

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ім. Ю.ФЕДЬКОВИЧА

**МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ
ІНДУСТРІЇ**

ПРАКТИКУМ



Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
2023

УДК 338.486.1

M502

Друкується за ухвалою Вченої ради Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
Протокол № 5 від 29 травня 2023 р.

Рецензенти:

Мальська Марта Пилипівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри туризму Львівського національного університету імені Івана Франка;

Кифяк Василь Федорович, доктор економічних наук, професор, заступник директора з науково-методичної роботи, міжнародних зв'язків та інноваційного розвитку Чернівецького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету;

Красовська Олена Юріївна, директор туристичної агенції – ТОВ «Грінвіч-Тур», к.геогр.н.

M502 **Менеджмент туристичної індустрії: практикум** /Руденко В. П., Підгірна В. Н., Наконечний К. П. та ін. Чернівці : Чернівецький національний університет імені Ю.Федьковича, 2023. 384 с.

ISBN 978-966-423-790-8

У навчальному посібнику розкриті прикладні аспекти туристичного менеджменту, менеджменту туристичних ресурсів і суб'єктів туристичної індустрії, особливості державної політики та стратегія розвитку туризму в Україні.

Для студентів закладів вищої освіти, молодих науковців, аспірантів, викладачів і тих, хто цікавиться базовими аспектами управлінської науки, розумінням концептуальних основ системного менеджменту організацій.

УДК 338.486.1

© Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2023

ISBN 978-966-423-790-8

ВСТУП

Пропонований увазі зацікавленого читача навчальний посібник-практикум є логічним продовженням виданого у 2019 р. підручника «Менеджмент туристичної індустрії» у 3-х частинах¹.

Посібник послідовно розкриває прикладні аспекти туристичного менеджменту: чи то йдеться про його теоретико-методологічні та методичні основи, менеджмент і географію туристичних ресурсів, чи висвітлюються практичні ракурси менеджменту суб'єктів туристичної індустрії, державної політики та стратегії розвитку туризму в Україні.

Родзинкою практикуму є, безперечно, менеджмент туристичних ресурсів, що базується, окрім усього, і на багатому досвіді польових досліджень, проведених колективом кафедри економічної географії та екологічного менеджменту ЧНУ ім. Ю. Федьковича під час виконання проєкту «Історична та етнографічна спадщина – частина сталого розвитку туризму на Буковині (HERITAGE)» (MIS-ETC Code 829) Програми для транскордонної співпраці «Румунія – Україна – Республіка Молдова» за фінансової підтримки Європейського Союзу (2012–2016 р.р.), яка нині активно впроваджується у практику туристичної діяльності.

Авторами навчального посібника-практикуму є викладачі та випускники кафедри економічної географії та екологічного менеджменту Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, якими підготовлені: проф. Руденко В. П. – (Вступ); доц. Підгірна В. Н. (1.1.); доц. Наконечний К. П. (1.2.); доц. Ємчук Т. В. (1.3., 3.4.); доц. Ячнюк М. О. (2.1.); проф. Руденко В. П., к.геогр.н. Руденко С. В. – (2.2.); доц. Цепенда М. М. (2.3., 3.1.); доц. Данілова О. М. (2.4.); доц. Бурка В. Й. (2.5.) к.геогр.н. Єремія Г. І. (3.2.); к.геогр.н. Паламарюк М. Ю. (3.3.); доц. Чубрей О. С. (4.1.); доц. Грицьку В. С. (4.2.); доц. Бучко Ж. І. (4.3.); проф. Руденко В.П., Куцак Ю.В., Хникіна М.В. (Замість післямови).

¹ Менеджмент туристичної індустрії : підручник у 3-х частинах /Руденко В.П., Вацеба В.Я., Підгірна В.Н. та ін.. Чернівці : Чернівець. Нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. 2019. 504 с.

Частина 1

ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

1.1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Практична робота 1



1. Ситуаційно-аналітичні задачі

Виконання практичної роботи передбачає поділ нижчезазначених завдань на два варіанти. Кожен з варіантів міститиме: ситуаційно-аналітичну задачу (з відповідними питаннями для обговорення), чотири ситуативних завдання і один кейс. Так, для розв'язку ситуаційно-аналітичної задачі потрібно мати калькулятор для проведення розрахунків, можливість доступу до Інтернету, а також для формування повної відповіді варто відвідати сайти підприємств, інформація про які аналізується офіційно, зокрема Державною службою статистики. Розв'язки ситуаційних завдань можуть містити короткі обґрунтовані відповіді сформовані на основі здобутих знань. Структура кейсу містить змістовний опис ситуації та типові питання для обговорення, на які потрібно знайти виважені рішення.

За результатами роботи над кожним із завдань практичної необхідно робити відповідні висновки.

Тема. Організаційно-управлінська структура діяльності туристичного оператора «ДМ Тур сервіс».

Мета. Ознайомитися з організаційно-господарською структурою та напрямками діяльності туристичного оператора «ДМ Тур Сервіс», оцінити ефективність діяльності туристичного суб'єкта на основі економічних показників.

Вихідні дані. ТОВ «ДМ Тур сервіс» засновано у березні 2010 року і дотепер залишається одним з найбільш популярних і надійних агентств Чернівецької області. Підприємство знаходиться за адресою: м. Чернівці; вул. Шкільна, 1. E-mail: dm-tourservice@i.ua. Зв'язатись із туристичною фірмою можна за контактними телефонами: (0372) 51-78-75, (0372) 51-78-76. Туристична агенція «ДМ Тур сервіс» має в наявності документ, який засвідчує право фірми на здійснення туристичної діяльності, – ліцензію №157925.

Туристичний оператор ТОВ «ДМ Тур сервіс» пропонує асортимент послуг, відображений у табл. 1. 1.

Таблиця 1.1

Асортимент послуг туристичного оператора
ТОВ «ДМ Тур сервіс»

№	Послуги
1.	Виїзний туризм (відпочинок за кордоном, екскурсії, автобусні тури по Європі, індивідуальні тури в екзотичні країни, навчання за кордоном і т.п.).
2.	В'їзний туризм (прийом туристичних груп та індивідуальних туристів на Волині і Західній Україні, екскурсії, фестивалі, відпочинок на Шацьких озерах, подієвий туризм, гастрономічні тури).
3.	Бронювання різноманітних закладів розміщення, більше 200 000 готелів по світу, близько 2000 готелів України, 250 приватних садиб Закарпаття.
4.	Візова підтримка, консультації щодо відкриття візи у будь-яку країну при замовленні туру, допомога у відкритті візи для індивідуальних туристів (Шенген, США, Болгарія, Угорщина, Чехія, Литва і т.д.), консультації щодо працевлаштування за кордоном.
5.	Різнорманітний вибір гірськолижних курортів світу, автобусних турів, круїзів і шопінг-турів.
6.	Широкий спектр екскурсійних турів та одноденних екскурсій у будь-яку країну, в тому числі по Україні.
7.	Оформлення страхових полісів, зелених карт і страхування за спеціальними умовами.

Туристичний оператор ТОВ «ДМ Тур сервіс» діє на туристичному ринку більше 10 років, протягом цього часу, турфірма плідно співпрацює з найбільшими туроператорами світу: «Mouzenidis Travel», «Coral Travel», «Anex Tour», «Alf», «Join Up!», «Галккруїз», «TUI», «Accord Tour», «Florian Travel», «Tour magazine», «Еней», «Natali tour», «Дана», «Fortuna», «Клуб Мандрівників», «Всесвіт», «Алголь», «Бумеранг», «Трайдент», «Desadmi», «Agora Tour», «Сіеста», «Oasis», «Оных Tour» та інші, що дозволяє постійно розширювати спектр пропонованих послуг.

Головною місією діяльності туристичної фірми ТОВ «ДМ Тур сервіс» є підтримка та розвиток українського туризму як провідної галузі економіки України. Найбільш популярними напрямками, що принесли максимальний дохід фірмі у 2020 році, були такі країни: Туреччина, Польща і Болгарія.

Таблиця 1.2

Основні фінансово-економічні показники підприємства
ТОВ «ДМ Тур сервіс» за 2018–2022 роки

№	Показники	Один. вимір.	Роки		
			2018	2019	2020
1.	Виручка від реалізації продукції	тис.грн	137,9	92,5	182,0
2.	Собівартість реалізованої продукції	тис.грн	139,8	85,9	165,6
3.	Середньоспискова чисельність	осіб	12	11	10

Завдання

1. Використовуючи інформацію, відображену в таблицях 1.1 та 1.2, розрахуйте показники оцінки ефективності діяльності туристичної фірми. Остаточні розрахунки занесіть у табл. 1.3, зробивши відповідні висновки.

Таблиця 1.3

Зведена інформація за розрахованими даними

№	Показники	Роки		
		2018	2019	2020
1.	Чистий прибуток			
2.	Рентабельність			
3.	Темп росту (2018–2020)	x	x	
4.	Темп приросту (2018–2020)	x	x	
5.	Прийнято працівників (2018–2020)	x	x	
6.	Вибуло працівників (2018–2020)	x	x	
7.	Продуктивність працівників туристичної фірми			

2. На основі проведених розрахунків і за допомогою матриці БКГ позиціонування турпродуктів підприємства сформулюйте портфель замовлень, поясніть доцільність упровадження обраних товарних стратегій за даними табл. 1.1 та 1.3. Результати подайте у табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Вихідні дані

№	Показник	Турпродукт			
		1	2	3	4
1.	Доля турпродукту, частки одиниці	0,15	2,45	1,02	0,34
2.	Темп зростання реалізації турпродукту, частки одиниці	1,23	0,56	1,98	1,45
3.	Обсяг реалізації турпродукту на певному ринку, %	20	34	10	12

3. Наведіть приклад розробленого туру, який би міг користуватись попитом на досліджуваній фірмі «ДМ Тур сервіс», інформацію можна також використовувати з сайту туристичної організації: dm-tourservice@i.ua.

4. Проаналізуйте і опишіть ринок туристичних послуг Чернівецької області за допомогою SWOT-аналізу.

Практична робота 2

Тема. Організаційно-управлінська структура діяльності туристичного оператора «Круїз-2000»

Мета. Ознайомитися з організаційно-господарською структурою та напрямками діяльності туристичного оператора «Круїз-2000», оцінити ефективність діяльності туристичного суб'єкта на основі розрахунку економічних показників.

Вихідні дані. Туристична компанія «Круїз-2000» заснована в 1998 році і по праву займає одну з лідируючих позицій на ринку туристичних послуг України в цілому та Західної України зокрема. Туристичний оператор «Круїз 2000» розташований у місті Чернівці за адресою: проспект Незалежності, 50, офіс 2. E-mail: <http://www.kruiz2000.com/>

Крім того, туристичний оператор у місті має ще один офіс за адресою: м. Чернівці, вул. Головна, 21. Даний відділ займається переважно продажем авіаквитків. А також туристичний оператор має філію у місті Івано Франківськ, яка знаходиться по вулиці Івана Мазепи, 1. Більш детально інформація про штат персоналу відтворена у табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Управлінська структура діяльності туристичного оператора «Круїз 2000»

№	Структурний підрозділ	Структура	Прізвище, ім'я, по батькові
1.	Центральний офіс туристичного оператора «Круїз 2000»	Фінансовий директор	Слободян Оксана Василівна
		Менеджер туризму (Туреччина, Єгипет, Хорватія, Чорногорія, Україна, Румунія)	Туллюлюк Юлія

№	Структурний підрозділ	Структура	Прізвище, ім'я, по батькові
	Центральний офіс туристичного оператора «Круїз 2000»	Агент з продажу авіаперевезень	Ватутіна Ольга
		Старший агент з продажу авіаперевезень	Ватутін Олег
2.	Офіс 1	Агент з продажу авіаперевезень 1	Сивачук Наталія
		Агент з продажу авіаперевезень 2	Сачик Жанна
3.	Філія Івано-Франківськ	Директор філії	Скібіцька Олена Володимирівна
		Менеджер туризму	Баранівська Галина
		Агент з продажу авіаперевезень	Кісільова Наталія

Кожен працівник даного підприємства має повну вищу освіту, досвід роботи у галузі туризму.

Компанія співпрацює із багатьма туристичними агентствами України та має прямі угоди з туроператорами різноманітних країн світу (Польща, Румунія, Угорщина, Болгарія, Словаччина, Туреччина, Кіпр, Мальта, Єгипет, Індонезія, Китай, Таїланд, ОАЕ, Марокко, Австралія, Франція, Німеччина, Великобританія, Ірландія, Мексика, Перу, Бразилія та ін.), що дозволяє компанії створювати конкурентоздатний та оригінальний продукт.

Фірма КРУЇЗ-2000 динамічно розвивається та займає значний сегмент туристичного ринку. Крім того, туроператор «Круїз 2000» є членом всесвітньої організації IATA і членом Ради з Туризму Карпатського Регіону.

Серед спектра основних напрямків діяльності компанії «Круїз 2000» варто відзначити, рис. 1.1.

Також широка мереж туристичних агентств України користується послугами підприємства для створення туристичного продукту.



Рис. 1. 1. Спектр основних видів діяльності туристичного оператора «Круїз 2000»

Таблиця 1.6
Основні економічні показники підприємства ТОВ «Круїз 2000» за 2018–2020 роки

№	Показники	Один. вимір.	Роки		
			2018	2019	2020
1.	Виручка від реалізації продукції	тис. грн	637,9	792,5	982,0
2.	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн	439,8	585,9	665,0
3.	Середньоспискова чисельність	осіб	8	10	11

1. Використовуючи інформацію відображену, в таблицях 1.1. та 1.2., розрахуйте показники оцінки ефективності діяльності туристичної фірми. Розрахунки відобразьте нижче таблиці, а остаточні результати занесіть у таблицю.

Таблиця 1.7

Зведена інформація за розрахованими даними

№	Показники	Роки		
		2018	2019	2020
1.	Чистий прибуток			
2.	Рентабельність			
3.	Темп росту (2018–2020)	x	x	
4.	Темп приросту (2018–2020)	x	x	
5.	Прийнято працівників (2018–2020)	x	x	
6.	Вибуло працівників (2018–2020)	x	x	
7.	Продуктивність працівників туристичної фірми			

На основі проведених розрахунків:

2. Проведіть SWOT-аналіз діяльності туристичного оператора.

3. Визначте й обґрунтуйте загальноекономічну стратегію життєдіяльності туристичного оператора «Круїз 2000»

4. Проаналізуйте ринок туристичних послуг регіону, в якому наразі проживаєте.



2. Ситуативні завдання

Використовуючи теоретичний матеріал, дайте обґрунтовані відповіді по наведених нижче ситуативних завданнях.

1. Структура управління найбільших автомобільних фірм «Тойота», «Форд Моторз», «Дженерал Моторз» була досліджена групою експертів. Виявилось, що максимальне число рівнів

управління між головою Ради директорів компанії та робітником заводського цеху склало: в «Тойоті» – 7, у «Форд Моторз» – 17, у «Дженерал Моторз» – 22. Усім відомі негативні наслідки багатоланкових структур управління в компаніях: чим більше рівнів управління, тим більше людей, що відкидають прогресивні ідеї та пропозиції, пов'язані з ризиком; тим жорсткіший контроль вищих рівнів над низовими; тим значніше гальмування і спотворення інформації, яка надходить від низу до верху і зверху вниз; тим об'ємніший потік документації.

Скорочення рівнів управління до розумного мінімуму у багатьох випадках відбивається позитивно на результатах діяльності компаній. Наприклад, фірмі «Коринг», число управлінських рівнів, що скоротилось, з 5 до 2, вдалося знизити витрати на 40%, терміни постачань – з 6 тижнів до 3 днів. Якщо в одному з головних підрозділів компанії понад 4 рівні управління, то у неї є можливості для спрощення структури управління і, отже, підвищення ефективності функціонування.

Запитання: До якого типу організаційної структури управління найбільше підходить наведена ситуація?

