Е. Щепанський, М. Рутинський, О. Стецюк та ін. Водночас проблеми формування теоретичних засад розвитку сучасної туристичної інфраструктури, зокрема в регіональному вимірі, в науковій літературі є досі малодослідженими, а також тематично розпорощеними в

окремих галузях гуманітарного та економічного знання.

**Постановка завдання.** З огляду на це, метою статті є аналіз та узагальнення наукових підходів до формування теоретико-методологічних засад інноваційного розвитку туристичної інфраструктури в контексті регіональних економічних та туризмознавчих досліджень.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Термін «інфраструктура» – словосполучення, яке має латинське коріння, що складається з термінів «infra» (під) та «struktura» (будова, розташування), – пройшов тривалий шлях розвитку. На початку ХХ ст. під інфраструктурою розуміли комплекс споруд, які забезпечували дії збройних сил, – склади, військові бази, полігони та ін. Згодом, у 40-х роках поняття «інфраструктура» почали використовувати для групи галузей, котрі забезпечували функціонування промислового та сільськогосподарського виробництва. Починаючи з 1950-х років широко під інфраструктурою стали розуміти сукупність галузей і видів діяльності, які обслуговують і виробничу, і невиробничу сфери економіки [1].

У подальшому розвитку поняття «інфраструктура» все більше уваги вчені надають його поділу за сферами діяльності людини: на виробничу інфраструктуру, необхідну самому процесові виробництва, і на соціальну інфраструктуру (охорона здоров'я, освіта, культура, побутове обслуговування і под.), що забезпечують повноцінне життя населення на локальному чи регіональному рівнях. Причому інфраструктуру трактують як комплекс галузей і сфер діяльності, що створюють загальні умови для функціонування інших галузей.

Згідно Закону України «Про туризм» туристична інфраструктура – сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів. Таким чином, це будівлі і споруди, засоби комунікації, транспортна система, які залучені до туристичної діяльності.

За іншим визначенням туристична інфраструктура – це сукупність штучно створених рекреаційних закладів (санаторії, бази відпочинку, готелі, ресторани та ін.) та супутніх об'єктів, побудованих для загального користування за рахунок державного інвестування (автомобільні та залізничні дороги (шляхи), пункти пропуску, аеропорти, лікарні, школи тощо) [4].

Як зазначає А.Гайдук, туристичну інфраструктуру можна аналізувати у вигляді трьох складових: інституційної, інформаційної, регламентуючої [2].

Інституційну складову становлять загальні інституції (транспорт, готелі, банки, страхові компанії, митниця, інвестиційні фонди тощо)

і спеціалізовані інституції (туристичні фірми, рекламні підприємства, спеціалізовані страхові компанії, служби маркетингу тощо).

Інформаційна складова містить такі елементи як:

- розповсюдження інформації (Інтернет, засоби масової інформації);

- інформаційний та рекламний бізнес;
- інформаційно-туристичний ресурс (необхідність створення образу романтичної подорожі, який би приваблював туристів, стимулював туристичну активність і ефективно використання туристичного потенціалу регіону).

Регламентуюча складова туристичної інфраструктури містить в собі нормативно-правові акти, що регулюють відносини в цій сфері життєдіяльності суспільства [2].

Інфраструктура окремого територіально-туристичного поєднання, на думку дослідників, може містити:

- засоби переміщення туристів (і в межах регіону відвідування, і транзитним проїздом його територією) різними видами транспорту;

- гастрономічні локації (забезпечення туристів харчуванням);

- суб'єкти, що надають екскурсійні послуги (екскурсоводи, перекладачі, гіді);

- рекламно-інформаційні й збутові заклади (послуги бронювання місць на транспорті, у засобах розміщення, інформаційно-туристичних центрах, рекламних агентствах, медіа, видавництвах та ін.);

- суб'єкти, що надають послуги із задоволення пізнавальних, розважальних і побутових потреб туристів;

- торговельні підприємства;

- юридичні, банківські і страхові установи;

- контрольно-адміністративні органи (прикордонні, митні служби, правоохоронні органи та ін.) [7].

