

**DMYTRO MOTORNYI TAVRIA STATE
AGROTECHNOLOGICAL UNIVERSITY
Faculty «Economic and Business»**

Scientific papers
**OF DMYTRO MOTORNYI TAVRIA STATE
AGROTECHNOLOGICAL UNIVERSITY
(ECONOMIC SCIENCES)**

№ 1 (45)



Melitopol, 2022

Засновник

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
Факультет економіки та бізнесу

УДК 631.1(06)

Збірник наукових праць Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
(економічні науки) / За ред. С.В. Кальченка. – Мелітополь:
Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2022. - № 1(45). –
174 с.

Голова редакційної колегії (науковий редактор):

Кальченко С.В. – д.е.н., професор кафедри бізнес-консалтингу
та міжнародного туризму

Відповідальні за випуск збірника:

Ортіна Г.В. – д-р. держ. упр., доцент, декан факультету
економіки та бізнесу
Кальченко С.В. - д.е.н., професор кафедри бізнес-консалтингу
та міжнародного туризму
Демченко І.В. – к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської
справи та страхування

Комп'ютерна верстка: Демченко І.В.

Збірник наукових праць Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
(економічні науки) включений до Переліку наукових фахових
видань України, є науковим виданням, в якому можуть бути
опубліковані основні результати дисертаційних робіт (наказ
МОН №1328 від 21.12.2015 р.).

Відповідно до Порядку формування Переліку наукових
фахових видань України (наказ МОН України від 15 січня
2018 року № 32) присвоєно категорію «Б», що затверджено
наказом Міністерства освіти і науки України від 02.07.2020
№ 886.

Друкується за рішенням Вченої ради
Таврійського державного агротехнологічного університету
(протокол №08 від 22.02.2022 р.).

Свідцтво про державну реєстрацію друкованого засобу
масової інформації КВ №24284-14124 ПР від 24.12.2019 р.

ISSN 2519-884X

Index Copernicus Value (ICV) 2016: 47.1
Index Copernicus Value (ICV) 2017: 55.32
Index Copernicus Value (ICV) 2018: 55.94
Index Copernicus Value (ICV) 2019: 56.52

Digital Object Identifier System (DOI)

Матеріали друкуються мовами оригіналів – українською,
російською та англійською.
Погляди редколегії не завжди збігаються з позицією авторів.

Адреса редакційно-видавничого відділу:

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
Навчальний корпус №2, кабінет 2.206
пр-т Б. Хмельницького, 18,
м. Мелітополь, Запорізька обл.
72312, Україна
тел./факс. (0619) 42-32-01
e-mail: sp_tsatu@tsatu.edu.ua, ludsins2017@ukr.net

Підписано до друку 23.02.2022 р.
Формат 60x84/8. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Ум.-друк. арк. 15
Наклад 100.

Мелітопольська типографія «Люкс»
ПП Верескун В.М. св. ДК № 1125
72312, м. Мелітополь, вул. Грушевського ,10
тел. (0619) 444511

Надруковано з готового оригінал-макету у Мелітопольській
типографії «Люкс»

© Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)

№ 1 (45), 2022

ЗМІСТ

МЕНЕДЖМЕНТ

Агєєва І.В. СИСТЕМА СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ТА ЇЇ ПРОБЛЕМИ.....	7
Вороніна Ю.Є. КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ В УКРАЇНІ.....	17
Єременко Л.В., Єременко Д.В. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЛІДЕРСТВА	23
Захарова Н.Ю. ОСНОВИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	29
Судомир С.М., Літвінов В. І. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	37
Федуняк І.О., Христенко Г.М. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	43

ЕКОНОМІКА

Пристемський О.С. БЕЗПЕЧНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ	50
Сливінська О.Б. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТАТИСТИКИ В УКРАЇНІ	56
Трусова Н.В., Гривківська О.В., Котвицька Н.М. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	62
Трусова Н.В., Болтянська Л.О. ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНО-ПОВЕДІНКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІМЕЙНИХ ФОРМ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА.....	70
Трусова Н.В., Єременко Д.В. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ В МЕРЕЖЕВІЙ ІТ-СИСТЕМІ	76

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Трусова Н.В., Виговська Н.Г., Пристемський О.С.
СТАБІЛІЗАЦІЯ КРЕДИТНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ84

Трусова Н.В., Пристемський О.С. Мельник Л.В.,
Дума В. Л.,
ФІНАНСОВІ ПОТОКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА
ФОРМУВАННЯ ВИСОКОЛІКВІДНИХ АКТИВІВ
ПІДПРИЄМСТВ.....91

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Косторной С.В., Піхняк Т.А.
ПОДАТКОВІ ПРЕФЕРЕНЦІЇ, ЯК ЗАСІБ
ПІДТРИМКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ
В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ 100