2. Ви – випускник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, закінчили магістратуру на географічному факультеті за освітньо-професійною програмою «Менеджмент туристичної індустрії».

Завдання: Складіть структуру потреб випускника навчального закладу за моделлю Ф. Герцберга, розподіливши їх за ступенем важливості від 1 до 10.

3. Ви – менеджер підприємства «Сантрал». Дане підприємство функціонує з 2012 року та виготовляє соки і нектари. Соки виготовляються переважно з українських фруктів та овочів, які вирощуються в екологічно чистих районах України. Цільовою аудиторією реалізації продукції є діти та дорослі. У виробництві використовується багаторівневий контроль якості, починаючи з етапу відбору сировини і закінчуючи упаковкою готової продукції. Частка даного підприємства на ринку становить 1%. Керівництвом наказано: збільшити частку до 2% протягом наступного року.

Завдання: Розробіть тактичний план методом «цілі вниз – плани вгору», зробіть відповідні висновки.

4. Вас запросили на посаду директора з персоналу у велику холдингову компанію з чисельністю персоналу більше 1000 осіб з розвиненою філіальною мережею. Основний напрямок діяльності компанії – послуги.

Плинність персоналу на рівні 5-6% на рік. Управління (структура компанії) побудована за принципом вертикальних зв'язків з чітко виділеними напрямками діяльності. Плюсом є повна податкова прозорість компанії, тобто, як тепер прийнято говорити, «в компанії білі зарплати». Середній рівень заробітної плати становить 1000 доларів США після оподаткування.

У наведеній ситуації компанія переживає період бурхливого зростання, тобто в компанію приймається щомісяця близько 10-15 осіб на різні позиції. На даний момент у компанії немає чіткої системи немонетарної мотивації.

Завдання: Використовуючи теоретичний матеріал, запропонуйте принципи формування немонетарної системи мотивації для співробітників компанії.

5. В організації планується використання програми підготовки управлінського персоналу. Вартість програми підготовки (в розрахунку на одного працівника) 1000 грн. Програмою планується охопити 20 керівників організації, вартісна оцінка різниці в результативності праці яких при співвідношенні найліпших і середніх працівників 15 000 грн. за рік. Ефект підготовки складатиме 3/4 цієї величини і буде наявним протягом двох років.

Завдання: Визначте ефект впливу запланованої програми підготовки управлінського персоналу на підвищення результативності праці.

6. Туроператор фірми «Там, де літо» у 2020 році затратив на рекламу туристичних путівок до Чехії 200400 грн. Дохід від продажу турів у 2020 р., складає 946000 грн., у тому числі прибуток – 314000 грн. За цей період реалізовано 46 путівок, тривалість кожної 9 туроднів.

Завдання: Розрахуйте показник рентабельності та економічної ефективності реклами.

7. Визначте обсяг реалізації послуг туристичної фірми та мінімальну суму виручки для забезпечення беззбиткової діяльності у плановому сезонному періоді, використовуючи такі вихідні дані:

- середня ціна туристичного продукту – 1800 грн., у т.ч.:
- вартість виробничих послуг інших підприємств (яка враховує цінкові податки) – 1500 грн.;
- сума умовно-постійних витрат туристичної фірми у плановому періоді – 100 тис. грн.

8. Концепція бюрократії сформульована німецьким соціологом М. Вебером на початку ХХ ст. і в ідеалі є однією з найкорисніших ідей в історії людства.

Завдання: Охарактеризуйте стратегію подолання опору організаційним змінам, використовуючи концепцію М. Вебера для туристичного об'єкта на власний вибір.



3. Кейси

Кейс-метод – це навчальні конкретні ситуації, які спеціально розробляються на основі фактичного матеріалу з метою вироблення навиків обговорювати ситуацію, діяти в «команді» проводити аналіз і приймати управлінські рішення. Кейс активізує роботу виконавця, формує самостійність мислення та цілеспрямованість особистості. Структура кейсу містить змістовий опис ситуації і типові питання для обговорення.

1. Організаційна структура управління

Приватне підприємство з оптово-роздрібною торгівлею електробутовими товарами «Ера» існує вже вісім років. До його складу входять оптова база, сім оптово-роздрібних магазинів і ремонтно-налагоджувальна бригада. Усього на підприємстві працює 95 осіб.

Підприємство функціонує досить ефективно. Заробітна плата виплачується регулярно, крім того, за останні чотири роки її двічі підвищували. Підприємство зайняло свою нішу на ринку, а

Його продукція користується сталим попитом серед населення. Наявність ремонтно-налагоджувальної бригади у складі фірми дала змогу підвищити гарантійний термін на більшість техніки в півтора раз порівняно з конкурентами, що позитивно вплинуло на обсяг продажу.

З огляду на достатній фінансовий потенціал для розвитку керівництво фірми почало розмірковувати над розширенням діяльності – відкриттям філіалів у сусідніх районах міста. Але на заводі стали деякі кадрові зміни в самому підприємстві.

Протягом багатьох років керував підприємством одноосібний власник – директор. У нього було чотири заступники: з обліку і фінансів, кадрів, збуту, постачання. У підпорядкуванні директора та його заступників три бухгалтери, три касири, юристконсульт і секретар. Заступники директора самостійно вирішували оперативні питання діяльності з відповідних напрямів. Усі інші важливі питання діяльності підприємства контролював власник-директор.

Директор відзначався надзвичайною працьовитістю, саме його організаторським здібностям завдячує підприємство своїми успіхами. У складні часи ринкового становлення директор, одноосібно керуючи фірмою, встановив жорстку систему планування та контролю. Більшість працівників прийшли в «Еру» з державних підприємств, коли ті місяцями затримували заробітну плату. Тому директор вважав, що працівники мають бути йому вдячні за те, що мають роботу, а про оплату понаднормової роботи, яку доводиться виконувати регулярно, ніколи не йшлося.

Фактично усе керівництво підприємством було зосереджено тільки в руках директора. Він зрідка прислуховувався до думок своїх заступників, а частіше лише віддавав їм накази щодо вирішення важливих питань. Навіть на нарадах, коли хтось із присутніх дозволяв собі висловити думку, яка суперечила поглядам директора, він міг нагримати на опонента.

Але усвідомлюючи, що з огляду на вік йому рано чи пізно доведеться відійти від справ, директор намагався підготувати собі заміну. Його син щойно закінчив престижний навчальний заклад, і батько запропонував йому роботу в себе на фірмі. Батько вважав, що для того, щоб стати добрим керівником, необхідно пройти всі сходинки до цієї посади, починаючи з найнижчої.

Свого часу він сам починав з посади звичайного працівника на державному підприємстві. Синові одразу не сподобалась ця ідея батька. Він сказав, що не для того навчався п'ять років у бізнесовій школі, щоб працювати звичайним майстром. Відмовившись від пропозиції батька, він відповів, що сам шукатиме собі роботу, але за рік змінив кілька місць роботи, на жодному так і не утримавшись.

Долю сім'ї і долю фірми змінив несподіваний випадок. У директора стався серцевий напад, і лікарі категорично заборонили повертатися йому до справ щонайменше рік. Довелося віддати всі повноваження з управління підприємством синові. Врешті-решт його мрія здійснилася, він став директором, минавши попередні щаблі кар'єрних сходинок.

Зміна керівництва відразу відчутно позначилась як на стилі управління підприємством, так і на його діяльності загалом. Тепер на нарадах заступники директора стали вільно висловлювати свої думки з важливих питань. Але якщо раніше останнє слово завжди було за директором і остаточне рішення приймав він, то новий директор зайняв позицію спостерігача на нарадах, дозволяючи заступникам вирішувати спірні питання один з одним, і в кінці приймав думку того, хто виявлявся переконливішим.

Не увійшовши ще в курс справ, директор вирішив проводити політику невтручання, дозволяючи відділам робити свою звичайну роботу і сподіваючись на те, що справи йтимуть не гірше, аніж раніше. Якщо раніше усі розпорядження віддавалися працівникам через заступників, то тепер директор часто особисто віддає свої накази виконавцям, обминаючи їхніх безпосередніх керівників.

Як зі своїми заступниками, так і з працівниками директор поводиться переважно неформально, вважаючи, що такі стосунки сприятимуть установленню довірчих стосунків у колективі. Крім того, він дійшов висновку, що управління підприємством треба демократизувати, тому відтепер кожен працівник може звертатися до директора зі скаргами і пропозиціями в будь-який час.

Відпрацьована досі система контролю дещо послабилась і головна увага стала приділятися лише фінансовим показникам діяльності підприємства. Але, як свідчать ці показники, прибутки підприємства не тільки не зросли, а й почали скорочуватись.

Питання для обговорення:

1. Який тип керівника представляє колишній директор «Ери»? До якого стилю керівництва схильний нинішній директор?

2. Яких помилок у стосунках з підлеглими припускався попередній керівник? Якому типу організаційної структури варто надати перевагу нинішньому керівнику? Відповідь обґрунтуйте.

2. Рекламна комунікація фірми «Амадеус»

Харчова промисловість одна з важливих галузей промисловості не лише України, а й будь-якої іншої країни. Тим паче, в Україні складаються сприятливі природно-кліматичні умови для функціонування галузі. Чи не найголовнішою спокусою для сучасної людини з харчових продуктів є солодощі? Проте, чим далі, тим складніше конкурувати фірмам, адже споживач бажає отримати товар хорошої якості і за невеликою ціною.

Це спонукає фірми вдаватись не завжди до чесних методів конкурентної боротьби. Щоб перетворити свою продукцію на справді успішну товарну одиницю, мало злагодженої роботи фірми, хорошого обладнання чи якості самої продукції, тут потрібно враховувати й інші фактори. Іноді, щоб досягнути успішного положення своєї фірми, потрібно витратити на пошуки справді вдалого методу багато років, а іноді вистачає вдалого бізнес-плану, дотримання всіх стандартів якості і доречного комунікативного способу впливу на потенційних покупців.

Фірма «Лісова казка», яка займається виробництвом шоколадних цукерок, батончиків і деяких інших одиниць товару, заснована в 2007 році, коли попит на дану продукцію тільки починав рости.

Фірма «Амадеус», яку заснували в 2014 році, має досить схожий список різновидів товарних одиниць, а її заснування припадає на час, коли в Україні вже є досить потужна мережа фірм даної спеціалізації.

Розміри фірми, кількість робочих місць, фінансування, устаткування і злагодженість колективу двох фірм на належному рівні і схожі за своїми якісними показниками. Тобто вхідні дані обох фірм на одному рівні. Але при цьому всьому станом на кінець 2019 року фірма «Амадеус» досягла статусу успішної

і затребуваної марки даної продукції, а інша фірма, навпаки, зменшує масштаби свого виробництва і відчуває досить великі фінансові проблеми.

З самого початку заснування фірми «Амадеус» керівництвом вирішено приділити окрему і вагому увагу рекламі і популяризації своєї продукції, тобто комунікативному впливові на майбутнього покупця. Кошти, які фірма «Лісова казка» зазвичай залишала на випадок, якщо заробіток не виправдає витрати, фірма «Амадеус», ризикуючи, вклала в рекламну компанію. Рекламна компанія полягала, найчастіше, в якісних рекламних-роліках і рекламних-постерах, хоча були і менш вагомі види реклами, такі як брошури, дегустації в окремих супермаркетах і т.д.

Питання для обговорення:

1. Чи залежить успіх компанії «Амадеус» тільки від рекламної комунікації?
2. Які дії та операції потрібно провести компанії «Лісова казка», щоб вийти на такий самий рівень як її конкуренти?
3. Яку стратегію варто обрати фірмам «Амадеус» і «Лісова казка» на перспективу?. Відповідь обґрунтуйте.

ЛІТЕРАТУРА

1. Брю С. Л., Макконнелл К. Р. Экономикс: краткий курс : пер. с 1-го англ. изд. Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. 462 с.
2. Герасименко В. Г. Основи туристського бізнесу: навч. посіб. Одеса : Чорномор'я, 1997. 160 с.
3. Жигалов В.Т., Л. М. Шимановська Основи менеджменту і управлінської діяльності. К. : Вища шк., 2010. 223с.
4. Збродська О. В., Лаготюк В. О. Менеджмент : навч. посіб. у таблицях і схемах. Чернівці : Родовід, 2015. 128 с.
5. Король О. Д., Крачило М. П. Менеджмент туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2009. 248 с.
6. Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы : справочное пособие. Москва : Альпина Пабlishер, 2016. 132 с.
7. Кузьмін О.Є., Процик І.С., Передало Х.С, Дарміць Р.З. Менеджмент: практичні і лабораторні заняття: Навч. посібник.

Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. 172 с.

8. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 384 с.

9. Писаревський І. М., Нохріна Л. А., Познякова О. В. Менеджмент організацій : навч. Посібник. Харків : ХНАМГ, 2008. 133с.

10. Підгірна В.Н. Менеджмент: тренінговий курс : навч. практик. Чернівці : Чернів.нац.у-т ім. Ю. Федьковича, 2019. 160 с.

11. Руденко В. П., Вацеба В. Я., Підгірна В. Н., Цепенда М. В. Менеджмент туристичної індустрії : підручник у 3-х частинах. Чернівці : ЧНУ, 2019. 540 с.

12. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. 2-ге вид., випр. та доп. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.

13. Хомяков В. І. Менеджмент підприємства : навч. посібн. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : Кондор, 2005. 434 с.

14. Шатун В.Т. Основи менеджменту: навчальний посібник. Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. 376 с.

15. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник. За ред. проф. І.М.Школи. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.

16. Шморгун Л. Г. Менеджмент організацій: навч. посіб. К. : Знання, 2010. 452 с.

17. Підгірна В.Н., Данілова О.М. Характеристика системи менеджменту туристичної індустрії на сучасному етапі. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 31(70). 1. 2020. С. 65-71.

18. Pidgirna, V. Filipchuk, N. Development of the tourist services market in Ukraine under conditions of transformation changer. GeoJournal of Tourism and Geosites. Year XIII, vol. 30, no. 2 supplement, 2020, p.794-800

19. Підгірна В.Н., Анкуца П. Еволюція теоретичних концепцій економічної регіоналістики. Науковий вісник Чернівецького університету: збірник наукових праць. Серія: Географія. Чернівці: ЧНУ, 2017. Вип. 793. С. 26-31.

1.2. МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Вступ

Управління інноваційною діяльністю стало важливою складовою менеджменту туристичного підприємства, зорієнтованого на стратегічний успіх у жорстких конкурентних умовах ринкової економіки. Формування мобільних динамічно розвинутих систем інноваційної діяльності в нашій країні значно пов'язано з масштабними процесами реструктуризації та реформуванням секторів економіки.

Суб'єкти туристичної діяльності проводять наукові дослідження та розробки нового продукту з метою диверсифікації, модернізації основних фондів і запровадження сучасних механізмів управління. Під впливом зростаючої внутрішньої та зовнішньої конкуренції інновації стають важливим елементом функціонування підприємства. Нові ідеї та продукти, прогресивні технології та організаційні рішення все більш визначають успіх туристичного бізнесу, дають можливість впливати і забезпечують фінансову стабільність підприємств. А інноваційний напрямок стратегій і тактики розвитку підприємства висуває нові вимоги до змісту, організації та методики управлінської діяльності, викликає необхідність формування й удосконалення специфічних форм і механізмів інноваційної діяльності на підприємстві.

Обґрунтування змісту практичної роботи. Практична робота «Механізми управління інноваційною діяльністю в туристичних підприємствах» складається з п'яти робіт, комплексне виконання яких передбачає поділ на п'ять завдань, які містять:

- ситуаційно-аналітичне завдання (виконання відповідних завдань до поставленої мети);
- реферативно-семінарська робота (підготувати реферативну доповідь відповідно до змісту та питань обговорення);
- запитання для тренінгу (знати відповіді на питання);
- тестові завдання (визначити правильну відповідь);

- глосарій (використовуючи інформаційні джерела, підготувати обґрунтовані визначення термінів);
- інформаційне забезпечення.