Визначення, що ілюструють основні підходи до трактування поняття «туристична інфраструктура» подані в хронологічній послідовності у табл. 1.

Узагальнюючи проаналізовані підходи, можемо зробити висновок, що домінуючим є трактування, яке висвітлює туристичну інфраструктуру як галузь економіки, а не як просторову структуру.

Туристичну інфраструктуру доцільно аналізувати в структурі регіональних туристичних систем як одну з їх підсистем [3], що має разом із соціальною (туристи) системоформуюче значення, адже забезпечує взаємозв'язки між іншими компонентами системи.

На нашу думку, сучасна туристична інфраструктура стосується практично усіх сфер туристичної діяльності та охоплює:

- суб'єкти туристичної діяльності – суб'єкти господарювання, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством тієї чи іншої країни

Таблиця 1

**Основні підходи до визначення поняття «туристична інфраструктура (ТІ)»**

Автор (рік)	Визначення (ТІ)
Donthu and Yoo (1998)	ТІ включає допоміжні та додаткові засоби, обладнання, системи, процеси та ресурси, необхідні для функціонування кожного туристичного місця. В першу чергу це стосується доріг, залізниці, аеропортів тощо, які роблять туристичне місце доступним для туристів
В.С. Кравців, Л.С. Гринів, М.В. Копач, С.П. Кузик (1999)	ТІ – це сукупність підприємств й інституцій, які є територіальним, матеріальним і організаційним підґрунтям розвитку туризму. Вона охоплює чотири основні елементи: об'єкти розміщення, харчування, супутню та комунікаційну сферу
Coviello, Winklhofer, and Hamilton (2006)	ТІ – це комплекс пристроїв та установ, що становлять матеріальну та організаційну основу для розвитку туризму
В. І. Новикова (2008)	ТІ – це сукупність засобів, закладів, споруд, мереж та інших елементів матеріально-технічної бази, що допомагають здійснювати рекреаційну діяльність. Залежно від того, використовується інфраструктура тільки у рекреаційній сфері чи ще в інших сферах життєдіяльності суспільства
Adebayo and Iweka (2014)	ТІ можна трактувати як фізичні елементи, спроектовані та споруджені для обслуговування відвідувачів.
Singh, Saini, and Majumdar (2015)	Структура ТІ складається з таких елементів: типово ТІ (засоби розміщення, засоби обслуговування, прибуття, туристична інформація та маршрути), паратуристична інфраструктура (транспортні засоби – дороги та транспортні пункти), місцеві об'єкти – комунальний та громадський транспорт, об'єкти торгівлі та обслуговування), гастрономія та супутні заклади (спорт, дозвілля, розваги)

*Джерело: узагальнено на основі визначень вказаних авторів*

порядку, і мають ліцензію або дозвіл на здійснення діяльності, пов'язаної із наданням туристичних послуг та внесені до Державного реєстру суб'єктів туристичної діяльності;

- індустрію гостинності – сукупність підприємств харчування, розміщення, транспорту, торгівлі, закладів культури, освіти, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів у місці тимчасового перебування (дестинації);

- туристичні послуги – послуги щодо розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів;

- туристичний продукт – попередньо розроблена програма комплексного обслуговування туристів, яка поєднує сукупність послуг, що реалізуються або пропонуються до реалізації за єдиною ціною.

Основними елементами туристичної інфраструктури є заклади розміщення, заклади харчування, елементи транспортної інфраструктури. До супутньої інфраструктури належать заклади культури, розважальні заклади, спортивні заклади, заклади охорони здоров'я, в межах яких надаються додаткові послуги туристу. Як і кожна система, туристична інфраструктура має також свою внутрішню структуру, що потребує постійного розвитку та модернізації.