Боднар О.В.
МІСЦЕ УПРАВЛІНСЬКОГО АНАЛІЗУ
В ОБЛІКОВІЙ СИСТЕМІ..... 107

МАРКЕТИНГ

Трусова Н.В.
КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГОВОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ 112

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Герчанівська С.В., Ярема Л.В., Гурська І.С.
ПРОЄКТНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ
АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....119

Лисак О.І.
SCM-СИСТЕМИ ЯК ЗАСІБ АВТОМАТИЗАЦІЇ
УПРАВЛІННЯ ПОСТАЧАННЯМИ.....125

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ

Гривківська О.В.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ
ТУРИЗМУ НА ПРИНЦИПАХ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ133

Єременко Д.В., Єременко Л.В.
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО
БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ
ІНСТИТУЦІЙНИХ ВІДНОСИН139

**Вимоги щодо розміщення статей у Збірнику
наукових праць Таврійського державного
агротехнологічного
університету імені Дмитра Моторного
(економічні науки)146**

УДК: 338.48(477)

Єременко Д. В., д.е.н., доц.
Єременко Л. В., к.е.н., доц.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ІНСТИТУЦІЙНИХ ВІДНОСИН

Анотація. В статті досліджено соціальні та психологічні засади забезпечення ефективного розвитку туристичного бізнесу як важливої складової сфери рекреаційних послуг. Акцентовано увагу на вивченні інституційних аспектів функціонування даного виду діяльності, його взаємозв'язаності з принципами сталого розвитку, що нині є основою соціально-економічної політики розвинених країн світу. Методологічною базою дослідження стану та перспектив туристичної галузі були положення факторно-ротаційної концепції економічного розвитку. Обґрунтовано зростання ступеня значущості екологічної складової в системі нормативно-правового забезпечення, яким регулюється процес надання рекреаційних послуг. Проаналізовано специфіку природи професійної та компетентнісної складових відносно до типових представників фахівців туристичного бізнесу.

Ключові слова: туристичний бізнес, рекреаційна діяльність, інституційне забезпечення, сталий розвиток.

JEL code classification: L83, Z32

Yeremenko D. V., D.Sc., Associate Professor
Yeremenko L. V., PhD, Senior Lecturer

Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

SOCIO-PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF PROVIDING THE DEVELOPMENT OF TOURIST BUSINESS IN THE SYSTEM OF INSTITUTIONAL RELATIONS

Abstract. Introduction Under the current conditions of national economic development, there are significant changes in the importance of recreational services as a budget-generating industry and a means of counteracting negative social and demographic trends in the rural system. It should be noted that these processes occur in parallel with the adaptation of domestic industries to the standards of the post-industrial model of management, which is characterized by a shift in emphasis on the importance of basic factors of production. These circumstances are of particular importance in the tourism business, as the key to the competitiveness of business entities in this area is to operate in a constantly updated information base. The purpose of this article is to analyze the features of socio-psychological support of tourism as an integral part of the provision of recreational services, taking into account the specifics of the institutional nature of the modern economy. Results. The results of the study prove the importance of studying the institutional nature of the tourism industry as an important component of recreational services. Based on this point of view, the authors analyzed the specifics of creating and selling a tourism product. Particular attention is paid to the study of the combination of elements of the institutional environment in this area of business. Emphasis is placed on the need to avoid conflicts and contradictions that may arise as a result of the effect of culture shock. Conclusions. The article analyzes the social and psychological aspects of tourism business development as an important component of the national economy. The modern peculiarities of the functioning of the sphere of recreational services are highlighted. The foreign experience of tourism business entities is analyzed. The necessity of studying the institutional nature of the functioning of the sphere of recreational services is proved. The peculiarities of using the resource potential of tourism business entities from the standpoint of factor-rotation concept of economic development are studied. Emphasis is placed on the special significance of the human factor.

The specifics of the nature of the professional competence component in relation to the typical representatives of tourism business specialists are analyzed, the importance of having a mandatory list of professional skills, psychological skills and competencies that are not directly related to the tourism business, but in the field of "general erudition". The peculiarities of providing recreational services due to the institutional nature of this industry are highlighted

Keywords: tourism business, recreational activities, institutional support, sustainable development.

Актуальність теми. За сучасних умов розвитку національної економіки відбуваються суттєві зміни щодо значущості сфери рекреаційних послуг як бюджетоформуючої галузі та засобу протидії негативним соціальним та демографічним трендам в системі сільських територій. При цьому треба відмітити, що дані процеси відбуваються паралельно з адаптацією вітчизняних галузевих напрямків до стандартів постіндустріальної моделі господарювання, для якої характерно зміщення акцентів значущості базових факторів виробництва. Все більше уваги приділяється вмінню працівників креативно підходити до вирішення поставлених завдань, приймати самостійні рішення щодо використання наявного ресурсного потенціалу в умовах конкретної економічної ситуації.