Для виконання практичних завдань потрібно мати доступ до Інтернету та відповідних інформаційних джерел. Виконанні практичні завдання мають містити короткі обґрунтовані відповіді сформовані на основі здобутих знань.

Практична робота 1



1. Ситуаційно-аналітичне завдання

Тема. Комплексний економічний аналіз інновацій та нововведень у туризмі (інновація на вибір).

Мета. на основі економічних техніко-економічних і соціальних особливостей інновацій навчитися аналізувати й оцінювати їх ефективність.

Теоретичні відомості. Основою успіху будь-якої підприємницької діяльності є всебічне оволодіння інформацією, що дає можливість приймати правильні управлінські рішення. Цей висновок стосується будь-якої інноваційної фірми, що впроваджує інноваційний продукт.

Залежно від сфери його застосування і розроблення, а також від його власних характеристик основними при проведенні комплексного економічного аналізу визначено:

- мета інновацій;
- інноваційний потенціал;
- сферу застосування;
- сферу управління;
- джерело появи;
- значення у відтворювальному процесі;
- економічне значення;
- джерело фінансування;
- спрямованість результатів інноваційних процесів;
- ефективність.

Завдання. На основі вищезазначених характеристик проаналізуйте інновацію, підготуйте презентацію та зведену таблицю відповідно до табл. 1.8.



2. Реферативно-семінарська робота

Тема. Особливості інновацій у туризмі та індустрії гостинності.

Мета. Ознайомитися із різновидами інновацій в індустрії туризму на конкретних прикладах

Питання для обговорення:

1. Продуктові інновації в туризмі:

- створення нових туристичних продуктів;
- освоєння нових сегментів туристичного ринку;
- освоєння нових туристично-рекреаційних територій;
- залучення до туристичного сегменту нових видів ресурсів.

2. Управлінські інновації:

- нові методи реалізації маркетингового циклу в туризмі;
- обґрунтування нових методів і форм управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності;
- забезпечення державного та регіонального управління туристичною індустрією.

3. Сервісні інновації:

- впровадження передових методів навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичного бізнесу;
- розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів у туризмі;
- впровадження національної моделі сервісного обслуговування, враховуючи культуру та звичаї туристично-рекреаційних зон.

4. Технологічні інновації:

- впровадження комп'ютерних технологій у систему бронювання та резервування готелів, авіаквитків;
- розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, поліпшення якості послуг.

? 3. Запитання для тренінгу

1. Як Ви розумієте поняття «новація» та «інновація» в туристичній індустрії?

2. Чим відрізняються винахід і відкриття від нововведення? Поясніть на прикладах у туризмі.

3. У чому полягають суть і цілі класифікації інновацій?

4. Які методи класифікації інновацій у туризмі найбільш поширені?

5. У чому полягає сутність управління інноваціями в туризмі?

6. Що розуміється під функціями управління інноваціями?

7. Хто є суб'єктами інноваційної діяльності в туризмі?

8. Що мається на увазі під підвищенням інновативності туристичного підприємства?

9. Які методи управління інноваціями широкоживані в туризмі?



4. Тестові завдання

1. Знайдіть правильне визначення терміна «інновація»:
 - а) інновація – це сукупність елементів, необхідних для розв’язання певних виробничих проблем, і готовність суб’єкта господарювання до їхнього розв’язання;
 - б) інновація – це множина переваг, перспектив і змін, які можуть бути реалізовані за повного задоволення потреб у даній інновації в оптимальний термін;
 - в) інновація – це новостворені і вдосконалені конкурентоспроможні технології, а також продукція і послуги, операційно-технічного рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру.
2. Результатом науково-дослідних або дослідно-конструкторських робіт, що відповідає вимогам, установленим у ЗУ «Про інноваційну діяльність», є:
 - а) інноваційний продукт;
 - б) інноваційний потенціал;
 - в) інноваційний цикл.
3. Залежно від об’єкта і предмета дослідження інновацію можна розглядати як:
 - а) зміни;
 - б) процес;
 - в) результат;
 - г) усі відповіді правильні.
4. Головною функцією інноваційної діяльності в туристичному підприємстві є:
 - а) функція процесу;
 - б) функція змін;
 - в) функція результату.
5. Основними характеристиками інновації в туристичній індустрії є:
 - а) новітність, екологічність і комерційний успіх;

- б) технологічність, технічність і автоматизованість;
- в) зручність, комфортність і простота.



5. Глосарій

Інновація в туризмі, ініціювання інновацій, інноваційне підприємство, інноваційний менеджмент, управління інноваційною діяльністю в туристичному підприємстві, інноваційний потенціал туристичного підприємства.

Інформаційне забезпечення: [2; 3; 11]

Практична робота 2



1. Ситуаційно-аналітичне завдання

Тема. Технологічні уклади розвитку та їх особливості у сфері туризму.

Мета. Знати суть, основні поняття технологічних укладів розвитку світового господарства; уміти визначати їх особливості у галузі туризму в сучасних умовах господарювання.

Теоретичні відомості. Істотним внеском у розвиток інноваційної теорії в будь-якій сфері діяльності можна вважати розробку концепції технологічних устроїв, що визначають рівень конкурентоспроможності продукції і що реалізують цілий комплекс базисних інновацій.

Технологічний устрій – це деяка сукупність виробництв і технологій, що знаходяться приблизно на одному і тому ж рівні розвитку і утворюють таку економічну систему, яка здатна здійснювати процеси підвищення виробництва і власного розширення переважно за рахунок внутрішніх ресурсів.

Технологічні устрої характеризуються ядром, ключовим чинником і організаційно-економічним механізмом регулювання.

Вважається, що у світі пройдено 5 технологічних устроїв, тепер настає шостий технологічний устрій.

У табл. 1.9. наведена характеристика технологічних устроїв розвитку.

VI та VII технологічні устрої зараз знаходяться на етапі формування, тому знакові події є невизначеними, однак для цих устроїв вже сформовані основні характеристики.

Таблиця 1.9

Характеристика технологічних устроїв розвитку

Номер устрою	Зміст	Початок	Знакова початкова подія
I	Початок Першої промислової революції	1772 рік	Створення Річардом Аркрайтом прядильної машини «Water frame» і будівництво ним текстильної фабрики в Кромфордї
II	Епоха пари	1825 рік	Паровоз Locomotion № 1, будівництво залізниці Стоктон – Дарлінгтон
III	Епоха сталі (Друга промислова революція)	1875 рік	Винахід бессемерівського процесу, створення на базі конвертера бессемера заводу Edgar Thomson Steel Works в Піттсбурзі
IV	Епоха нафти	1908 рік	Упровадження на підприємствах Форда стрічкового конвеєра, початок випуску автомобіля Ford Model T
V	Епоха комп'ютерів і телекомунікацій (науково-технічна революція)	1971 рік	Перше вживання назви «Силиконова долина», поява першого мікропроцесора Intel 4004
VI	Нанотехнології	2011 рік	???
VII	Епоха когнітивних технологій	2060 рік	???

CALS-технології – це єдина стратегія уряду і промисловості, що концентрується на перебудові бізнес-процесів у високоавтоматизований та інтегрований процес управління життєвим циклом продукту. Головна мета цієї технології – скорочення часу просування на ринок, скорочення вартості та підвищення якості по усьому життєвому циклу виробів.

Завдання. Підготувати доповіді з питань циклічного розвитку економіки, дослідження М. Д. Кондратьєва, теорії інноваційних процесів Й. Шумпетера. Визначити місце науково-технічних нововведень у системі інноваційної діяльності туристичних підприємств. Визначити необхідні умови розвитку інновацій у туризмі за класифікаційними ознаками.

Дати загальну характеристику технологічних устроїв розвитку й охарактеризувати їх значення у світовій туристичній індустрії.



2. Реферативно-семінарська робота

Тема. Інновації в теоріях економічного розвитку. Інноваційні системи, технологічні уклади та види інновацій у туризмі.

Мета. Ознайомитися з теоретичним обґрунтуванням змісту інновації, проаналізувати концепції та теорії інноваційного розвитку.

Питання для обговорення:

1. Поняття технологічного укладу.
2. Інновації в теоріях економічного розвитку.
3. Становлення теорії інноватики.
4. Сучасні концепції інноваційного розвитку.
5. Цикли еволюції світової економічної та політичної системи.
6. Характеристика розвитку сучасних інноваційних систем.
7. CALS-технології та їх розвиток
8. Види інновацій у туризмі.



3. Запитання та завдання для тренінгу

1. Що є основною запорукою економічного зростання?
2. Назвіть основні джерела економічного розвитку країни.

3. У чому суть екстенсивного, інтенсивного та інноваційного типів економічного розвитку?
4. Якими причинами зумовлена необхідність переходу до інноваційного типу розвитку?
5. Що таке інноваційна економіка? Назвіть її характерні риси.
6. Чим відрізняється інноваційна економіка постіндустріальної епохи від індустріальної економіки?
7. Чому знання є особливим ресурсом?
8. Чому економіку ХХ ст. називають інноваційною економікою?
9. У чому полягає суть теорії інноваційних процесів ІІ. Шумпетера?
10. Дайте визначення понять «технологічний уклад», «CALS-технології».
11. Як проявляється вплив науково-технічних нововведень на розвиток туризму.



4. Тестові завдання

1. М. Кондратьєв – автор:
 - а) теорії технократичного детермінізму;
 - б) теорії довгих хвиль;
 - в) теорії сталого розвитку;
 - г) моделі інноваційної економіки.
2. Уперше ввів термін «інновація»:
 - а) К. Маркс;
 - б) Х. Кларк;
 - в) Й. Шумпетер;
 - г) М. Туган-Барановський.
3. Система поглядів на якесь явище, яка ґрунтується на певному ключовому елементі, – це:
 - а) парафраз;
 - б) гіпотеза;
 - в) консенсус;
 - г) парадигма.
4. Наукомісткість продукції – це:

- а) показник, що характеризує науково-технічний потенціал підприємства, визначається як відношення витрат на НДДКР до обсягу продажу;
 - б) акумулювання коштів компаній та приватних осіб, які використовуються для розвитку НДДКР;
 - в) новий вид продукту, технології, методу як кінцевий результат інноваційного процесу, що його потребує суспільство;
 - г) усі відповіді правильні.
5. Автором теорії «інноваційної економіки» є:
- а) П. Друкер;
 - б) Х. Кларк;
 - в) Й. Шмпетер;
 - г) М. Туган-Барановський.



5. Глосарій

Технологічний устрій, інноваційної теорія, CALS-технології, інноваційна система, інноваційні типи економічного розвитку, наукомісткість продукції, інноваційна економіка.

Інформаційне забезпечення: [4; 5; 8; 12]

Практична робота 3



1. Ситуаційно-аналітичну завдання

Тема. Комплексний економічний аналіз інноваційної діяльності туристичних підприємств (підприємство на вибір).

Мета комплексного аналізу такої діяльності полягає в обґрунтуванні найбільш ефективних напрямів інноваційної діяльності, інноваційних програм і проектів фірми.

Теоретичні відомості. За умов переходу економіки країни і суб'єктів господарювання до інноваційної моделі розвитку значно зростає роль системного та своєчасного аналізу інноваційної діяльності фірми.

Основними завданнями аналізу є:

- визначення відповідності фінансового стану фірми його цільовим параметрам щодо інноваційного розвитку;
- оцінка спроможності до інноваційного розвитку;
- вибір інноваційних проектів;
- оцінка показників інноваційної діяльності;
- виявлення невикористаних резервів підвищення ефективності інноваційної діяльності:
 - оцінка впливу інноваційних рішень на фінансові результати діяльності фірми.

Для комплексного аналізу інноваційної діяльності фірми необхідно використовувати різноманітні джерела інформації: дані спеціальних обстежень, статистичні дані Державного комітету статистики України, звітні дані фірми, реєстри бухгалтерського обліку, первинну документацію фірми.

Основними складовими аналізу визначено

- попередній аналіз інноваційних позицій і потенціалу організації
- аналіз і оцінка стратегії організації;
- аналіз виробничих ресурсів, продажів і джерел фінансування;
- перспективний аналіз варіантів розвитку організації та визначення потреби в інноваціях;
- визначення потреби в інвестиціях, аналіз альтернатив інвестування;
- аналіз витрат на НДДКР і на придбання нематеріальних активів;
- поточний аналіз витрат на придбання та створення об'єктів основних засобів;
- аналіз доходів, витрат і фінансових результатів організації;
- аналіз грошових потоків і оцінка вартості фірми;
- ретроспективний аналіз інновацій та оцінка досягнення стратегічних цілей.

Завдання. На основі вищезазначених характеристик проаналізувати інноваційну діяльність фірми та підготувати презентацію.



2. Реферативно-семінарська робота

Тема. Інноваційні стратегії розвитку країн.

Мета. Проаналізувати та порівняти інноваційні стратегії розвитку країн світу.

Питання для обговорення:

1. Зміст і необхідність формування стратегій розвитку людства
2. Інноваційні стратегії розвитку розвинених країн світу
3. Інноваційні стратегії розвитку постсоціалістичних і пострадянських країн
4. Особливості національної інноваційної стратегії розвитку й основні проблеми її формування



3. Запитання та завдання для тренінгу

1. Хто є суб'єктами інноваційної діяльності?
2. Опишіть суть і завдання інноваційної діяльності на підприємстві.
3. Які є підходи до управління інноваціями?
4. Що розуміється під підвищенням інновативності підприємства.
5. Які методи управління інноваціями широкоживані?
6. Назвіть пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні.
7. Охарактеризуйте складові державного регулювання інноваційної діяльності.
8. Що таке «форсайт економіки» та яке його значення для розвитку туризму?
9. Перелічіть методи та інструменти державного регулювання інноваційної діяльності.
10. Охарактеризуйте зміст державного фінансування НТД в Україні.



4. Тестові завдання

1. Інноваційний потенціал являє собою:
 - а) нові конкурентноспроможні товари та послуги, що відповідають вимогам законодавства;
 - б) сукупність науково-технічних, технологічних та організаційних змін;
 - в) сукупність елементів, необхідних для розв'язання проблем і готовність суб'єкта господарювання до їхнього розв'язання.
2. Інноваційний потенціал характеризується ресурсом інноваційної діяльності, який охоплює:
 - а) фінанси, матеріально-технічну базу, кадровий склад;
 - б) систему управління, новітність, екологічність;
 - в) власність, незалежність, безперервність.
3. Здатність до стабільної виробничої діяльності в межах обраної стратегії в умовах складного та мінливого зовнішнього середовища – це:
 - а) виробничо-технічний потенціал підприємства;
 - б) інноваційний потенціал підприємства;
 - в) конкурентний потенціал підприємства;
 - г) технічний потенціал підприємства.
4. Управління інноваціями включає такі засоби управління:
 - а) економічні і мотиваційні;
 - б) організаційні і правові;
 - в) усі відповіді правильні.
5. Основними функціями управління, які відображають саме зміст інноваційної діяльності, є:
 - а) формування інноваційних цілей та прогнозування;
 - б) планування та контроль;
 - в) організація та стимулювання;
 - г) усі відповіді правильні.



5. Глосарій

Інноваційний потенціал туристичної організації, внутрішня норма рентабельності, економічна ефективність інноваційного

проекту, інноваційна інфраструктура, інноваційна політика підприємства, інноваційна стратегія підприємства, організаційна структура управління, суб'єкти інноваційної діяльності, сфера інноваційної діяльності, управління інноваційним процесом.

Інформаційне забезпечення: [2; 5; 8; 11

Практична робота 4



1. Ситуаційно-аналітичне завдання

Тема. Інноваційні процеси в управлінні туристичними підприємствами та просуванні туристичного продукту на ринок. Система динамічного моделювання туристичного бізнесу.