Дискусійним є віднесення до туристичної інфраструктури туристичних ресурсів – сукупності природних, історичних, культурних, соціально-

економічних та інших ресурсів й об'єктів відповідної території, які задовольняють різні потреби туриста. На нашу думку, туристичні ресурси є передумовою розвитку туризму та базовим складником туристичного потенціалу території, на який уже «накладається» інфраструктура.

Варто зауважити, що дослідження у сфері туристичної інфраструктури багато в чому мають інноваційний характер. Зокрема, на думку науковців, це стосується:

- унікальної ролі туристичної інфраструктури в урбокомпенсаційній рекреації та управлінні урбанізаційними процесами;

- інтегруючого та дидактичного значення туристичної інфраструктури, що виводить її на системний рівень обслуговування у сфері туризму;

- проблем становлення та перспектив розвитку, особливостей управління, завдань і функцій сфери, що займається розвитком туристичної інфраструктури;

- вимог до працівників туристичного бізнесу і специфіки їх діяльності в цій сфері [8].

Враховуючи те, що більшість туристичних ресурсів не піддаються суттєвій модифікації в процесі управління дестинаціями, то саме інфраструктура стає суттєвим інноваційним чинником їх розвитку.

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, у соціально-гуманітарному вимірі функціонування туристичної інфраструктури зумовлене перш за все тим специфічним комплексом потреб людини, який задовольняється туризмом і має достатню мотиваційну силу, щоб спонукати людей

до туристичних подорожей. З огляду на це, особливу роль у розвитку туристичної інфраструктури відіграє маркетингова політика регіонального розвитку туризму, що дає змогу інтенсифікувати туристичні потоки формуючи конкурентоспроможні регіональні і локальні туристичні продукти.

Наявність туристичної інфраструктури формує туристичні регіони, сприяє їх туристичній спеціалізації, адже завдяки наявності інфраструктурних зв'язків між окремими об'єктами зростає якість туристичного обслуговування на території дестинацій.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бріль К. Г. Місце стратегічних пріоритетів розвитку у підвищенні інвестиційної привабливості туристичної галузі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 10. С. 14–18.
2. Гайдук А. Формування туристичної ринкової інфраструктури як фактор підвищення ефективності функціонування ринку туристичних послуг. *Регіональна економіка*. 1999. № 2. С.172–178.
3. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія. Львів : ЛДУФК, 2017. 340 с.
4. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ : Слово, 2006. 372 с.
5. Корнева Д. А. Проблеми розвитку інфраструктури туризму. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nzvdpu/geograf/2008\\_15/industrylnuu%20tyuzm.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzvdpu/geograf/2008_15/industrylnuu%20tyuzm.pdf).
6. Кравців В. та ін. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери. Львів : НАН України, 1999. 78 с.
7. Крушинська А. В. Особливості бюджетного стимулювання інвестиційної привабливості туристичного комплексу з урахуванням зарубіжного досвіду. *Стратегічні напрямки соціально-економічного розвитку держави в умовах глобалізації* : зб. тез міжнар. наук.-практ. конф. (18–20 квітня 2013 р.). Хмельницький : ХУУП, 2013. С. 207–209.
8. Мініч І. М. Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз : автореф. дис... к.с.н.: 22.00.04. Київ : Інститут соціології НАН України, 2002. 16 с.
9. Щепанський Е. В. Науково-методичні засади стимулювання розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону : автореф. дис... к.е.н.: 08.10.01. Київ : Науково-дослідний економічний ін-т Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, 2003. 17 с.