Дані обставини мають особливе значення в туристичному бізнесі, оскільки запорукою конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності в даному напрямку є функціонування в умовах постійного оновлення інформаційної бази. Разом із цим трансформації пріоритетів в системі «Земля-Праця-Капітал-Підприємницька здібність» обумовлюють необхідність вивчення характеру їхнього впливу та специфіку організації процесу надання туристичних послуг. Зазначені обставини обумовили актуальність теми дослідження та визначили коло питань для аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Треба відмітити, що питання забезпечення ефективного розвитку туристичної галузі як важливої складової національного макроекономічного простору є об'єктом дослідження вітчизняних та закордонних науковців. При цьому розглядаються не тільки економічні, а соціальні аспекти функціонування даного напрямку сфери рекреаційних послуг.

Сетіаван Пріатмоко, Моаз Кабіль, Роберт Магда, Едіт Паллас і Лорант Денес Девід аналізують специфіку розвитку туристичної галузі Індонезії на прикладі рекреаційних центрів о.Балі з позицій її впливу на тенденції національного макроекономічного середовища. При цьому наголошується на доцільності організації планування подальшого функціонування сфери рекреаційних послуг на базі використання тематичного рамочного

та описового методів аналізу інформаційного матеріалу. [10]

Христос Амоірадіс, Марія Станкова, Ефстатіос Велісаріу та Христос Ладіас, досліджуючи питання управління діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу Греції з позицій сталого розвитку, вказують на необхідність врахування соціальних та екологічних обмежень загальноприйнятої філософії корпоративного маркетингу. Відмічається важливість збереження стійкості функціонування туристичних дестинацій як базової умови забезпечення їхньої конкурентоспроможності.[5]

С Хінган Ху та Нор Зафір за результатами дослідження розвитку туристичних дестинацій Китаю, відмічають, що в даному випадку з психологічної точки зору туристи можуть розглядатися як домінуюча зацікавлена сторона у їхній маркетинговій співпраці. Також було виявлено три основні фактори впливу на процес трансформації туристичних потоків: пріоритет туристичної індустрії перед урядами країн призначення, пріоритет туристичної співпраці з організаціями з маркетингу місця призначення та залучення туристичних підприємств до співпраці. [12]

Вітвіцький В. В., Беженар І. М. та Демченко О. В., розглядаючи інституційну природу економічних відносин в рамках аграрного підприємництва України, визначили магістральні тенденції формування і розвитку інституційних факторів та їх вплив на аграрне підприємство. При цьому аналізується специфіка економічної категоризації продуктивності праці як процесу цілеспрямованої виробничої діяльності на базі соціального партнерства та вплив інституційних факторів на задоволення потреб найманих працівників і підприємців. [1]

Разом із цим, на нашу думку, потребують подальшого вивчення окремі аспекти розвитку туристичної галузі як диверсифікованої сукупності різних форм та видів рекреаційної діяльності, що функціонують в умовах сучасного інституційного середовища.

Метою статті є аналіз особливостей соціально-психологічного забезпечення туристичної діяльності як невід'ємної складової надання рекреаційних послуг, враховуючи специфіку інституційної природи сучасної економіки.

Основні результати дослідження. В якості методологічної бази дослідження нами було використано положення факторно-ротаційної концепції економічного розвитку, згідно з якою існує чітка закономірність щодо зміни значущості природної, техніко-технологічної та людської складової для рівня ефективності економічної діяльності. Також пропонується наступна структуризація базових факторів господарювання.

Чинник «Людина» розглядається як сукупність всіх фізичних і розумових здібностей, а також знань та навиків, що отримує особа в процесі життєдіяльності, при цьому дефініція «підприємницька здібність» трактується як одна з його складових. Чинник «Природа» трактується як сукупність фізичних, хімічних, біологічних та інших процесів, результати яких не можуть бути контрольовані людиною. Дефініція «Капітал» розуміється як результат свідомої трудової діяльності людини, в процесі якої він стає майновим об'єктом, отримуючи властивості «вартість» та «споживна вартість». Розглядаючи сучасні особливості економічного розвитку, зазначається, що для теперішнього етапу характерним є домінування людської (інтелектуальної) складової за умов пошуку нових форм використання елементів природного середовища [2]

Застосовуючи даний підхід відповідно до функціонування національної туристичної галузі, ми можемо констатувати зростання значущості екологічної складової в системі нормативно-правового забезпечення, яким регулюється процес надання рекреаційних послуг. Ще одним підтвердженням справедливості цих припущень є тенденції щодо формування штучних рекреаційних зон. В цьому випадку туристичні об'єкти створюються не тільки на базі багаторічних насаджень, водоймищ, інших елементів навколишнього середовища (заповідники, лісопарки тощо). Більш привабливим для представників бізнес-середовища в якості залучення інвестицій є надання рекреаційних послуг в межах тематичних туристичних центрів, які орієнтовані на активний відпочинок (Диснейленд).