Мета. Знати суть і особливості інноваційних форм управління туристичними підприємствами в рамках країни та міжнародному масштабі; знати суть і етапи моделювання туристичного бізнесу; уміти визначати та проводити порівняльний аналіз інновацій у системі просування та комерціалізації туристичного продукту.

Теоретичні відомості. Туристичний бізнес спирається на фундамент накопичених знань. Тому потрібно спочатку вивчити досвід минулого, співвіднести його з сьогоденням, стати експертом у своїй галузі, лише потім утілювати нові ідеї та впроваджувати інновації.

Однією з ознак успіху на ринку є збільшення ринкової долі. Дослідження показують, що не реклама і не активне просування продукту забезпечують стійке зростання частки ринку, а інновації на всіх напрямках туристичної діяльності. Інноваційні процеси проходять у міждержавних і національних системах управління туристичною діяльністю: освоєнні нових технологій (електронна торгівля, створення віртуальних туристичних фірм); формах маркетингу, створенні туристичного продукту.

Упровадження електронного бізнесу дозволяє: використовувати економічніші канали зв'язку з компаніями і цільовими ринками: споживачам простіше і швидше придбавати туристичний продукт, що призводить до збільшення обороту й обсягу витрат: забезпечувати вищий рівень обслуговування і утримання

споживача; скорочувати витрати завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій і спрощенню процедури торговельних угод.

Найважливішим аспектом електронного бізнесу і маркетингу є управління взаєминами зі споживачем через споживчий маркетинг (Customer Relationship Management – СКМ).

СКМ передбачає накопичення детальної інформації про споживачів. Інформація охоплює соціально-демографічну характеристику, інтереси, вид діяльності та запити споживачів.

Електронна торгівля є новою формою ринкових стосунків і новою формою ринкових відносин, яка ґрунтується на застосуванні новітніх телекомунікаційних технологій, у першу чергу системи Інтернет.

У 1990-х рр. в Італії для створення іміджу країни, привабливої для туризму, була розроблена цільова стратегія – маркетинг для продукту. Його мета полягає в тому, щоб створювати і просувати туристичний продукт, який виражає і відображає територіальні особливості та поєднує цінності довкілля зі специфічними місцевими умовами прийому, обслуговування туристів.

Розробка стратегії маркетингу для продукту привела до створення об'єднань (асоціацій), що мають назву «Клуб продукту».

Це добровільні групи різних професійно діючих учасників ринку і територіальних співтовариств, метою яких є просування специфічного туристичного продукту (оздоровлення, відпочинок в горах, на озерах, морі, знайомство з культурно-історичними цінностями, гастрономічними дослідженнями та ін.).

Національне агентство Італії з туризму (ЕНІТ) створювало «клуби продукту», виходячи з постулату, що кожен сегмент ринку повинен мати особливу мотивацію до здійснення поїздки. Для кожного з клубів були розроблені цільові програми, які визначають, які послуги, якій категорії туристів і на ринках яких країн пропонувати.

Завдання. Підготувати презентаційну доповідь про інноваційні процеси у просуванні та комерціалізації туристичного продукту в різних розвинених з точки зору туризму країнах (країна на вибір).



2. Реферативно-семінарська робота

Тема. Нові форми ринкових відносин у туризмі.

Мета. Проаналізувати сучасні форми ринкових відносин, знати їх відмінності та переваги в організації управління.

Питання для обговорення:

1. Електронна торгівля як нова форма ринкових відносин.
2. Споживчий маркетинг (СКМ).
3. Поняття динамічного моделювання бізнесу. Етапи динамічного моделювання бізнесу.

? 3. Запитання для тренінгу

1. Чим споживчий маркетинг відрізняється від класичного маркетингу в туризмі?
2. У чому полягає суть «клубів продукту» в туризмі?
3. Якими діями характеризується кожен етап динамічного моделювання бізнесу?
4. За допомогою яких методів можна провести аналіз позиціонування компанії на ринку?
5. З якою метою вивчають споживачів з точки зору чутливості до інновацій?



4. Тестові завдання

1. Процес поширення нововведення для використання у нових місцях, сферах чи умовах – це:
 - а) інваріантність нововведення;
 - б) дифузія нововведення;
 - в) система франчайзингу;
 - г) трансфер інновацій.
2. Інновації, що забезпечують виживання підприємства, оскільки здійснюються у відповідь на дії конкурентів – це:
 - а) псевдоінновації;
 - б) поліпшувальні інновації;
 - в) реактивні інновації;
 - г) організаційні інновації.

3. Конкуренентоспроможність нововведення – це:
- а) боротьба між товаровиробниками за вигідніші умови виробництва та збуту товару;
 - б) техніко-експлуатаційні параметри новації в оцінці для споживача на даному сегменті ринку;
 - в) результати фундаментальних досліджень, що досить швидко стають відомі у світі і широко використовуються;
 - г) бажання знизити витрати на виробництво товару, щоб пропонувати товар за ціною, нижчою, ніж у конкурентів.
4. Методи організації інноваційного процесу – це:
- а) сукупність засобів і можливостей у галузі освіти та виробництва, які втілюють найновіші досягнення НТП.
 - б) процес створення, поширення та втілення новації, яка задовольняє нові суспільні потреби;
 - в) способи організації робіт від формулювання ідеї до досягнення комерційного результату;
 - г) систематизований вплив державних інститутів на напрями наукового розвитку.
5. Основним принципом оцінювання економічної ефективності реалізації інновацій є:
- а) порівняння ефекту (результату) від застосування нововведень і витрат на їх виробництво та споживання;
 - б) порівняння ефекту (результату) від застосування нововведень і витрат на їх розроблення, виробництво та споживання;
 - в) порівняння ефекту від застосування нововведень і витрат на їх розроблення;
 - г) порівняння ефекту (результату) від застосування нововведень і витрат на їх розроблення та виробництво.



5. Глосарій

Внутрішня норма рентабельності, дифузія нововведення, інжиніринг, інновації процесу, інновації ринкові, інноваційний проект, інноваційний процес, інноваційний товар (товар-новація), показник наукомісткості виробництва, пробний маркетинг, торговельні марки.

Інформаційне забезпечення: [1; 6; 9; 11]

Практична робота 5



1. Ситуаційно-аналітичне завдання

Тема. Інноваційні форми партнерства в управлінні туристськими підприємствами.

Мета. Знати основні форми партнерства в туристичному бізнесі та особливості організації управління ними.

Теоретичні відомості. Однією з поширених форм ділового партнерства є **стратегічні альянси**, які в секторі послуг створюються набагато частіше, ніж у сфері виробництва.

Головною умовою стратегічного альянсу є співпраця між підприємствами з метою підвищення конкурентоспроможності учасників. Стратегічні альянси можуть мати різні форми – від договору про співпрацю до спільного підприємства. Партнерство здійснюється шляхом узгодження ефективних стратегічних напрямів діяльності, обміну ресурсами (технології, професійні навички та ін.), що являють собою взаємний інтерес, та інформацією.

Компанії об'єднуються для досягнення певної мети, зберігаючи незалежність; компанії спільно контролюють виконання поставлених завдань і ділять переваги, отримані в результаті об'єднання; роблять свій внесок в одну або більше сфер стратегічної діяльності (технології або продукти).

Процеси ділового партнерства відбуваються й у сфері туризму. Задовольнити потреби клієнтів можна лише використовуючи ресурси багатьох компаній. Жоден виробник туристських послуг не у змозі самостійно надавати усе різноманіття послуг, а також забезпечити комплексний розвиток центрів, що відвідуються туристами.

Ділове партнерство в туризмі призводить до різних форм співпраці: для боротьби з конкурентами; об'єднання з учасниками бізнесу з інших сфер діяльності; створення «клубів» для спільної роботи з реалізації специфічного туристського продукту на ринках інших країн; для спільного перевезення туристів; створення франчайзингових мереж; упровадження інновацій.

В останні десятиліття змінюється і структура готельного бізнесу. На початку 1990-х рр. американська готельна індустрія створила нову форму фінансування – **ділову корпорацію**, що має податкові пільги відносно прав власності. Упровадження такого виду фінансування розділило права володіння і управління – з'явився новий тип власників готелів. Раніше власники були «фахівцями готельного бізнесу», а тепер стали «власниками нерухомості». У готельній індустрії з'явилися два різні типи фахівців: власники готелів, що займаються бізнесом, і адміністратори, організуючі прийом і обслуговування клієнтів.

До тих пір, поки великі компанії купують готельні ланцюжки або здійснюють політику злиття, незалежні готелі залишаються осторонь. Проте їм стає все важче діяти самостійно.

Розвиток **франчайзингу** дає можливість власникам великих компаній відкривати свої готелі поряд з незалежними готелями і переманювати у них клієнтів. Стратегія протистояння і конкуренції призводить до необхідності розвитку партнерських відносин. Тому деякі незалежні підприємства вважають за краще об'єднуватися в **добровільні союзи**. Такі об'єднання, як правило, створюються на базі готелів, що мають однакову стратегію та імідж.

Прикладом найбільшого у світі союзу такого типу є Best Western. Таке партнерство дозволяє невеликим готелям протистояти великим готельним ланцюжкам.

Готельний консорціум – група організацій у сфері готельного бізнесу, основана на союзі з метою отримання взаємної вигоди для своїх членів. Основна причина організації консорціумів – маркетинг. Консорціум дозволяє готелю бути незалежним щодо власності та управління, отримуючи переваги від об'єднання зусиль у сфері маркетингу.

Об'єднуючись у консорціуми, власники незалежних готелів запрошують досвідчених менеджерів управляти своїми готелями за контрактом. Так власники, не входячи до складу керівництва крупних готельних мереж, самі за допомогою найманих менеджерів управляють своєю власністю.

Об'єднання незалежних готелів у консорціум дозволяє їм конкурувати з інтегрованими мережами. Готельний консорціум виграє від економії на масштабі стосовно маркетингу, придбан-

ня обладнання, об'єднання в комп'ютерну систему бронювання. За участь у консорціумі стягується плата, яка становить 1 % обороту.

Виділяють чотири основні види консорціумів:

– повні консорціумні забезпечують не тільки загальне маркетингове дослідження та обслуговування, але й допомагають в управлінні людськими ресурсами, організації закупок;

– маркетингові консорціуми передбачають маркетингові дослідження;

– консорціумні системи бронювання забезпечують центральну систему бронювання;

– спрямовані консорціуми являють собою об'єднання готелів з авіакомпаніями та їх системами бронювання.

Завдання. Підготувати в табличній формі опис особливостей ділових стосунків залежно від видів управління туристськими (готельними, ресторанными) підприємствами (стратегічні альянси, ділові корпорації, добровільні союзи, готельні консорціуми, франчайзинг).

- структура управління підприємствами за визначеною формою ділового партнерства;

- розподіл прибутків;

- контроль витрат, якості обслуговування;

- система підготовки та підвищення кваліфікації кадрів;

- переваги та недоліки визначеного виду ділового партнерства.

- перспективи розвитку ділового партнерства в Україні



2. Реферативно-семінарська робота

Тема. Сучасні форми відносин і співробітництва в туризмі. Стратегічні альянси в міжнародному туризмі.

Мета. Проаналізувати форми ринкових відносин і співробітництва в туристичній індустрії, знати їх відмінності та переваги в організації управління ними.

Питання для обговорення:

1. Форми ділового партнерства:

– стратегічні альянси;

- ділові корпорації;
- добровільні союзи;
- готельні консорціуми;
- франчайзинг у системі готельного бізнесу;
- контракти й управління.

2. Ділова корпорація як нова форма фінансування готельних підприємств.

3. Добровільні союзи як форма партнерських відносин.

4. Приклади ділового партнерства в міжнародній практиці і в Україні у сфері готельного господарства, туризму, ресторанного, курортного господарства;

? 3. Запитання та завдання для тренінгу

1. Назвіть недоліки та переваги стратегічних туристських альянсів.

2. Наведіть приклади стратегічних альянсів, ділових корпорацій, добровільних союзів у сфері туризму.

3. Чим відрізняються умови вступу та співпраці стратегічних альянсів і ділових корпорацій?

4. Розкрийте зміст комплексу організаційних форм інноваційної діяльності.

5. Опишіть види регіональних науково-технічних центрів та їх функції.

6. Розкрийте суть технопарків і технополісів у розвитку туристичного бізнесу та наведіть приклади.

7. Охарактеризуйте роль фінансово-промислових груп і холдингових компаній інноваційної діяльності туристичного сектору.



4. Тестові завдання

1. Стратегічний альянс, створений для проведення фундаментальних, пошукових досліджень у напрямках, що обіцяють революційні зміни в техніці і технології виробництва, має назву:

- а) спільна науково-технічна і виробнича діяльність;
- б) асоціація;

- в) консорціум;
 - г) спільне підприємство.
2. Технополіс – це:
- а) компактно розміщений на підготовленій території комплекс дослідних інститутів, ВНЗ, лабораторій, наукових центрів, дослідних заводів і виробничих підприємств з розвиненою інфраструктурою;
 - б) модель технопарку, що розвивається на базі невеликих міст, цілеспрямовано зорієнтованих на розміщення в них науково-виробничих комплексів упроваджувальних венчурних організацій;
 - в) центри для розвитку фундаментальної науки та центри з підготовки кадрів;
 - г) центри дозвілля та відпочинку.
3. Сукупність моделей технопарків – це:
- а) науково-промисловий комплекс;
 - б) технопарк;
 - в) бізнес-«інкубатор»;
 - г) технополіс.
4. Моніторинг суб'єктів ринку з метою виявлення перспективних напрямів інноваційної діяльності повинен здійснюватися у таких напрямках:
- а) аналіз споживачів; аналіз умов конкуренції;
 - б) аналіз рівня науково-технічного потенціалу підприємства;
 - в) вивчення товару-новації;
 - г) правильно все вище перераховане.
5. Організаційна структура, мета якої – створення сприятливих умов для стартового розвитку малих підприємств через надання їм певного комплексу послуг і ресурсів – це:
- а) технопарк;
 - б) бізнес-центр;
 - в) бізнес-інкубатор;
 - г) технополіс.



5. Глосарій

Асоціація, бізнес-інкубатор, венчурні фірми, гуртки якості, консалтинг, консорціум, концерн, корпорація, науково-техніч-

ний альянс, регіональні науково-технологічні центри (РНТЦ), технопарк (науково-технічний парк), технополіси, франчайзер та франчайзі, холдинг, центр трансферу технологій.

Інформаційне забезпечення: [3; 4; 7; 10]

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посібник / Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 373 с.

2. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвитку туристичної галузі України // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шев'ченка. Економіка. 2015. № 7 (172). С. 65-69.

3. Економіка й організація інноваційної діяльності : підручник / [О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін.], під ред. проф. О. І. Волкова, проф. М. П. Денисенка. Київ : Професіонал, 2004. 960 с.

4. Інноваційні технології в туризмі : Навчальний посібник / укл. А. Гуцол. – Северодонецьк : ПП «Поліграф-Сервіс», 2015. 343 с.

5. Інноваційний розвиток промисловості України. Монографія / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін.; під ред. проф. О. І. Волкова, проф. М. П. Денисенка. К. : КИТ, 2006. 648 с.

6. Иохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності : навч. посібник / М. А. Иохна, В. В. Стадник. К. : Вид-й центр «Академія». 2005. 400 с.

7. Економіка й організація інноваційної діяльності : підручник / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. ; під ред. О. І. Волкова, М. П. Денисенка. К. : ВД «Професіонал», 2004. 960 с.

8. Козак Ю. Г. Міжнародні стратегії економічного розвитку / Ю. Г. Козак, Ю. І. Єхануров, В. В. Ковалевський та ін. К.; 2005. 151 с.

9. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекта). 3-є видання, перероб. та доп. : навч. посібник / О. О. Любіцева. К. : «Альтпрес». 2005. 436 с.