#### REFERENCES:

1. Bryl K. H. (2015) Mistse stratehichnykh priorityativ rozvytku u pidvyshchenni investytsiinoi pryvablyvosti turystychnoi haluzi [The place of strategic development priorities in increasing the investment attractiveness of the tourism industry]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 10, pp. 14–18. (in Ukrainian)
2. Haiduk A. (1999) Formuvannia turystychnoi rynkovoï infrastruktury yak faktor pidvyshchennia efektyvnosti funktsionuvannia rynku turystychnykh posluh [Formation of tourist market infrastructure as a factor in improving the efficiency of the tourist services market]. *Rehionalna ekonomika*, no. 2, pp. 172–178. (in Ukrainian)
3. Holod A. (2017) Bezpeka rehionalnykh turystychnykh system: teoriia, metodolohiia ta problemy harantuvannia : monohrafiia [Security of regional tourist systems: theory, methodology and problems of guarantee: a monograph]. Lviv: LDUFK, 340 p. (in Ukrainian)
4. Entsyklopedychnyi slovnyk-dovidnyk z turyzmu (2006) [Encyclopedic dictionary-guide to tourism]. Kyiv: Slovo, 372 p. (in Ukrainian)
5. Kornieva D. A. Problemy rozvytku infrastruktury turyzmu [Problems of tourism infrastructure development]. Available at: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nzvdpu/geograf/2008\\_15/industrylnuu%20tyuzm.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzvdpu/geograf/2008_15/industrylnuu%20tyuzm.pdf). (in Ukrainian)
6. Kravtsiv V. ta in. (1999) Naukovo-metodychni zasady reformuvannia rekreatsinoi sfery [Scientific and methodological principles of reforming the recreational sphere]. Lviv: NAN Ukrainy, 78 p. (in Ukrainian)
7. Krushynska A. V. (2013) Osoblyvosti biudzhethnoho stymuliuvannia investytsiinoi pryvablyvosti turystychnoho kompleksu z urakhuvanniam zarubizhnoho dosvidu [Features of budgetary stimulation of investment attractiveness of a tourist complex taking into account foreign experience]. *Stratehichni napriamky sotsialnoekonomichnoho rozvytku derzhavy v umovakh hlobalizatsii*: zb. tez mizhnar. nauk.-prakt. konf. (18–20 kvitnia 2013 r.). Khmelnytskyi: KhUUP, pp. 207–209. (in Ukrainian)
8. Minich I. M. (2002) Sotsialni chynnyky i funktsii infrastruktury turyzmu: sotsiolohichni analiz [Social factors and functions of tourism infrastructure: sociological analysis]. Kyiv: Instytut sotsiolohii NAN Ukrainy, 16 p. (in Ukrainian)
9. Shchepanskyi E. V. (2003) Naukovo-metodychni zasady stymuliuvannia rozvytku turystychno-rekreatsinoho kompleksu rehionu [Scientific and methodological principles of stimulating the development of the tourist and recreational complex of the region]. Kyiv: Naukovo-doslidnyi ekonomichniy in-t Ministerstva ekonomiky ta z pytan yevropeiskoi intehratsii Ukrainy, 17 p. (in Ukrainian)

# CONTENTS

## SECTION 1. ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

**Ivashkiv Taras**

EVOLUTION OF METHODS OF ESTIMATION OF MACHINES  
AND EQUIPMENT IS ON COMPETITIVENESS..... 3

## SECTION 2. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

**Gonchar Oksana, Alekseievska Halyna**

SINGAPORE'S ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE 21ST CENTURY..... 8

**Drymalovska Khrystyna, Melnyk Hanna**

RESEARCH AND DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS  
BETWEEN UKRAINE AND NICARAGUA..... 17

**Mamotenko Daria, Hres-Yevreinova Svitlana, Shelemetieva Tetiana**

WORLD TOURISM SERVICES MARKET MONITORING SYSTEM..... 23

**Sysoenko Iryna, Karliuka Dmytro**

THE ANALYSIS OF THE MAIN INDICATORS  
OF INTERNATIONAL TECHNICAL ASSISTANCE OF UKRAINE..... 29

**Skrypnyk Nataliia, Synyagovska Angelina**

IMPLEMENTATION OF IMPORT SUBSTITUTION STRATEGY  
IN MODERN REALITIES OF GEO-ECONOMICS' INSTABILITY..... 35

## SECTION 3. ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

**Drozdowski G., Dziekański P.**

NET PRESENT VALUE (NPV) AS A REINFORCEMENT  
OF THE DECISION-MAKING PROCESS IN TERMS OF INVESTMENT SELECTION..... 40

**Drozdowski G., Dziekański P.**

INTERNAL RATE OF RETURN AS AN ENHANCEMENT  
OF THE DECISION-MAKING PROCESS  
IN THE ASPECT OF CHOOSING THE INVESTMENT PROCESS..... 46