Показовим прикладом надання специфічної послуги, пов'язаної з використанням історико-культурного та природно-

кліматичного потенціалу конкретного регіону, є туropolерейтинг. Слід відмітити той факт, що клієнту пропонується лише маршрути пересування по території, визначні об'єкти якої не створені даною фірмою, яка бере на себе відповідальність лише за заздалегідь встановлені умови комфорту та дотримання термінів надання рекреаційної послуги.

Як бачимо, характер використання ресурсного потенціалу в туристичному бізнесі повністю відповідає тим тенденціям, які визначають загальні принципи сучасного етапу генезису глобального економічного механізму та впливають на систему взаємовідносин між учасниками ринкових відносин. За цих умов набувають особливої значущості вимоги, що пред'являються до фахівців, зайнятих у даному напрямку сфери рекреаційних послуг. Нами було проаналізовано особливості професійно-компетентнісної складової відносно до типових представників фахівців туристичного бізнесу (табл. 1).

Важливо відмітити, що серед переліку обов'язкових професійних навичок присутні компетенції, які передбачають наявність додаткових знань та вмінь, що безпосередньо не пов'язані з туристичним бізнесом, а відносяться до сфери «загальної ерудиції». На відміну від багатьох інших професійних спеціальностей, надання якісних анімаційно-екскурсійних послуг є неможливим за умов відсутності фізичної, фізіологічної та психологічної готовності, а також спроможності працювати з широкою аудиторією клієнтів. В останньому аспекті треба відмітити, що в кожному конкретному випадку мова йде про унікальну комбінацію індивідуумів, а ступінь сприйняття туристичного продукту з їхнього боку визначатиметься цілою низкою морально-психологічних та соціальних факторів (настрій клієнтів, рівень загальної освіти, ступінь фізичної та емоційної втомленості, наявність конфліктних ситуацій тощо). З цих же причин має місце відсутність постійного переліку елементів техніко-технологічного забезпечення для аніматора.

Як бачимо, функціонування наведених різновидів рекреаційної діяльності суттєво відрізняється від процесів сфери матеріального виробництва, торгівлі або фінансів. Специфіка надання туристичних послуг в

сфері екскурсійної та анімаційної діяльності ми, обумовленими самою інституційною характеризується наступними властивостями- природою даного галузевого напрямку.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз професійно-компетентнісних складових фахівців туристичного бізнесу*

	Аніматор	Екскурсовод	Туроператор
Наявність спеціальної освіти	Бажана, можлива споріднена		Обов'язкова
Основні професійні компетенції	Створення інформаційно-розважальних продуктів, реалізація форм вирішення конфліктних ситуацій	Розробка екскурсійних маршрутів, здатність проведення прикладних досліджень в краєзнавчій сфері	Аналіз ринку туристичних послуг, розробка та презентація туристичного маршруту
Специфічні додаткові навички, знання	Ораторські здібності, сценічна майстерність, фізична підготовка, комунікаційні навички, вокальні дані, вміння працювати з різними типами аудиторій	Знання в сфері історії, культури, мистецтва, комунікаційні навички, вміння працювати з різними типами аудиторій	Знання в сфері географії, історії, культури, мистецтва, комунікаційні навички,
Необхідність техніко-технологічного забезпечення	Визначається характером анімаційної послуги, кількістю аудиторії тощо	Мінімальна	Офісна техніка

*Джерело: дослідження авторів

1.Індивідуальний характер створення туристичного продукту, а також його реалізації за умов наявності типових базових моделей. Причому це відноситься не тільки до діяльності екскурсовода чи аніматора. Розробка та майбутня реалізація туристичної подорожі також передбачає можливість подальшого коригування самого маршруту, умов перебування клієнтів тощо.

2. Особливий характер взаємодії з клієнтами. В переважній більшості випадків це відноситься до діяльності екскурсоводів та аніматорів, оскільки надання відповідних послуг передбачає обов'язковий особистий контакт (вербальний чи фізичний).

3.Специфіка використання техніко-технологічного забезпечення, відсутність (в переважній більшості випадків) великої кількості засобів праці. Основним фактором економічної діяльності, результативність застосування якого обумовлює кінцевий рівень ефективності надання туристичних послуг та обсяг отриманого доходу, є людський

фактор, а саме здатність швидко та адекватно обробляти інформаційний матеріал.

4.Наявність елементів навколишнього середовища як невід'ємної складової туристичного продукту. Оскільки базовою потребою, що мають задовольняти представники даного напрямку рекреаційної діяльності, є відновлення затрат енергії, використаної в процесі фізичної та розумової праці, то в даному аспекті набувають особливої значущості методи терапевтичного використання флори та фауни під час надання відповідних послуг. Поряд із загальновідомими способами (геліотерапія, гіппотерапія, апітерапія тощо) нині активно розвиваються нові форми рекреаційної діяльності, які не потребують обов'язкового ліцензування та передбачають психологічний та естетичний аспекти терапевтичної дії. При цьому надзвичайно важливим є забезпечення належної інформаційної підтримки, адаптації наявного ресурсного потенціалу конкретного рекреаційного об'єкту та умов і стандартів відповідних послуг.