10. Макаренко І. П. Національна інноваційна система України : проблеми і принципи побудови / І. П. Макаренко, Н. М. Копка, О. Г. Рогожин. В. І. Кузьменко. К. : Ін-т проблем національної безпеки. 2007 р. 520 с. укр.

11. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія / за ред. С. М. Ілляшенка. Суми : ВТД «Університетська книга». 2008. 615 с.

12. Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України № 40-IV від 04.07.2002 (редакція від 05.12.2002). Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.

1.3. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Вступ

Управління персоналом – відносно молода наука. Хоча велика кількість її ідей і теорій виникли на початку ХХ ст. і навіть раніше. Довгий час вони розвивалися у межах різних наук, пов'язаних з виробництвом і діяльністю, головно комерційних, а також некомерційних, насамперед державних організацій. Залежно від того, у межах яких наук досліджувалися і розроблялися ідеї управління персоналом, для характеристики цієї науки використовувалися відповідні терміни. Так, у США управління персоналом розвивалося в основному у межах біхевіористських, поведінкових наук, що безпосередньо вплинуло на назву цієї дисципліни. Там, незважаючи на те, що процес виділення управління персоналом у самостійну науку завершився у 60-70-х роках ХХ ст., вона і сьогодні називається по-різному: «організаційна поведінка» або «управління людськими ресурсами» (іноді ці терміни характеризують відносно самостійні науки, до того ж «організаційна поведінка» трактується як ядро, найважливіша складова частина «управління людськими ресурсами»).

Управління персоналом як наука існує на двох рівнях: теоретичному (мета – одержання нових знань шляхом опису і класифікації явищ, установлення причинно-наслідкових, функціональних та інших взаємозв'язків і закономірностей між ними, прогнозування типових організаційних ситуацій); прикладному (управління персоналом займається питаннями зміни і перетворення реальних виробничих ситуацій, розробкою конкретних моделей, проектів і пропозицій для підвищення ефективності використання робітників).

Між двома рівнями управління персоналом існує тісний взаємозв'язок: з одного боку, теорія виступає методологією конкретного аналізу і проектування, з іншого – дані прикладних досліджень складають базу для побудови гіпотез і розвитку теорії.

Комплексний, інтегративний характер управління персоналом виявляється у структурі знань управління персоналом як науки. Її ядро складають власні, специфічні знання, що відображають, по-перше, вплив різних характеристик працівників на їхнє залучення на підприємство, відбір і організаційну поведінку і, по-друге, засоби та прийоми практичного використання встановлених взаємозв'язків з метою забезпечення економічної і соціальної ефективності підприємства.

Отже, управління персоналом вивчає людину в єдності усіх її проявів, що впливають на усі процеси у підприємстві: від її залучення до ефективного використання всього її потенціалу.

Практична робота 1

Тема. Розробка резюме під час пошуку роботи

Питання для обговорення.

1. Що таке резюме, його типи.
2. Вимоги до написання резюме.
3. Структура резюме.
4. Принципи написання резюме.
5. Основні недоліки при написанні резюме.

Мета. Ознайомитися з принципами й особливостями складання резюме, а також використання на практиці отриманої інформації.

Теоретична частина. Резюме – коротка інформація про себе як фахівця, із зазначення освіти, спеціальності (кваліфікації), професійних достоїнств, трудової біографії, своїх цілей у пошуку роботи. Резюме – це один з найефективніших засобів самореклами. Головна мета резюме – привернути до себе увагу роботодавця, створити у нього сприятливе враження про себе й отримати запрошення на особисту зустріч. Під час написання резюме важливо пам'ятати, що воно стане Вашою візитною карткою і повинно виділяти Вас зі всього загалу людей, які шукають роботу.

Структура резюме:

1. Ім'я та прізвище (по батькові можна пропустити)
2. Основні особисті дані: дата і місце народження, адреса,

контактні телефони, електронна адреса. Напишіть свій номер телефону. Вказувати адресу проживання не варто, бо навряд чи роботодавець стане писати Вам листи. А ось адресу електронної пошти потрібно написати обов'язково. Також не завадить указати місто свого проживання або місто, в яке Ви готові переїхати (якщо готові).

3. Мета пошуку роботи (необов'язково, але бажано): коротка інформація щодо того, яку посаду Ви хочете отримати і чому Ви претендуєте на неї. Якщо резюме відправляється на конкретну вакансію, то замість мети пишеться назва або код цієї вакансії.

4. Освіта та професійна підготовка: вкажіть навчальний заклад, який Ви закінчили, отримані спеціальність і кваліфікацію. Спочатку напишіть про вищу освіту або середню спеціальну. Зробити це варто хоча б тому, що так Ваш майбутній роботодавець зможе зрозуміти, що Ви можете довести проект до кінця. Вистачило ж вам мужності, терпіння й здібностей закінчити інститут :). Але, зрозуміло, це також дозволить йому дізнатися про Вас як про фахівця, зрозуміти, які знання Ви можете мати. Не забувайте про додаткові курси, тренінги, семінари, які Ви відвідали за фахом. Покажіть, що Ви не стоїте на місці та постійно вдосконалюєтеся.

5. Досвід роботи (якщо є): подавайте у зворотній хронологічній послідовності. Тобто починати варто з останнього місця роботи, а закінчувати – першим. Якщо на професійному шляху Вам доводилося працювати зовсім не за тією спеціальністю, на яку Ви претендуєте, цю інформацію можна пропустити.

Дуже важливо якомога детальніше описати, що саме входило у Ваші обов'язки і яких висот Ви досягли. Не обов'язково використовувати складні конструкції. Опишіть своїми словами, що робили, чим займалися, що впровадили та здійснили на попередній роботі. Не забудьте про свої досягнення! Є можливість додати контактні дані тих, хто може порекомендувати Вас як фахівця, – це ж чудово! Що більше рекомендацій, то ліпше.

6. Додаткова інформація: позначте ділові якості, знання мов, уміння користуватися комп'ютерними програмами, водійські права і т.д. Залиште комунікабельність, відповідальність, акуратність і пунктуальність конкурентам. А для свого резюме використовуйте оригінальну характеристику, яка справді відповідає Вашому внутрішньому світу.

7. Дата складання резюме.

Головні вимоги до написання резюме:

- Викладайте інформацію в резюме лаконічно, конкретно, правдиво і грамотно.

- Підкресліть свої позитивні якості, досягнення і результати.

- Давайте тільки ту інформацію, яку можете підтвердити.

- Зробіть резюме привабливим за формою і легким для сприйняття.

- Не треба вказувати або вносити в резюме: свої фізичні дані й опис здоров'я; свої слабкі сторони; соціальне походження, віросповідання, політичні погляди; причини, з яких Ви пішли з роботи; вимоги до зарплати; своє фото (винятком можуть бути випадки, коли в бланку резюме це передбачено).

Завдання. Скласти своє резюме для пошуку роботи на основі отриманих даних.

Практична робота 2

Тема. Розробка моделі робочого місця й оголошення про наявність вакантної посади

Питання для обговорення

1. Теоретичні аспекти підбору персоналу.

2. Моделі робочих місць.

3. Професійний відбір персоналу.

Мета. Ознайомитися з підбором працівника до вакантної посади.

Теоретична частина. Основа правильного підбору кадрів – наявність об'єктивної інформації про працівника і формальних вимог до вакантної посади для того, щоб обґрунтовано провести їх поєднання. Підбір та оцінка працівників становлять важливий розділ системи роботи з персоналом і повинні вироблятися на науковій основі. По-перше, виходячи з конкретних особливостей підприємства і його підрозділів, підбираються працівники, які можуть виконувати поставлені завдання. Найчастіше цей підбір ведеться на основі якісних методів, оскільки проводиться керівником або фахівцем кадрової служби, як правило, з його особистих оцінок обсягу робіт за конкретною професією, в умовах відсутності повної інформації про ділові якості і професійну

компетенцію працівника. Недолік даного способу полягає в обмеженні всебічного розвитку особистості здатного працівника, який повинен пристосовуватися під конкретне робоче місце (посаду).

По-друге, підбір персоналу здійснюється, виходячи з професійної підготовки, виробничого досвіду і якостей працівника. Склад функціональних обов'язків і трудомісткість роботи визначаються на основі організаційних документів або досвіду керівника під конкретного працівника. Недоліком цього способу є можливість заняття вакантних робочих місць у міру заповнення штатного розкладу підприємства менш здатними робітниками або службовцями через те, що вони надійшли на роботу раніше. Коли з'являється висококваліфікований працівник, то вакантне місце може бути зайняте іншою людиною, яка має нижчі кваліфікацію, виробничий досвід або творчі здібності. По-третє, шляхом поєднання першого і другого способів, коли для висококваліфікованих робітників і службовців підбираються робочі місця зі зміною існуючого розподілу функцій, а для інших посад підбір кадрів ведеться, виходячи з нормативних вимог робочих місць. Цей спосіб більш гнучкий, оскільки дозволяє врахувати конкретні особливості роботи підприємства, кваліфікацію персоналу і створити умови для всебічного розвитку людей. У всіх перерахованих випадках основою правильного підбору слугує наявність об'єктивної інформації про працівника і робоче місце для того, щоб обґрунтовано провести аналіз їх відповідності. Підбір персоналу являє собою процес підбору відповідних кандидатур на вакантні робочі місця, виходячи з наявного резерву кадрів на біржі праці та підприємстві.

Підбір персоналу складається з таких елементів:

- 1) розрахунок потреби в кадрах робітників і службовців;
- 2) моделі робочих місць;
- 3) професійний підбір кадрів;
- 4) формування резерву кадрів.

Вихідними даними для підбору персоналу є:

- 1) моделі робочих місць;
- 2) філософія організації;
- 3) правила внутрішнього розпорядку;
- 4) організаційна структура виробництва;

- 5) штатний розклад організації;
- 6) положення про підрозділи;
- 7) контракт співробітника;
- 8) посадові інструкції;
- 9) положення про оплату праці;
- 10) положення про службу і комерційну таємницю.

Моделі робочих місць. Ефективне розв'язання проблеми підбору персоналу вимагає розробки науково обґрунтованих моделей робочих місць робітників і службовців, які забезпечують підбір, оцінку і розстановку кадрів на єдиній методологічній основі. Модель складається з 15 елементів, які являють собою якісні та кількісні характеристики моделі робочого місця (табл. 1.10).

Таблиця 1.10

Професійна модель робочого місця

Елементи моделі	Основні характеристики	Ваговий коефіцієнт
1. Кадрові дані		
2. Досвід працівника		
3. Професійні знання		
4. Професійні вміння		
5. Особистісні якості		
6. Психологія особистості		
7. Здоров'я і працездатність		
8. Рівень кваліфікації		
9. Службова кар'єра		
10. Хобі (захоплення)		
11. Шкідливі звички і недоліки		
12. Організація праці		
13. Оплата праці		
14. Соціальні блага		
15. Соціальні гарантії		
Разом		

Завдання.

1) Використовуючи таблицю «Професійна модель робочого місця», заповніть основні характеристики для конкретної вакантної посади, оцініть кожен елемент ваговим коефіцієнтом від 0 до 6 за значущістю елемент;

2) на підставі розробленої моделі розробіть оголошення про найм на роботу.

Практична робота 3

Тема. Організація набору та відбору персоналу

Мета. Засвоїти основні принципи пошуку вакансій, а також ознайомитися з видами тестів, що застосовують у процесі відбору персоналу.

Теоретичні відомості. Джерелом вакансій може бути будь-яка особа чи організація, яка може запропонувати Вам роботу. Джерела вакансій – це не тільки вакансії, про які повідомляється.

Інформацію про вільні робочі місця можуть надати:

- засоби масової інформації (преса, радіо, телебачення);
- масові інформаційні заходи (Дні кар'єри, презентації підприємств, установ, організацій, ярмарки вакансій, аукціони спеціалістів, міні-зустрічі з роботодавцями тощо);
- Internet;
- кадрові агентства;
- особисті контакти: друзі, родичі, знайомі;
- довідники місцевих компаній;
- оголошення у громадських місцях;
- служби зайнятості тощо.

Де треба шукати вакансії?

Друковані ЗМІ. У процесі залучення менеджерів нижньої ланки, обслуговуючого персоналу, рекламних і торгових агентів найліпше скористатися спеціалізованими виданнями («Робота для Вас», «Робота сьогодні» та ін.).

Для залучення висококваліфікованих фахівців і менеджерів середньої ланки в останні роки все більш популярними стають спеціальні розділи у газетах, журналах («Капітал», «Кар'єра», «Бізнес» і т.д.).

При цьому доцільно керуватися правилом: чим менш кваліфікованого фахівця Вам потрібно найняти, тим у більш дешеві видання треба звертатися.

Залучення менеджерів вищої ланки найбільш складна процедура, що потребує значних витрат. Як правило, він здійснюється по особистих каналах або через спеціалізовані рекрутингові агентства. Звертання до масових друкованих видань вважається малоефективним.

Радіо. Такі масові радіостанції як «Україна» та ін. надають рекламу про різні вакансії. Однак інформація про наймання менеджерів вищої і середньої ланки не знайде потрібну аудиторію, адже ці люди слухають інші радіостанції, переважно – в автомобілі. Тож заявки на представників робочих спеціальностей (монтажників, будівельників) доцільно розміщувати на масових радіостанціях.

Телебачення. Треба мати на увазі, що рекламний час на телебаченні коштує надзвичайно дорого. Варто звернути увагу на оголошення по кабельному телебаченню, але треба враховувати локальне охоплення аудиторії і час виходу в ефір. Найбільший ефект від розміщення оголошення про вакантну посаду на телебаченні досягається при підборі малокваліфікованого персоналу.

Одним із найбільш перспективних каналів пошуку фахівців технічного профілю, а також менеджерів середньої ланки є Інтернет. Однак цей вид послуг тільки розвивається, тому, незважаючи на символічну плату (за під'єднання до мережі), вибір кандидатів відносно невеликий.

Переваги неформальних каналів безперечні – практично нульові витрати. Недоліки теж очевидні – невеликий вибір фахівців потрібної кваліфікації і можливий психологічний дискомфорт у випадку конфлікту з людиною, прийнятою на роботу.

Освітні організації. У багатьох випадках підприємству цілком може підійти випускник профільного ВНЗ з мінімальним досвідом роботи зі спеціальності або навіть зовсім без нього. Однак не в усіх ВНЗ створені підрозділи, що кваліфіковано займаються працевлаштуванням своїх випускників і студентів.

Результативним є неформальне спілкування з працівниками навчальної частини або деканату: можна підібрати 2-3 кандидатури практично безкоштовно.

Відвідавши професійні клуби й асоціації (Кадрові клуби, Асоціацію юристів, Колегію аудиторів і т.д.), можна налагодити дуже корисні контакти.

Агенти-розповсюджувачі. Цей спосіб дуже ефективний для залучення малокваліфікованого персоналу. Найбільш масовим буде охоплення населення через мережу агентів. Агенти-розповсюджувачі можуть запропонувати інформацію про підприємство на вакантні місця усім бажаючим, розмістити її на дошках оголошень і т.д. Порівняно дешево й ефективно діють оголошення у транспорті. Водночас не варто надмірно використовувати цей спосіб – можна завдати шкоди іміджу підприємства, якщо контроль за роботою агентів виявиться недостатнім.

Переманювання працівників. Щоб твердо знати, якого саме працівника сторонньої (часто конкуруючої) організації має бути перевербовано, необхідно провести тривалу підготовчу роботу. Нерідко факт прямого переманювання стає явним і можуть виникнути серйозні неприємності, наслідки яких важко усунути. Набагато дешевше звернутися у спеціалізоване рекрутингове агентство, яке – серед інших – може запропонувати і послуги щодо переманювання конкретного фахівця (послуга називається head-hunting).

Для роботодавців звертання до послуг бірж праці та агентств з працевлаштування цікаве тому, що в звичайного агентства такого типу послуги безкоштовні – гроші, як правило, беруться зі здобувачів.