**Garkavyi Valerii**

DYNAMICS OF EFFICIENCY OF PLANT BRANCHES IN UKRAINE FOR 2000–2020..... 50

**Hlynskyy Nazar, Krykavskyy Yevhen**

SUBSTANTIATION OF THE MARKET APPROACH  
TO THE MANAGEMENT OF LOW URBANIZED TERRITORIES  
IN THE CONDITIONS OF TRANSFORMATION OF THE NATIONAL ECONOMY..... 56

**Zhyvko Zinaida, Rodchenko Svitlana, Lelyuk Natalia**

MONETARY SECURITY MANAGEMENT IN WAR CONDITIONS..... 61

**Kalyuzhna Yuliia, Yasnolob Ilona, Chernenko Kseniia**

FUNDAMENTALS OF EXCHANGE TRADE ON THE WAY  
TO ENTERING WORLD GRAIN MARKETS..... 67

**Radionova Olha, Aleksandrova Svitlana, Pysareva Iryna**

COVID-19 AS A TRIGGER OF HYBRID EVENT TECHNOLOGIES  
IN THE TOURISM INDUSTRY..... 73

**Roik Oksana, Malish Victoriya**

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE RESTAURANT BUSINESS  
IN UKRAINE UNDER MARTIAL LAW..... 77

**Shvets Anzhela**

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP AS AN TOOL OF POST-WAR RECONSTRUCTION  
AND DEVELOPMENT OF UKRAINE'S ECONOMY..... 83