5. Можливість комбінування різних складових сфери рекреаційних послуг в межах конкретного бізнес-проекту, туристичної дестинації тощо. Одним з наслідків глобалізації світового інформаційно-економічного простору стала можливість (а досить часто необхідність) створення продуктів, що адаптовані під універсальні загальносвітові стандарти якості. В туристичному бізнесі при цьому необхідно забезпечувати персоніфікацію унікальності власного способу надання рекреаційних послуг. Як наслідок, однією з умов ефективного функціонування відповідних підприємницьких структур є активне застосування сучасних техніко-технологічних рішень як засобу використання ресурсного потенціалу конкретної дестинації. В останньому випадку слід розглядати як матеріальні, так і нематеріальні складові (клімат, соціальне та культурне середовище тощо).

Як бачимо, функціонування сфери рекреаційних послуг в цілому, та туристичного бізнесу зокрема за сучасних умов має здійснюватися та засадах динамічності, а також самооновлення матеріально-технічного, техніко-технологічного та інформаційно-інфраструктурного забезпечення. Окремо треба відмітити зростання впливу інституційного середовища як фактору, що формує суспільну свідомість, визначає специфіку нематеріальних потреб представників середнього класу. Саме тому в процесі створення та реалізації туристичного продукту надзвичайно важливим є врахування наступних аспектів функціонування даного напрямку сфери послуг.

1. Наявність базового ціннісного зв'язку між клієнтом та особою, що презентує продукт. Туристична діяльність в усіх своїх проявах передбачає задоволення оздоровчих потреб індивідуумів. Хоча в кожному конкретному випадку в більшій мірі може акцентуватися увага на фізичному, фізіологічному або духовному аспектах відновлення затраченої енергії, відповідність основним інституційним цінностям має зберігатися.

2. Інтеграція продукту та його презентації в соціокультурний базис клієнта. В даному випадку мова йде про необхідність врахування культурних, релігійних, політичних та інших морально-етичних правил, яких до-

тримується окрема особа (у випадку індивідуальної послуги), або туристична група (масовий клієнт) в процесі надання рекреаційних послуг. Це зокрема стосується режиму харчування, форм відпочинку та характеру подання інформаційного матеріалу (екскурсії).

3. Формування набору правил споживання туристичного продукту (переважно ігрової форми). Як відомо, найбільшого ефекту в тій чи іншій сфері економіки можливо отримати, якщо відповідна діяльність матиме вигляд ігри, до учасники максимально реалізуватимуть власні творчі здібності. В туристичному бізнесі дана організація реалізації продукту є особливо важливою, оскільки процес відновлення затраченої енергії для клієнта повинен ототожнюватися виключно з позитивними емоціями.

4. Введення процесу споживання туристичного продукту до ритму життєдіяльності клієнта на системних постійних засадах. Досягнення даної мети дозволяє не тільки встановити стабільно діючі бізнесові контакти, а й забезпечує популяризацію здорового способу життя в усіх його проявах. Окремо треба відмітити, що в останньому випадку мова йде про загальні принципи формування суспільної свідомості, спрямовані на дотримання засад сталого розвитку суспільства.

Водночас слід зазначити, що співпраця з клієнтом в сфері туристичного бізнесу з урахуванням наведених особливостей самої галузі та специфіки надання рекреаційних послуг потребує певних вимог до фахівця. Зокрема в даному випадку набувають особливо значення питання наявності належних психологічних вмінь та навичок, а також особистісних здібностей, які дозволяють конкретному індивідууму співпрацювати в межах суспільних груп на безконфліктних засадах.

Необхідно при цьому прогнозувати рівень сприйняття клієнтами не тільки туристичного продукту в цілому, а й його складових елементів (меню, характер рекреаційно-розважальних заходів, умови сервісу тощо). Треба чітко усвідомлювати, що споживач туристичних послуг здебільшого відноситься до середнього класу, а самі послуги не носять першочергового значення для життя пересічної людини.

Висновки. В статті проведено аналіз соціальних та психологічних аспектів розвитку туристичного бізнесу як важливої складової національної економіки. Висвітлено сучасні особливості функціонування сфери рекреаційних послуг. Проаналізовано закордонний досвід діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. Доведено необхідність вивчення інституційного характеру функціонування сфери рекреаційних послуг. Досліджено особливості використання ресурсного потенціалу суб'єктів туристичного бізнесу з позицій факторно-ротаційної концепції економічного

розвитку. Наголошується на особливій значущості людського фактору.

Проаналізовано специфіку природи професійно-компетентної складової відносно до типових представників фахівців туристичного бізнесу, відмічається важливість наявності обов'язкового переліку професійних вмінь, психологічних навичок та компетенцій, що безпосередньо не пов'язані з туристичним бізнесом, а відносяться до сфери «загальної ерудиції». Висвітлено особливості надання рекреаційних послуг, обумовлені інституційною природою даного галузевого напрямку.