До недоліків даного способу потрібно віднести занадто вузький вибір кандидатів і високу імовірність того, що агентство буде представляти в першу чергу інтереси кандидата.

Найбільш ефективний спосіб підбору персоналу (за співвідношенням часу підбору, якості фахівця і вартості послуг) – за допомогою рекрутингових агентств.

Головна перевага співробітництва з рекрутерами полягає в тому, що останні підбирають не просто кваліфікованих, але і психологічно сумісних, інтелектуально розвинених, прогресивно мислячих кандидатів, тобто фахівців, які практично цілком відповідають усім вимогам замовника.

Ще одна безсумнівна перевага агентств – широта охоплення потенційних здобувачів. Відділ кадрів часто вибирає серед

людей, які звернулися за оголошенням (усіх тих, для кого пошук роботи актуальний саме в даний момент), а їхнє коло може виявитися дуже вузьким. У солідного рекрутингового агентства є розгалужена база даних про фахівців потрібного профілю, кількість яких у сотні разів перевищує кількість кандидатур, знайдених роботодавцями самостійно. При цьому треба враховувати, що в базу потрапляють тільки відповідні фахівці, які пройшли багатоетапний відбір (інтерв'ю, професійно-психологічні тести і т.д.). Перевага очевидна: замість одного-двох кандидатів можна одержати на вибір 3-5 практично рівноцінних висококласних фахівців.

До того ж, рекрутингове агентство заощадить багато часу кадровій службі і адміністрації підприємства, відсіваючи усіх непотрібних, випадкових і слабких кандидатів. Використовуючи свою базу даних і ділові контакти, рекрутер може знайти потрібного фахівця за день-два. При цьому не тільки знайти, але й організувати зустріч з роботодавцем, допомогти у звільненні та прийомі на роботу, улагодити інші дрібні формальності.

Якщо підприємству потрібен фахівець з конкуруючої організації, найбільш ефективний шлях, як указувалося вище, – звернутися в рекрутингове агентство. Серйозне агентство, яке практикує head-hunting, володіє докладною інформацією про всіх фахівців, які входять в еліту своєї сфери бізнесу, має багатий досвід роботи, великі зв'язки і має у своєму розпорядженні висококласних професіоналів з переманювання фахівців.

Середній термін виконання замовлення рекрутинговим агентством – 2-3 тижні. Але він може значно змінюватися – від одного дня до декількох місяців залежно від терміновості та складності, що впливає на вартість послуг. Гарантія у даному випадку – час, протягом якого агентство зобов'язується безкоштовно замінити фахівця у випадку його дострокового звільнення на рівноцінного, – складає від місяця до року (найчастіше – три місяці).

Рекламні оголошення про наймання працівників стосовно перерахованих вище способів добору необхідних фахівців можуть або доповнювати їх, або бути основним джерелом наймання.

Мета такого оголошення – одержати ефективний результат з мінімально можливими витратами.

Рекламне оголошення про наймання працівників повинно містити інформацію про:

- ключові елементи роботи;
- необхідну кваліфікацію;
- місцезнаходження підприємства;
- рівні підпорядкування (кому підкоряється претендент);
- передбачувану заробітну плату (ця інформація, як правило, удвічі підвищує шанси на успіх).

При складанні та перевірці оголошення про прийом на роботу треба подбати про те, щоб воно створювало найліпший імідж підприємству.

Його необхідно сприймати як захід «паблікрілейшнз», не забуваючи, однак, про те, що це оголошення про набір персоналу. Добре оформлене оголошення з ретельно виділеним текстом може підвищити в очах громадськості репутацію підприємства, невіддале – може «підмочити» цю репутацію.

Виділяються деякі закономірності. Наприклад, оголошення в газетах майже однаково ефективні для запрошення працівників як із професійно-технічною, так і з управлінською орієнтацією. Приватні агентства з наймання найбільш ефективні для набору працівників управлінської, професійно-технічної та торговельної сфер. Випадкові кандидати, що зайшли до підприємства, – добре джерело робочої сили для заводів, підприємств побутового обслуговування, сфери канцелярської діяльності і т.ін.

Отже, у практиці формування подібних оголошень не повинно бути ознак, що суперечать законодавству і здоровому глуздові, наприклад, великої кількості обмежень, що зустрічаються безпосередньо в прямому тексті оголошень (до 30 років, тільки чоловік та ін.), або перерахування тих достоїнств кандидата, що згодом не будуть висуватися самою посадою.

Коли керівник розуміє значення іміджу підприємства для створення його привабливого образу або вакансії, застосовується особливий вид реклами-пабліситі (безкоштовна або платна, але не за рекламними розцінками, стаття про підприємство і про переваги роботи у ньому, що підготовлена керівництвом або службою персоналу).

Необхідно ретельно аналізувати кількість і склад осіб, що звернулися за оголошенням до підприємства. Якщо претенден-

тів мало або зовсім немає, потрібно давати повторне оголошення або знижувати вимоги до кандидатів.

Завдання 1. Ви менеджер з персоналу підприємства. Вам необхідно дібрати працівника на посаду начальника відділу маркетингу.

1. Визначте джерела набору, якими Ви скористаєтеся.
2. Визначте методи, якими Ви скористаєтеся для відбору претендентів.
3. Складіть анкету для структурованого інтерв'ю з претендентом.
4. Визначте критерії відбору на дану посаду.
5. Складіть профіль особистості «ідеального» начальника відділу маркетингу.

Завдання 2. Вам необхідно вибрати (на вибір) зовнішнє джерело набору інформації та зробити аналіз.

Практична робота 4

Тема. Корпоративна культура в системі управління персоналом.

Мета. З'ясувати суть корпоративної культури, вплив останньої на ефективність управління персоналом.

Питання для обговорення:

1. Поняття та суть корпоративної культури.
2. Функції корпоративної культури.
3. Складові корпоративної культури.
4. Корпоративні норми та правила поведінки працівників.
5. Ефективна корпоративна культура як основа розвитку конкурентних переваг організації.
6. Розвиток корпоративної культури як складової управління персоналом.

Завдання 1. Доберіть правильні терміни до нижче наведених визначень: культура, етичний кодекс, корпоративна культура, корпоративний кодекс, організаційна культура, професійний кодекс. Результати занесіть у табл. 1.11.

Таблиця 1.11

Терміни	Зміст визначення
	система загальних цінностей і правил етики, яких дотримуються працівники організації.
	інтегральна характеристика організації (її цінностей, образів поведінки, способів оцінки результатів діяльності).
	регламентують рекомендації з дотримання учасниками корпоративних відносин правил бізнес-поведінки.
	визначає міжособистісні стосунки в організації і погоджує інтереси працівників та організації (наприклад, угоди, які укладаються між адміністрацією та профспілкою).
	певна сукупність соціально набутих і трансформованих із покоління в покоління значущих символів, ідей, цінностей, звичаїв, вірувань, традицій, норм і правил поведінки через свою життєдіяльність.
	унікальна сукупність норм, цінностей, переконань, які визначають спосіб об'єднання груп та окремих особистостей в організацію для досягнення встановлених перед нею завдань.

Завдання 2. Визначте компоненти корпоративної культури організації, у якій Ви бажаєте працювати. Результати занесіть у табл. 1.12.

Таблиця 1.12

Компоненти корпоративної культури				
Командні заходи	Корпоративні документи	Корпоративні ЗМІ	Корпоративні стандарти	Корпоративний стиль

Практична робота 5

Тема. Ресурсне забезпечення управління персоналом

Мета. Вивчити нормативно-правове, науково-методичне, кадрове, інформаційне, комунікаційне, матеріально-технічне та фінансове забезпечення управління персоналом.

Запитання та завдання для обговорення:

1. У чому полягає призначення нормативно-правової бази та науково-методичного забезпечення управління персоналом?

2. Які закони України формують нормативно-правову базу управління персоналом?

3. Які документи належать до науково-методичного забезпечення управління персоналом і розробляються керівництвом організації для внутрішнього використання?

4. Охарактеризуйте визначення понять *інформаційне та комунікаційне забезпечення та інформаційна система управління персоналом*. Назвіть вимоги, яким повинна відповідати інформація.

5. Що собою являють конвенції та рекомендації Міжнародної організації праці? Ким вони приймаються?

6. Які показники охоплює кількісний і якісний склад працівників кадрової служби?

Завдання 1. Вивчіть і опишіть, як розподіляються завдання з управління персоналом між службою персоналу, лінійними і функціональними керівниками та іншими суб'єктами, в яких організаційно-розпорядчих документах це зафіксовано. Заповніть таблицю 1.13., використовуючи такі символи: В – відповідає за виконання даного завдання, організовує його виконання, готує й оформляє кінцевий документ; Н – надає вихідні дані, інформацію, необхідну для виконання даного завдання; Б – бере участь у виконанні даного завдання; П – погоджує підготовлений документ чи окремі питання у процесі виконання завдання; У – ухвалює рішення, затверджує, підписує документ.

Таблиця 1.13

Розподіл завдань з управління персоналом

	Суб'єкти управління персоналом			
	назва	назва	назва	назва
1. Планування чисельності та професійно-кваліфікаційної структури персоналу				
2. Планування витрат на персонал				
3. Аналіз робіт і формування вимог до працівників				
4. Професійний підбір і найм персоналу				
5. Виробнича і соціальна адаптація новоприйнятих працівників				
6. Поділ і кооперування праці, делегування повноважень, регламентація посадових обов'язків				
7. Розвиток персоналу				
8. Планування трудових процесів				
9. Організація й обслуговування робочих місць				
10. Охорона праці, збагачення та полегшення праці				
11. Нормування праці, забезпечення ефективного використання робочого часу				
12. Планування трудової діяльності колективів та індивідів				
13. Контроль і оцінювання діяльності трудових колективів і кожного працівника				

	Суб'єкти управління персоналом			
	назва	назва	назва	назва
14. Застосування ефективних систем матеріального і морального стимулювання праці				
15. Розвиток соціального партнерства в організації				
16. Формування та здійснення ефективної соціальної політики в організації				
17. Розгляд заяв, скарг і пропозицій персоналу				
18. Облік наявності та руху персоналу				
19. Підтримання сприятливого соціально-психологічного клімату в трудовому колективі, виховання у працівників корпоративного (фірмового) патріотизму				
20. Звільнення персоналу				

Завдання 2. Сформулюйте перелік нормативно-правових документів (законів, указів, постанов, положень, класифікаторів, інструкцій тощо), які використовуються у сфері управління персоналом, із зазначенням виконуваних завдань. Результати занести в табл. 1.14.

Таблиця 1.14

Нормативно-правові документи у сфері управління персоналом

№	Назва нормативно-правового документа	Тип виконуваного завдання з управління персоналом

Завдання 3. Вивчіть основні складові кадрового забезпечення управління персоналом. Складіть схему комплектації лінійних і функціональних органів управління кадрової служби та інших структурних одиниць фахівцями з роботи з персоналом.

Практична робота 6

Тема. Соціально-психологічні аспекти управління персоналом

Мета. Вивчити основні завдання психології управління; роль керівника у практиці вітчизняних ділових стосунків. З'ясувати вплив соціально-психологічного клімату на ефективність трудової діяльності персоналу.

Запитання та завдання для обговорення:

1. Чому керівникам організації необхідно вивчати «Основи психології управління»?
2. Які якості необхідні керівникові?
3. Охарактеризуйте типи керівників у практиці вітчизняних ділових стосунків.
4. Від чого буде залежати успіх керівництва?
5. Що таке соціально-психологічний клімат і чим зумовлюється його значення в життєдіяльності організації?
6. Які ознаки та критерії характеризують сприятливий соціальнопсихологічний клімат в організації?
7. Які методи розв'язання конфліктів та умови їх використання?
8. У чому виявляється вплив соціально-психологічного клімату на ефективність трудової діяльності персоналу?
9. Чому емоційні стани працівників мають бути предметом уваги керівника?

Завдання:

1. Який у Вашій групі соціально-психологічний клімат? Чи можна вважати Вашу студентську групу згуртованим колективом? Чи вважаєте Ви себе реальною частиною групи? Як Ви і Ваші товариші контактуєте один з одним? Чи допомагаєте Ви один одному? Чи часто у Вашій групі бувають конфлікти? Наведіть приклади, що підтверджують Вашу відповідь.

2. Визначте, яку соціальну роль виконує кожен студент Вашої групи? Які типи відносин між студентами властиві Вашій групі?

3. У чому полягає специфіка жіночих колективів?

4. Зберіть дані про керівників (лідерів, вождів, проводирів), які відзначились талантом вести за собою людей. Проаналізуйте, які якості, риси, уміння були їм притаманні. Доповніть структуру феномена керівництва.

5. На прикладі конкретного структурного підрозділу оцініть соціально-психологічний клімат, який панує у колективі, та його вплив на ефективність діяльності організації. Розробіть пропозиції щодо його поліпшення.

6. Порівняйте людські якості та професійні вміння західних та наших керівників. Розкрийте резерви ефективного управління персоналом.



Ситуативні завдання

Використовуючи теоретичний матеріал, дайте обґрунтовані відповіді по наведених нижче ситуативних завданнях.

Ситуативне завдання 1

Лікувально-оздоровчий комплекс «Сандей» Косівського району щорічно приймає на роботу молодих спеціалістів, однак при цьому і надалі існує потреба в управлінському персоналі вищої ланки. Вважається, що тільки молоді спеціалісти можуть правильно вивчити потребу в послугах курортного характеру і коректно сформулювати стратегію підприємства. Але для прийняття стратегічних рішень недостатньо тільки теоретичних знань молодих спеціалістів, необхідні практичні навички. З огляду на це:

1) визначте етапи підготовки керівника вищої ланки для «Сандей»;

2) з'ясуйте мінімальний вік керівника, який здатний приймати правильні стратегічні рішення;

3) обґрунтуйте принципи управління кар'єрою, які необхідно використовувати при підготовці керівника вищої ланки.

Визначте систему чинників, які впливають на об'єктивність ділового оцінювання персоналу підприємства.

Ситуативне завдання 2

Старшого економіста Якименка О.Б. як доброго спеціаліста підвищили за посадою. Він став заступником начальника планово-економічного відділу. Однак через певний час стало зрозуміло, що він не справляється зі своїми обов'язками і його підвищення виявилось передчасним. Тож він одержав повідомлення, що його понижено за посадою (до старшого економіста). Якименко О. Б. розцінив це як особисту образу і звільнився з роботи. Чи правильними були його дії? Як би Ви поводитися на його місці?

Ситуативне завдання 3

Ви – менеджер з підбору, забезпечення та використання персоналу потужного підприємства (на Ваш вибір). Під час аналізу фінансового звіту за попередній рік виявлено значне зниження обсягу збуту (у порівняльних цінах), зумовлене зменшенням купівельної спроможності населення, недостатньою сумою обігових коштів, зниженням товарних запасів. Керівництвом підприємства було прийнято рішення щодо підвищення ефективності комерційної діяльності підприємства, оцінки кваліфікації персоналу, проведення атестації працівників комерційного відділу підприємства з метою ефективного його розставлення, мотивації та розвитку. Завдання до ситуації:

а) оптимізуйте структури персоналу підприємства (за віком, освітою та категоріями персоналу);

б) охарактеризуйте належну для визначеного підприємства кваліфікацію персоналу.

Всі свої рішення обґрунтуйте.

Ситуативне завдання 4

Керівники добре знають, що в малій робочій групі значно легше домогтися єдності дій, ніж у великій. Чому легше і які з наведених причин обґрунтовані?

1. Спосіб мислення однієї людини відрізняється від способу мислення іншої, тому в малій групі легше знайти спільну думку. У великій групі домогтися цього складніше, тому що спілкування в малій групі інтенсивніше.

2. Якщо група нечисленна, то в ній легше забезпечити єдність дій. Це пов'язано з прагненням людей до взаєморозуміння.