**Shevchenko-Perepolkina Radyslava**

PROBLEMS OF AGRIBUSINESS ARE DURING A MARTIAL LAW..... 87

## SECTION 4. ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

**Baluk Nadiia, Bojchuk Inna, Dajnovskij Yurii**

MARKETING EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS  
OF ADVERTISING ACTIVITY IN SOCIAL NETWORKS..... 93

<b>Fisun Iuliia, Borysenko Olena, Yarmolyuk Alexey</b> CONCEPTUAL APPROACHES TO THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES ON THE BASIS OF HOLISTIC MARKETING.....	99
<b>Zakharchyn Halyna</b> THE FACTOR OF ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE SYSTEM OF ORGANIZATIONAL BEHAVIOR.....	105
<b>Kalashnykova Hanna</b> INVESTMENT SUPPORT FOR AGRICULTURAL SECTOR DEVELOPMENT: THEORY, METHODOLOGY, EVALUATION.....	110
<b>Kovbasa Oleksandr</b> PLACE OF AGRARIAN ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPMENT OF TERRITORIAL COMMUNITIES.....	116
<b>Poliak Kateryna, Polishchuk Olena, Valkovets Alla</b> ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF HEALTH CARE ORGANIZATIONS OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 PANDEMIC AND THE REQUIREMENTS FOR THE COMPETENCE OF ITS SPECIALISTS.....	121
<b>Saiensus Mariia</b> IMPROVING THE EFFICIENCY OF BUSINESS PROCESS MANAGEMENT IN THE FIELD OF TOURISM AND HOSPITALITY BASED ON AN INNOVATIVE APPROACH.....	128
<b>Sazonova Tetiana, Zaporozhets Marina, Nosenko Vladislav</b> MANAGEMENT CULTURE IN MODERN CONDITIONS.....	133
<b>Tymchuk Svitlana, Neshchadym Lydmila</b> IMPROVING THE ECONOMIC EFFICIENCY OF QUALITY MANAGEMENT SERVICES OF TOURIST SERVICES ENTERPRISES.....	138
<b>SECTION 5. DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY</b>	
<b>Hrafska Oryslava, Holovchuk Yuliia, Chetyrbuk Olha</b> THEORETICAL FUNDAMENTALS OF RESEARCH IN TOURISM INFRASTRUCTURE AS AN INNOVATIVE BASIS OF REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT.....	143
<b>Yehorova Olena, Doroshenko Andrii, Kononenko Zhanna</b> SWOT-ANALYSIS OF TOURISM DEVELOPMENT POTENTIAL IN THE POLTAVA REGION.....	147
<b>SECTION 6. DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS</b>	
<b>Vasyl'yeva Olena, Trokhymets Olena, Sokolov Andriy</b> SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A INNOVATIVE TOOL FOR HUMAN POTENTIAL DEVELOPMENT.....	153
<b>Romanusha Yuliia</b> FUNDAMENTAL PROVISIONS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN UKRAINE.....	162
<b>SECTION 7. MONEY, FINANCES AND CREDIT</b>	
<b>Bei Snizhana, Shkvaruk Dina</b> THEORETICAL PRINCIPLES OF CONSTRUCTION AND FUNCTIONING OF THE BUDGET SYSTEM OF UKRAINE.....	170
<b>Ivanchenkova Larysa, Lahodiyenko Nataliya, Uzhva Alla</b> FEATURES OF ACCOUNTING TECHNOLOGY IN FINANCIAL INSTITUTIONS.....	174
<b>Myskiv Galina, Vysotska Inna</b> BANK LENDING TO AGRICULTURAL PRODUCERS IN MARTIAL LAW AS A RESPONSE TO THE GLOBAL FOOD CRISIS.....	181
<b>Rudevskaya Viktoriia, Slutskiy Bohdan</b> COOPERATION BETWEEN BANKS AND INSURANCE COMPANIES IN THE FINANCIAL SERVICES MARKET: PROBLEMS AND PROSPECTS.....	187
<b>Rud Inna, Aleksyeyeva Olena</b> PROBLEMS OF LIFE INSURANCE IN UKRAINE AND WAYS TO SOLVE THEM.....	195
<b>Sytnyk Natalia, Mlintsova Alina</b> ASSESSMENT OF FINANCIAL SECURITY OF THE REGION ON THE EXAMPLE OF LVIV REGION.....	200

<b>Tyshchenko Volodymyr, Tyshchenko Olena</b> STATE OF MONETARY AND PAYMENT INFRASTRUCTURE IN UKRAINE.....	<b>205</b>
---	------------

## **SECTION 8. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT**

<b>Dolishnia Tetiana, Savchyn Iryna</b> SUBJECTS OF PUBLIC SECTOR OF THE ECONOMY: ACTIVITY PECULIARITIES AND ACCOUNTING ORGANIZATION.....	<b>213</b>
---	------------

<b>Dubyna Olena, Shevchenko Tetiana, Tkachenko Oleksandr</b> STATISTICAL REPORTING OF THE ENTERPRISE: THE CONCEPT AND PROCEDURE OF SUBMISSION.....	<b>220</b>
--	------------

<b>Shelemetieva Tetiana, Hres-Yevreinova Svitlana, Mamotenko Daria</b> FEATURES OF ACCOUNTING OF COSTS OF TOURIST AND HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS.....	<b>225</b>
--	------------

Наукове видання

# ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

*Електронний науково-практичний журнал*

**Випуск 66**

Коректура • *Н. Ігнатова*

Комп'ютерна верстка • *Ю. Войтюк*

Засновник видання:

ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій»

Адреса редакції: вул. Інглєзі 6/1, оф. 135,  
м. Одеса, Україна, 65101

Телефон: +38 (093) 253-57-15

Веб-сайт журналу: [www.market-infr.od.ua](http://www.market-infr.od.ua)

E-mail редакції: [journal@market-infr.od.ua](mailto:journal@market-infr.od.ua)