Список використаних джерел

1. Вітвіцький В. В., Беженар І. М., Демченко О. В Інституційні фактори розвитку продуктивності праці в аграрному підприємстві. *Економіка АПК*. 2021. № 11. С. 83.
2. Інституційна синергія: навчальний посібник / С. Кальченко, А. В. Карпенко, Т. В. Попова, Н. М. Карпенко. Запоріжжя: ФОП Мокшанов В. В., 2020. 304 с.
3. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення 16.02.2022).
4. Стратегія розвитку туризму Запорізької області на 2021-2027 роки. - URL: http://www.berda.gov.ua/files/admin/Tourism_development_strategy_Zp.pdf (дата звернення 16.02.2022).
5. Amoiradis C., Stankova M., Velissariou E. and Ladas C. Sustainability analysis of green promotion as a tourism destination. *Regional Science Inquiry*. 2021. Vol. XIII, is. 2. P. 227-238.
6. Grynychuk J., Romaniuk I. Development of rural green tourism in the regions of Ukraine on the basis of European integration. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4, No. 4.P. 100-105. DOI:10.30525/2256-0742/2018-4-4-100-105.
7. Managing the socio-economic development of small forms of green tourism / S. Kalchenko, A. Hutorov, L. Bezuhla, T. Popova, O. Dorokhov. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov, Series II: Forestry, Wood Industry, Agricultural Food Engineering*. 2021. № 14-63(1). P. 141–152. DOI:10.31926/but.fwiife.2021.14.63.1.
8. Murniati M., Maski G., Noor I., Ekawaty M. (2021). Identification of Tourism Potential and Investment Strategy- A Case Study of Banyuwangi Regency. *Studies of Applied Economics*. 2021. Vol. 39, №. 12. – URL: <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/6003> (дата звернення 16.02.2022). DOI: 10.25115/eea.v39i12.6003.
9. Pilelienė, L., Grigaliūnaitė, V. Elaboration of holistic tourist satisfaction index model for Lithuania. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2019. Vol. 5, No. 4. P. 17-24. DOI: 10.30525/2256-0742/2019-5-4-17-24.
10. Priatmoko S., Kabil M., Magda R., Pallas E., David L. D. Bali and the next proposed tourism development model in Indonesia. *Regional Science Inquiry*. 2021. Vol. XIII, is. 2. P. 161-180.
11. Yakovenko A. O., Gakal T. O. Infrastructural support for the development of domestic green tourism enterprises. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 65 — 71. DOI: 10.32317/2221-1055.202003065.
12. Hinghan Y. H., Nor Zafir N. Identifying Tourists as Stakeholders in Destination Marketing Cooperation: A Case Study in China. *Regional Science Inquiry*. - URL: <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/5340> (дата звернення 16.02.2022). DOI: 10.25115/eea.v39i10.5340.

References

1. Vitvits'kyu V.V., Bezhenar I.M., Demchenko O.V (2021) Instytutysiyni faktory rozvytku produktyvnosti pratsi v ahrarnomu pidpryyemnyts'tvi [Institutional factors of labor productivity development in agrarian entrepreneurship] *APK economy* № 11 pp. 83
2. Kal'chenko S. V., Karpenko A. V., Popova T. V., Karpenko N. M.(2020). Instytutysiyna synerhiya: navchal'nyy posibnyk. Institutional synergy: a textbook (2020) [Institutional synergy: a textbook].
3. Stratehiya rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku. Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 16 bereznya 2017 r. № 168-r [Strategy for the development of tourism and resorts until 2026. Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine of March 16, 2017 № 168-r.] Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (accessed 16 February 2022).
4. Stratehiya rozvytku turyzmu Zaporiz'koyi oblasti na 2021-2027 roky. [Strategy of tourism development of Zaporozhye region for 2021-2027]. – URL: http://www.berda.gov.ua/files/admin/Tourism_development_strategy_Zp.pdf (accessed 16 February 2022).