3. У будь-якій групі є люди, думка яких завжди розходиться з думкою оточення. Якщо група нечисленна, то в ній менше таких людей. Тому не потрібно витратити багато зусиль на домовленості.

Ситуативне завдання 5

Ви – менеджер з персоналу. У Вашу фірму прийшла молода здібна жінка, охоча стати торговим агентом. Рівень її кваліфікації значно вищий, ніж у претендентів-чоловіків на цю посаду. Але прийом її на роботу неминуче викликає негативну реакцію з боку низки Ваших торгових агентів, серед яких жінок немає, що також може не сподобатися деяким важливим клієнта фірм.

Запитання: Чи візьмете Ви цю жінку на роботу?

Ситуативне завдання 6

Ви – менеджер туристичної фірми. До Вас прийшла жінка, охоча відпочити в Греції. У Вас же є гарячий тур на Мертве море до Ізраїлю. У жінки явні проблеми з тиском, задишка. Ви знаєте, що гіпертонікам на Мертве море їхати протипоказано.

Запитання: Як Ви вчините?



Тести

І рівень

1. До внутрішніх джерел залучення кандидатів на посаду не належать:

- а) адаптація;
- б) внутрішній конкурс;
- в) суміщення професій;
- г) ротація.

2. До зовнішніх джерел залучення кандидатів на посаду не належать:

- а) курси навчання організації;
- б) списки очікування;
- в) центри зайнятості;
- г) самостійний пошук через засоби масової інформації.

3. Під час бесіди попереднього добору з претендентами на посаду менеджера з персоналу виявляє:

- а) сімейний стан, зовнішній вигляд;
- б) рівень освіти;
- в) навички;
- г) загальні особистісні якості.

4. Набір документів, що характеризують біографічні, ділові та особисті якості працівника:

- а) особова справа;
- б) трудова книжка;
- в) характеристика;
- г) директива.

5. Усі джерела набору кадрів у організації поділяються на:

- а) зовнішні та спеціальні;
- б) внутрішні та зовнішні;
- в) активні та пасивні;
- г) приховані та явні.

6. Тимчасове наймання працівників оформляється:

- а) колективним договором;
- б) трудовим договором;
- в) контрактом;
- г) договором підряду.

7. Високий рівень трудової дисципліни, високі виробничі показники стабільність складу колективу, підтримка дружніх контактів у роботі та вільний час характерні для колективів:

- а) роз'єднаних;
- б) згуртованих;
- в) жіночих;
- г) розчленованих.

8. Атестація працівників буває:

- а) підсумкова, проміжна, спеціальна;
- б) узагальнююча, проміжна, професійна;
- в) підсумкова, професійна, узагальнююча;
- г) проміжна, кінцева, попередня.

9. Укажіть засновника школи наукового управління:

- а) Анрі Файоль;
- б) Фредерік Тейлор;
- в) ЕлтонМейо.

10. Чи сприяє атестація співробітників їх професійному зростанню?

- а) так;
- б) ні;
- в) іноді;
- г) це залежить від порядку і умов проведення атестації.

II рівень

1. Добір персоналу – це рішення про відповідність кандидата певній посаді:

- а) керівника підприємства або конкурсної комісії;
- б) голови конкурсної комісії;
- в) менеджера структурного підрозділу;
- г) менеджера з персоналу.

2. За проведення конкурсу з відбору найліпших кандидатів на посаду відповідає:

- а) конкурсна комісія;
- б) лінійний менеджер;
- в) менеджер з персоналу;
- г) керівник організації.

3. Набір працівників організацію є початковою стадією:

- а) планування чисельності працівників;
- б) мотивації персоналу;
- в) комплектування штату персоналу;
- г) виявлення потреби в персоналі.

4. Вимоги до виконавця певної діяльності та перелік його найважливіших якостей, відображає:

- а) оперограма;
- б) кар'єрограма;
- в) психограма;
- г) професіограма.

5. За допомогою яких методів проводиться оцінка кандидатів на посаду під час первинного відбору?

- а) аналіз анкетних даних;
- б) атестація;
- в) ротація;
- г) інтеграція.

6. За допомогою якого методу проводиться роз'яснення і демонстрація прийомів роботи безпосередньо на робочому місці?

- а) інструктаж;
- б) лекція;
- в) кейси;
- г) ділові ігри.

7. Людський капітал – це:

- а) кількісні та якісні характеристики наявного персоналу;
- б) капітал у формі інтелектуальних здібностей і практичних навичок, отриманих у процесі розвитку особистості та практичної діяльності людини;
- в) активна політика зайнятості, спрямована на підтримку бізнесу і розвиток ділової активності.

8. Управління персоналом – це:

- а) сфера діяльності керівного складу організації, керівників і фахівців підрозділів системи управління персоналом, спрямована на підвищення ефективності роботи організації за рахунок роботи з її співробітниками психологічними, правовими, економічними й іншими методами;
- б) система поглядів (бачення) керівників (власників) організації на управління;
- в) способи впливу на колективи та окремих працівників з метою здійснення координації їхньої діяльності.

9. До психологічних характеристик колективу належать:

- а) характер внутрішнього психологічного клімату, психологічний стан членів колективу, ступінь згуртованості членів колективу;
- б) групові норми, цінності, правила поведінки;
- в) згуртованість, рівень конфліктності, статус членів групи;
- д) морально-психологічний клімат, групові норми, цінності.

10. Поточна оцінка якостей та навичок персоналу – це:

- а) сертифікація;
- б) тестування;
- в) атестація.

III рівень

1. У якій послідовності здійснюється добір працівників організації?

- а) медичний огляд, співбесіда, заповнення бланка заяви, тестування, перевірка рекомендацій і послужного списку, наймання;
- б) подання резюме, співбесіда, перевірка анкетних даних, рекомендацій, медичний контроль і рішення про наймання;
- в) попередня відбіркова бесіда, заповнення бланка заяви, інтерв'ю, тестування, перевірка рекомендацій та послужного списку, медичний контроль, наймання;
- г) домовленість по телефону, ознайомлення з резюме, інтерв'ю, перевірка особової справи, оцінка відповідності вимогам, оформлення трудового договору (контракту).

2. Професіограма – це:

- а) загальна характеристика професії та її значення;
- б) «портрет» ідеального працівника, який визначає вимоги до сукупності його особистих якостей, здібностей виконувати ті чи інші функції та соціальні ролі;
- в) визначення особливостей трудового колективу й вимог до співробітника;
- г) перелік основних вимог до психологічних якостей працівника.

3. Під час добору персоналу застосовують такі методи:

- а) анкетні, інтерв'ю, функціональної ідентифікації, біографічний;
- б) експертні, проєктивні, конкурсні, тестування, психофізіологічні, медичні, професійних переміщень, безпосереднього визначення особистості;
- в) відображеної суб'єктивності, рейтингових оцінок, рольової ідентифікації, самоаналізу, інтерв'ю, тестування;
- г) немає правильної відповіді.

4. На якій стадії формування згуртованої групи усуваються недовіра і відчуження у відносинах між працівниками, з'являється готовність співпрацювати?

- а) розвиток комунікацій і вироблення механізму прийняття групових рішень;

- б) формування групової солідарності;
 - в) прийняття членами групи один одного;
 - г) прагнення до максимізації групового успіху за допомогою раціонального використання індивідуальних здібностей, можливостей і взаємодопомоги, забезпечення неформального колективного контролю за виконанням групових завдань.
5. Ділове оцінювання кандидатів складається зі:
- а) збору інформації про кандидата, перевірочних іспитів, співбесіди, прийому на роботу;
 - б) пошуку кандидата, збору інформації про кандидата, перевірочних іспитів, співбесіди;
 - в) аналізу анкетних даних, збору інформації про кандидата, перевірочних іспитів, співбесіди;
 - г) пошуку кандидата, аналізу анкетних даних, збору інформації про кандидата, співбесіди.
6. Які приклади ілюструють прогностичні методи оцінювання кадрів?
- а) вивчення документів (трудової книжки, анкети, характеристики, дипломів), особисті бесіди, психологічне тестування;
 - б) тимчасові доручення за посадою, стажування, дублювання;
 - в) ділові ігри, конкретні ситуації;
 - г) замісництво, психологічне тестування, ділові ігри.
7. Трудова адаптація працівників – це:
- а) входження особистості в нову предметно-матеріальну та соціальну сферу;
 - б) пристосування працівника до навколишнього середовища;
 - в) процес знайомства працівника з трудовим колективом;
 - г) поступове набуття навичок нового виду діяльності.
8. Що таке первинний відбір кандидатів на посаду?
- а) процес селекції кандидатів, які володіють мінімальними вимогами для зайняття посади;
 - б) обмін інформацією між представником організації та кандидатом на посаду для оцінки його кваліфікації;

- в) заходи, які проводяться організацією для зменшення чисельності своїх співробітників;
- г) усі відповіді правильні.

9. Який із документів укладається на основі чинного законодавства, прийнятих сторонами зобов'язань з метою регулювання виробничих, трудових і соціально-економічних відносин та узгодження інтересів працюючих, власників чи уповноважених ними органів?

- а) колективний договір;
- б) контракт;
- в) трудовий договір.

10. Які основні принципи побудови «здорових» соціально-психологічних відносин у трудовому колективі?

- а) ініціативність, солідарність, інформованість, взаємоповага;
- б) дисципліна, децентралізація управління;
- в) взаємопорозуміння, внутрішньокolleктивна сумісність;
- г) принциповість, об'єктивність, стратегічність.

ВИСНОВКИ

Аналіз кадрової роботи у туристичних підприємствах свідчать про якісні перетворення процесі управління персоналом. Скрізь відбувається перехід від адміністративних, формалізованих методів до використання наукових підходів у роботі з кадрами. Велику роль відіграє світовий досвід управління працівниками туристичних фірм в умовах функціонування ринку праці.

У світовій соціально-економічній практиці загально визнано, що найвища цінність – це людський чинник. Успіх фірми визначається саме вирішенням соціальних проблем її працівників. Цьому сприяють менеджери з персоналу, кадрові служби організації.

У даний час туристичні підприємства стали приділяти особливу увагу проблемам управління персоналом. Це пов'язано з тим, що соціально-економічні протиріччя, які накопичуються в суспільстві, знаходять вираження в незадоволеності зайнятого населення роботою, відсутності професійного зростання, відповідній оплаті праці, а часто просто у звільненні працівників. У цих умовах зростає конкуренція між самими працівниками за робоче місце, з одного боку, а з іншого – між підприємствами

за залучення висококваліфікованих, психологічно сумісних працівників, здатних досягти поставленої мети організації. Кадрові менеджери сьогодні повинні володіти методикою роботи з персоналом, кваліфіковано проводити наймання, відбір і адаптацію працівників, організувати їхню перепідготовку, навчання за новими технологіями тощо. Перехід до ринкової економіки змусив керівників усіх рівнів оцінювати ефективність не тільки матеріальних, фінансових, а й людських ресурсів, дбайливо ставитися до «людського капіталу» своєї фірми, піклуватися про його якісне відновлення і нагромадження. Усім стало зрозуміло, що ринкова економіка – економіка задоволення людських потреб, зокрема і потреб в якісно новому етапі трудового життя.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом. Підручник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 468 с.
2. Виноградський М. Д. Управління персоналом: Навчальний посібник / М. Д. Виноградський А. М. Виноградська, О. М. Шканова. К. : Центр учбової літератури, 2009. 502 с.
3. Горелкіна С.Б. Управління персоналом: Навчальний посібник / С.Б. Горелкіна. Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2007. 84 с.
4. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудова відносини: Підручник. 5-е вид., оновлене./О. А.Грішнова. К. : Знання, 2011. 390 с.
5. Дяків О. П., Островерхов В. М. Управління персоналом: навчально-методичний посібник (видання друге, переробл. і доповнено). Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 288 с.
6. Карпенко С.В. Управління персоналом: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. А. В. Базилюк. К. : Університет «Україна», 2007. 273 с.
7. Кодекс законів України про працю. К., 2018. [Електронний ресурс] : режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08>
8. Колот А М. Мотивація персоналу: Підручник / А. М. Колот К. : КНЕУ, 2011. 397 с.
9. Колот А.Т. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: Навч. Посібник. К. : КНЕУ, 1998.

10. Маркова С. В., О.М.Олійник. Управління персоналом: навчально-методичний посібник /С. В. Маркова, О. М. Олійник. Запоріжжя: ЗНУ, 2013. 80 с.

11. Никифоренко В.Г. Управління персоналом: Навчальний посібник. 2-ге видання, виправлене та доповнене / В. Г. Никифоренко. Одеса: Атлант, 2013 р. 275 с.

12. Петюх В.М. Управління персоналом: Навч.-метод посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.: КНЕУ, 2000. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. М.: Инфра, 1997. 348 с.

13. Рувлев В. А. Гуткевич С.О. Мостенська Т.Л. Управління персоналом: Навч. посіб. К.: КОНДОР, 2012. 324 с.

14. Селютін В. М., Яцун Л. М. Управління персоналом: Практикум [Електронний ресурс] : навч. посібник. Харків: ХДУХТ 2018. 188 с.

15. Соціальна відповідальність: навч. посіб./ [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.]; за заг. ред.. д.е.н.,проф.. А. М. Колота. К.: КНЕУ, 2015. 519 с.

16. Управління персоналом : підручник / В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. С. Суков, А. О. Василенко; Київськ. нац. економ. ун-т ім. В. Гетьмана; НКМЗ; за ред. В. М. Данюка. К.; Краматорськ : КНЕУ; НКМЗ,2013. 666 с.

17. Управління персоналом : навч. посіб. / А. О. Азарова, О. О. Мороз, О. Й. Лесько, І. В. Романець. ВНТУ. Вінниця : ВНТУ, 2014. 283 с.

18. Управління персоналом: підручник /[В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. С. Суков, О.А. Грішнова та ін.] за ред. проф. В. М. Данюка. К.: КНЕУ, 2015. 519 с.

19. Управління розвитком персоналу: Навчальний посібник / Т. П. Збрицька, Г. О. Савченко, М. С. Татаревська. За заг. ред. М. С. Татаревської. Одеса: Атлант, 2013. 427 с.

20. Харчишин О.В. Управління розвитком персоналу. Конспект лекцій/ О. В. Харчишин. К.: НУХТ,2013. 98с.

21. Хміль Ф. І. Управління персоналом: Підручник для студентів вищих навч. закл. К.: Академвидав, 2006. 488 с.

22. Ходаківський Є. І., Богоявленська Ю. В., Грабар Т. П. Психологія управління. Підручник. 3-тє вид. перероб. та доп. К.: Центр учбової літератури, 2011. 664 с.

Частина 2

МЕНЕДЖМЕНТ І ГЕОГРАФІЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ

2.1. ГЕОГРАФІЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ



1. Мета, завдання та компетентності

Практичні вказівки розраховані на студентів бакалаврату денного та заочного відділень для засвоєння такого важливого напрямку як «Географія туристичних ресурсів». Ознайомлення з туристичними ресурсами окремих регіонів і країн світу, виявлення особливостей їх сучасного використання в туристичній діяльності, встановлення проблем і перспектив розвитку світової індустрії туризму є важливою складовою підготовки фахівців у галузі туристичної індустрії.

Мета практичних завдань – формування у студентів системи базових знань про туристичні ресурси світу, сучасні підходи до туристичного районування світу, особливості використання туристичних і рекреаційних ресурсів у туристсько-рекреаційній діяльності, а також виявити проблеми і перспективи розвитку туризму в різних регіонах і країнах світу; забезпечити майбутнього менеджера туристичної галузі глибокими знаннями про особливості організації та умови розвитку туризму в різних регіонах і країнах світу.