5. Amoiradis C., Stankova M., Velissariou E. and Ladas C. (2021). Sustainability analysis of green promotion as a tourism destination. *Regional Science Inquiry*, Vol. XIII, issue 2, 227-238.
6. Grynchuk, J., Romaniuk, I. (2018) Development of rural green tourism in the regions of Ukraine on the basis of European integration. *Baltic Journal of Economic Studies* Vol. 4, No. 4, 100-105. **DOI:** <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-4-100-105>.
7. Kalchenko S.V., Hutorov A.O., Bezuhla L.S., Popova T.V., Dorokhov O.V. (2021) Managing the socio-economic development of small forms of green tourism. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov, Series II: Forestry, Wood Industry, Agricultural Food Engineering*. 14-63(1), pp. 141–152. **DOI:** 10.31926/but.fwiafe.2021.14.63.1.
8. Murniati Murniati, Ghazali Maski, Iswan Noor, Marlina Ekawaty Identification of Tourism Potential and Investment Strategy A Case Study of Banyuwangi Regency. Available at: <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/6003> (accessed 16 February 2022). **DOI:** 10.25115/eea.v39i12.6003.
9. Pilelienė, L., Grigaliūnaitė, V. (2019). Elaboration of holistic tourist satisfaction index model for Lithuania. *Baltic Journal of Economic Studies* Vol. 5, No. 4, 2019 pp 17-24. **DOI:** 10.30525/2256-0742/2019-5-4-17-24.
10. Priatmoko S., Kabil M., Magda R., Pallas E. and David L.D. (2021). Bali and the next proposed tourism development model in Indonesia. *Regional Science Inquiry*., vol. XIII, issue 2, 161-180.
11. Yakovenko A. O., Gakal T. O. (2020) Infrastructural support for the development of domestic green tourism enterprises. *APK economy* № 3. С. 65 — 71. **DOI:** 10.32317/2221-1055.202003065.
12. Ye Hinghan Hu, Nor Zafir Identifying Tourists as Stakeholders in Destination Marketing Cooperation: A Case Study in China *Regional Science Inquiry* . - URL: <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/5340> (accessed 16 February 2022). **DOI:** 10.25115/eea.v39i10.5340.

**Вимоги до статей, що друкуються
у “Збірнику наукових праць Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)”**

Збірник призначений для фахівців, які цікавляться теоретичними та прикладними проблемами економіки, фінансів і кредиту, обліку і аудиту, менеджменту та маркетингу мікро-, мезо- та макрорівня національної та міжнародної економіки. Збірник надає можливість вченим та здобувачам наукових ступенів провести публічну апробацію, а науковій спільноті – ознайомитися з останніми результатами досліджень теоретичних і прикладних проблем національної та міжнародної економіки.

Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) включений до Переліку наукових фахових видань України, є науковим виданням, в якому можуть бути опубліковані основні результати дисертаційних робіт (наказ МОН №1328 від 21.12.2015 р.). Відповідно до Порядку формування Переліку наукових фахових видань України (наказ МОН України від 15 січня 2018 року № 32) Збірнику присвоєно категорію «Б», що затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 02.07.2020 № 886.

Збірник виходить до 4 разів на рік. Останні дати подання статей:

№1 – до 1 березня; №2 – до 1 травня; №3 – до 1 жовтня; №4 – до 1 грудня.

Для участі у формуванні збірника наукових праць необхідно подати:

1. Електронний варіант статті, оформлений відповідно до наведених нижче вимог, виконаний у редакторі MS Word.

2. Рецензію доктора наук (за тематикою статті) – для авторів без вченого ступеня. Відсканований документ повинен містити підпис рецензента, засвідчений печаткою установи, в якій він працює.

3. Файл із відомостями про автора (прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання, посада, місце роботи, поштова адреса для пересилання авторського примірника, контактні телефони, адреса електронної скриньки) та інформацією про кількість примірників і необхідність поштової пересилки.

4. Електронні копії анотації англійською мовою у форматах *jpeg* (сканована копія) та *doc* (у редакторі MS Word), завірену професійним перекладачем або викладачем англійської мови зі знанням економічної термінології.

5. Електронну копію платіжних документів (оплата здійснюється після прийняття позитивного рішення щодо друку статті).

Пакет перерахованих вище матеріалів надсилається на електронну скриньку:
sp_tsatu@tsatu.edu.ua, ivanvd@ukr.net

Структура статті:

- 1. Індекс УДК.**
- 2. Прізвище та ініціали автора.**
- 3. Відомості про автора** – науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи автора (повністю без аббревіатур), e-mail.
- 4. Назва статті** (до десяти слів).
- 5. Анотація мовою статті** (від 300 до 500 знаків)
- 6. Ключові слова** мовою статті (не менше шести слів або словосполучень).
- 7. Код JEL Classification.**
- 8. Прізвище та ініціали автора (англійською).**
- 9. Відомості про автора (англійською)** – науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи автора (повністю без аббревіатур), e-mail.
- 10. Назва статті (англійською).**

11. Розширена анотація англійською мовою (від 1600 до 1800 знаків) містить наступні розділи: постановка завдання, результати дослідження, висновки

12. Ключові слова (англійською).

13. Текст у структурованому вигляді із виділенням наступних елементів:

13.1 Постановка проблеми (постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями);

13.2 Аналіз останніх досліджень і публікацій (аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття);

13.3 Формулювання цілей статті (постановка завдання);

13.4 Виклад основного матеріалу (виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів);

13.5 Висновки (висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку).

14. Список використаних джерел (мовою оригіналу). Бібліографічний опис літературних джерел оформлюється згідно з ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»

15. Список використаних джерел в романській абетці (транслітерація) – References, оформлений відповідно до вимог APA (<http://www.apastyle.org>).

16. Вказати назву рубрики, в якій має бути надрукована стаття – відповідає назві однієї з наукових спеціальностей галузі знань "Соціальні та поведінкові науки", "Управління та адміністрування":

051 – Економіка;

071 – Облік і оподаткування;

072 – Фінанси, банківська справа та страхування;

073 – Менеджмент;

075 – Маркетинг;

076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.

Технічні вимоги до оформлення статті:

- Приймаються статті, написані однією із трьох мов: українською, російською, англійською.
- Назва файлу зі статтею – прізвище автора.
- Формат сторінки – А4.
- Поля з усіх боків – 2 см.
- Всі сторінки мають бути у книжковій орієнтації.
- Обсяг статті – не менше 10 друкованих сторінок.
- Окремі елементи статті:
 - Індекс УДК - Times New Roman, 12, напівжирний, вирівнювання ліворуч, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
 - Прізвище та відомості про автора (авторів) - Times New Roman, 12, курсив, вирівнювання праворуч, інтервал – 1,0;
 - Порожній рядок;
 - Назва статті - Times New Roman, 16, великими літерами, напівжирний, вирівнювання по центру, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
 - Порожній рядок;
 - Анотація та ключові слова - Times New Roman, 10, курсив, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 1,25 см;
 - Порожній рядок;
 - Код JEL Classification - Times New Roman, 12, напівжирний, вирівнювання ліворуч, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;

- Прізвище та відомості про автора (англійською) - Times New Roman, 12, курсив, вирівнювання праворуч, інтервал – 1,0;
 - Порожній рядок;
 - Назва статті (англійською) - Times New Roman, 16, великими літерами, напівжирний, вирівнювання по центру, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
 - Порожній рядок;
 - Анотація та ключові слова (англійською) - Times New Roman, 10, курсив, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 1,25 см;
 - Порожній рядок;
 - Текст статті - Times New Roman, 14, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,5, абзацний відступ – 1,25 см, назви підпунктів виділяються напівжирним шрифтом;
 - Порожній рядок;
 - Список використаних джерел – Times New Roman, 10, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0,5 см, слова "Список використаних джерел" виділяються напівжирним шрифтом;
 - Порожній рядок;
 - Список використаних джерел (англійською) - References – Times New Roman, 10, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0,5 см;
- Оформлення таблиць:

Таблиця 1

Назва таблиці

- Оформлення ілюстрацій:



Рис. 1. Назва рисунку.

- Формули виконуються за допомогою вбудованого редактора формул MS Word і нумеруються з правого боку:

Формула (1)

- Абзаци позначати тільки клавішею "Enter", не застосовувати пробіли або табуляцію (клавіша "Tab").
- Посилання на літературу в тексті необхідно давати в квадратних дужках, наприклад, [3, с. 35; 8, с. 56-59], в яких перша цифра вказує порядковий номер джерела в списку літератури, а друга – відповідну сторінку в цьому джерелі; одне джерело (зі сторінкою) відокремлюється від іншого крапкою з комою.
- Всі статистичні дані мають бути підкріплені посиланнями на джерела.
- Всі цитати мають закінчуватися посиланнями на джерела.
- Кількість джерел у списку літератури повинна складати не менше 10 (з них не менше 4 іноземних).

- Посилання на підручники та науково-популярну літературу не допускаються.
- Назви праць у списку літератури розташовуються в порядку цитування.
- Скорочення слів і словосполучень, окрім загальноприйнятих, не допускається.

Редакція може відхилити статтю, якщо:

- відсутній повний пакет супровідних документів;
- оформлення статті не відповідає зазначеним вище вимогам;
- тематика статті не відповідає профілю видання;
- назва статті не відповідає змісту;
- стаття написана на низькому науковому рівні;
- матеріали повністю або частково публікувались раніше в інших виданнях або подані до розгляду редакціям інших журналів;
- стаття повністю або частково чужа (автор вчинив плагіат);
- порушена в статті проблема втратила актуальність.

Автори несуть відповідальність за точність наведених у статті термінів, прізвищ, даних, цитат, статистичних матеріалів тощо.

Усі матеріали, що надсилаються для публікації, проходять рецензування.

Рішення про публікацію статті приймає редколегія.

Рукописи, які відхилила редакційна колегія, авторам не повертаються.

Редакція залишає за собою право скорочувати, правити текст і змінювати назву статті.

Сподіваємося на плідну співпрацю!

Редакційна колегія Збірнику наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)

Контактні дані:

Адреса: 72315, Україна, Запорізька область,
м. Мелітополь, пр-т Б. Хмельницького, 18,
Таврійський державний агротехнологічний університет,
Факультет економіки та бізнесу.
тел. (0619) 42-32-01 – **Ортіна Анна Володимирівна**