Завданнями практичних занять є також оволодіння студентами системою теоретичних і прикладних знань у царині географії туризму для формування оптимальної територіальної організації сфери туризму; набуття навичок і вмінь приймати оптимальні рішення (у тому числі управлінські) щодо розміщення окремих елементів (об'єктів, явищ, процесів) сфери туризму відповідно до особливостей довкілля.

Найменування та опис **компетентностей**, формування котрих забезпечує вивчення «Географії туристичних ресурсів»:

- знання закономірностей та регіональних особливостей поширення природних та історико-культурних туристичних ресурсів на території України в регіонах світу;
- здатність до вивчення і розуміння просторових і часових закономірностей розвитку й поширення різних видів туризму в Україні та світі;
- володіння загальними знаннями про територіальну організацію туристичного процесу в різних частинах світу;
- здатність знаходити необхідні туристичні об'єкти у тематичних картах світу чи України.

Зміст уміння, що забезпечується вищеописаними компетентностями – характеризувати просторові особливості розвитку туризму в різних регіонах світу та в Україні.

? 2. Запитання та завдання для тренінгу

Тематика. Вивчення туристичних ресурсів і об'єктів своєї місцевості.

Порядок проведення:

1. Здійсніть виїзд до відомих туристичних об'єктів області або міста.
2. Ознайомтеся зі специфікою туристичних ресурсів і об'єктів краю (міста).
3. На місцевості проведіть коротку оцінку придатності туристичних ресурсів для розвитку пізнавального та інших видів туризму.
4. Представте результати проведеного тренінгу у вигляді невеликого групового звіту про досліджені туристичні об'єкти.



3. Тестові завдання

1 рівень

1. Об'єктом дослідження в галузі географії туризму є територіальна:
 - а) організація туристичної діяльності людей;
 - б) туристична система;
 - в) рекреаційно-туристична система;
 - г) організація (самоорганізація) туристичної системи.

2. Предметом дослідження в географії туристичних ресурсів є вивчення:

- а) діяльності з організації подорожей;
- б) сукупності природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних і соціально-побутових ресурсів відповідної території;
- в) комплексу туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі;
- г) закономірностей формування та розвитку територіальних туристичних систем.

3. Найбільшими експортерами туристичних послуг є:

- а) Німеччина, Японія, Великобританія;
- б) Франція, Італія, Іспанія, США;
- в) США, Канада, Японія;
- г) Китай, Японія, США.

4. До ресурсів природного походження належать:

- а) архітектурні споруди;
- б) кліматичні, орографічні, водні;
- в) спелеоресурси, бальнеологічні;
- г) пам'ятки, витвори мистецтва.

5. Для гірськолижного туризму важливі:

- а) висота снігового покриву;
- б) сонячні дні;
- в) наявність вітру;
- г) безморозний період.

6. Які з наведених пам'яток археології належать до Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО?

- а) Троя, Сфінкс, Помпеї, Теракотова армія, Велика китайська стіна;
- б) Троя, Сфінкс, Помпеї, Теракотова армія, первісні букові ліси Карпат;
- в) Троя, Сфінкс, Помпеї, Теракотова армія, Персиполь;
- г) Троя, Сфінкс, Помпеї, Теракотова армія, Софійський собор.

7. Найбільш розповсюджений серед рекреаційних видів туризму:

- а) купально-пляжний;
- б) гірськолижний;

- в) пішохідний;
 - г) дайвінг.
8. Півний фестиваль Октоберфест традиційно проходить в:
- а) Іспанії;
 - б) Франції;
 - в) Німеччині;
 - г) Італії.
9. Діловий туризм є найбільшим:
- а) сегментом туристичного ринку;
 - б) доходним сегментом туристичного ринку;
 - в) популярним сегментом туристичного ринку;
 - г) динамічним сегментом туристичного ринку.
10. До рейтингу TOP-20 занесено міста світу, які найбільше відвідували туристи. Це:
- а) Нью-Йорк, Оксфорд;
 - б) Бангкок, Таїланд;
 - в) Лондон, Великобританія;
 - г) Венеція, Болонья.

2 рівень

1. Що належить до переваг розвитку туристичної галузі?
- а) близькість до Європи;
 - б) сприятливі природно-кліматичні умови;
 - в) вигідне транспортно-географічне положення та наявність природних і рекреаційних ресурсів;
 - г) усі відповіді правильні.
2. Туристична індустрія – це:
- а) підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, які в установленому чинним законодавством України порядку мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг;
 - б) сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історикокультурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста;
 - в) сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіо-

- нати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів;
- г) туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг.
3. Найбільші імпортери туристичних послуг:
- а) Гонконг, Мексика, Японія;
 - б) Китай, Японія, США;
 - в) Франція, Італія, Іспанія, США;
 - г) Німеччина, Японія, Великобританія.
4. Туристичні ресурси, до складу яких входить вода – річки, озера, морські узбережжя, снігові рівнини та льодовики, джерела мінеральних вод, гідроелектростанції, – це:
- а) антропом;
 - б) фітом;
 - в) літом;
 - г) гідром.
5. За предметно-сутнісним підходом туристичні ресурси ділять на:
- а) історичні;
 - б) природно-рекреаційні;
 - в) культурно-історичні;
 - г) інфраструктурні.
6. Більшість районів України за режимом атмосферної циркуляції належить до зони:
- а) стійкого клімату в усі пори року;
 - б) стійкого клімату влітку, восени і весною, мінливого взимку;
 - в) стійкого клімату взимку, мінливого в інші пори року;
 - г) стійкого клімату влітку та мінливого в інші пори року
7. Подієвий туризм є новим напрямом, який поєднує в собі:
- а) традиційний відпочинок і участь у цікавих заходах;
 - б) культурно-пізнавальні тури, що організуються для відвідин національних, міжнародних ярмарок, виставок, спортивних змагань;
 - в) відвідування місцевими мешканцями сільської місцевості для ознайомлення з діалектом, фольклором, побутом, культурою, мовою тощо;

г) всі відповіді правильні.

8. Перевага круїзного обслуговування належить такому круїзному регіону:

- а) Скандинавському;
- б) Середземноморському;
- в) Карибському;
- г) Західноафриканському.

9. Свято молодого вина Божоле Нуво (Франція), фестиваль морепродуктів на о. Гров (Іспанія), «свято меду» (Мукачеве, Закарпаття), фестиваль глінтвейну (Прикарпаття) мають спільну ознаку – це фестивалі:

- а) театральні;
- б) мистецькі;
- в) музичні;
- г) гастрономічні.

10. Найбільші центри конгресо-виставкової діяльності:

- а) Нью-Йорк, Давос;
- б) Амстердам, Барселона, Берлін;
- в) Брюссель, Вашингтон, Ганновер;
- г) Дубай, Токіо.

3 рівень

1. Найбільш динамічні на туристичному ринку поїздки з:

- а) лікувально-оздоровчою метою;
- б) відпочинку і розваг;
- в) метою паломництва;
- г) діловою метою.

2. Найвища туристична активність спостерігається у:

- а) Європі;
- б) Америці;
- в) Африці;
- г) Південній Азії.

3. Екзотичність – це міра:

- а) сезонної ритміки;
- б) унікальності;
- в) неповторності об'єктів і явищ;
- г) контрасту між місцем постійного проживання та районом відпочинку.

4. Крутизна схилів є важливим параметром оцінки рельєфу для такого виду туризму:
- а) гірськолижного;
 - б) пішохідного;
 - в) скелелазіння та даун-хіллу;
 - г) усі відповіді правильні.
5. У подорожах туристи можуть відчувати себе шукачами золота в:
- а) Італії, Іспанії;
 - б) Китаї, Японії;
 - в) США, Новій Зеландії;
 - г) ПАР, ОАЕ.
6. Таласотерапія – це лікування:
- а) морем;
 - б) грязями;
 - в) піском;
 - г) озокеритом.
7. За класифікацією Міжнародної асоціації круїзних компаній (CLIA) виділяють базові типи круїзів:
- а) сучасні, або класичні;
 - б) круїзи преміум і люкс-класу;
 - в) ексклюзивні та особливі;
 - г) усі відповіді правильні.
8. Всесвітній економічний форум у Давосі (Швейцарія), Генеральна асамблея ООН, зустрічі світових лідерів належать до таких видів ресурсів:
- а) виставки;
 - б) авіаційні Салони;
 - в) релігійні свята;
 - г) політичні та економічні форуми.
9. У структурі світового ділового туризму переважають:
- а) інтенсив-туризм;
 - б) відвідування виставок;
 - в) індивідуальні ділові поїздки;
 - г) поїздки для участі у семінарах і конференціях.
10. Міста – центри релігійного туризму:
- а) Почаїв;
 - б) Святогірськ;

- в) Київ;
- г) Одеса.

4. Практичні роботи

Практична робота 1

Тема. Характеристика видів туристсько-рекреаційних ресурсів.

Мета. Ознайомитися з видами туристсько-рекреаційних ресурсів, виявити особливості їх зосередження у країнах і регіонах світу та специфіку використання в туристсько-рекреаційній діяльності.

Завдання. (Виконується за варіантом)

1. Описати один із видів туристсько-рекреаційних ресурсів.
2. Навести приклади їх використання в туристсько-рекреаційній діяльності окремих країн.
3. Виявити проблеми та визначити перспективи використання даного виду туристсько-рекреаційних ресурсів у туристичній та рекреаційній діяльності.
4. Підготувати доповідь і презентацію.

Варіант I. Туристсько-рекреаційні ресурси природного походження:

- 1.1. Ландшафти (каньйони, водоспади, провалля, кратери вулканів тощо).
- 1.2. Морські та океанічні узбережжя, найбільш підходящі місця для дайвінгу.
- 1.3. Озера та річки як об'єкти рекреації, пляжно-курортного відпочинку.
- 1.4. Гірські системи та гірськолижні курорти.
- 1.5. Геоморфологічні об'єкти (карстові печери, коралові рифи, відшарування гірських порід тощо).
- 1.6. Національні парки.
- 1.7. Бальнеологічні ресурси та курорти світового значення.

Варіант II. Суспільні туристичні ресурси:

- 2.1. Археологічні ресурси (давні міста цивілізацій).
- 2.2. Музеї світового значення.
- 2.3. Парки культури та відпочинку.
- 2.4. Нестандартні пам'ятники.
- 2.5. Готелі та ресторани.
- 2.6. Кладовища та місця масової загибелі людей як об'єкти «похмурого» туризму.
- 2.7. Торговельно-розважальні центри як об'єкти шопінг-туризму.
- 2.8. Технічні споруди, нестандартні будівлі як об'єкти індустріального туризму.
- 2.9. Центри паломництва християн, мусульман і буддистів як об'єкти релігійного туризму.

Варіант III. Події туристичні ресурси

- 3.1. Гастрономічні фестивалі.
- 3.2. Карнавали, театралізовані шоу, національні свята.
- 3.3. Спортивні змагання та фестивалі.
- 3.4. Музичні конкурси, кінофестивалі, фольклорні обряди.
- 3.5. Аукціони, покази мод, політичні та економічні форуми.

Практична робота 2

Тема. Туристичний імідж країни.

Мета. Засвоїти особливості розробки туристичного іміджу країни, удосконалити навички роботи з літературними та інформаційними джерелами.

Завдання. Розробіть туристичний імідж однієї з країн світу (за вибором студента) за планом (табл. 2.1.) та підготуйте презентацію з відеороликами.

Таблиця 2.1

План розробки туристсько-рекреаційного іміджу країни

Види образів країни	Характеристика образу
1. Політико-географічний	
2. Природно-географічний	
3. Цивілізаційно-культурний	
4. Соціоментальний	
5. Виробничо-економічний	
6. Національно-ціннісний	
Висновки	

Практична робота 3

Тема. Об'єкти світової спадщини ЮНЕСКО.

Мета. Розглянути об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО, з'ясувати їх розподіл за типами та за країнами світу.

Завдання. Розробіть інформаційно-довідниковий буклет, у якому відобразить основні об'єкти списку Світової спадщини ЮНЕСКО однієї з країн світу. Доповніть буклет цікавими відео-роліками

Орієнтовний план інформаційно-довідникового буклета.

1. Коротка інформація про країну (ЕГП, кількість населення, особливості соціально-економічного розвитку).
2. Об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО природного типу.
3. Об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО культурного типу.
4. Об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО змішаного типу.
5. Діаграма розподілу об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО за типами.
6. Перелік об'єктів-кандидатів на внесення до списку Світової спадщини ЮНЕСКО.

Практична робота 4

Тема. Характеристика туристсько-рекреаційних ресурсів країн світу.

Мета. Ознайомитися з туристсько-рекреаційними ресурсами країн світу, визначити проблеми та перспективи розвитку туристськорекреаційної діяльності.

Завдання. Дайте характеристику туристсько-рекреаційних ресурсів однієї з країн світу (за вибором студента) за планом і підготуйте презентацію.

План характеристики туристсько-рекреаційних ресурсів країни

1. Природні пам'ятки – об'єкти туристсько-рекреаційної діяльності.
2. Суспільні туристичні ресурси.
3. Подієві туристичні ресурси.
4. Об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО.
5. Головні центри туристичної та рекреаційної діяльності.
6. Висновки щодо проблем та перспектив розвитку туристсько-рекреаційної діяльності у країні.

Практична робота 5

Тема. Аналіз геопросторового розподілу туристичних потоків.

Мета. Проаналізувати розподіл та динаміку туристичних потоків між регіонами світу, виявити особливості розвитку туристськорекреаційної діяльності.

Завдання. Використовуючи статистичну інформацію на офіційному сайті Всесвітньої туристичної організації (<http://www.unwto.org>), заповніть таблицю 2.2. Проаналізуйте динаміку та регіональну структуру світових туристичних потоків, побудувавши відповідні діаграми та графіки (діаграми структури туристичних потоків за регіонами світу у 2016 р. та 2020 р. та графіки динаміки в'їзду туристів по кожному регіону та в цілому по світу). Зробіть висновки щодо особливостей та перспектив туристичної діяльності регіонів світу.

Таблиця 2.2

Регіони	В'їзд туристів				
	2016	2017	2018	2019	2020
Європа					
Азія, Австралія та Океанія					
Америка					
Африка					
Всього					



5. Семінарські завдання

Семінарське заняття 1

Тема. Теоретичні основи географії туризму.

Мета. Вивчити об'єкт, предмет дослідження і зміст географії туризму, її місце та зв'язки з іншими науками.

Питання для обговорення:

1. Географія туризму як наука і навчальна дисципліна.
2. Об'єкт і предмет географії туризму.
3. Місце географії туризму у системі наук.
4. Зв'язки з іншими науками.
5. Сучасні наукові концепції географії туризму.
6. Різновиди моделей у географії туризму.

Література: [4, 8, 10, 16].

Семінарське заняття 2

Тема. Головні поняття і терміни в географії туризму. Система методів дослідження у географії туризму.

Мета. Вивчити та зрозуміти поняттєво-термінологічну систему географії туризму.

Питання для обговорення:

1. Головні поняття і терміни географії туризму.
2. Підходи до поняття і класифікації туризму.

3. Функції туризму, їх значення.
4. Класифікація методів дослідження у географії туризму.
5. Загальнонаукові методи дослідження у географії туризм.
6. Оціночні та рейтингові методи у географії туризму.

Література: [4, 5, 8, 10, 15, 16, 17, 21, 24].

Семінарське заняття 3

Тема. Чинники розвитку туризму та формування туристичного попиту.

Мета. Вивчити та зрозуміти значення чинників розвитку туризму і формування попиту на туристичні послуги.

Питання для обговорення:

1. Групи чинників розвитку туризму
2. Природні та суспільно-географічні чинники розвитку туризму.
3. Групи умов і чинників формування попиту на туристичні послуги.
4. Види туристичного попиту.
5. Типи споживачів туристичних послуг.

Література: [2, 4, 9, 10, 16, 17, 20, 24].

Семінарське заняття 4

Тема. Історія розвитку туризму в Україні та світі.

Мета. Вивчити та зрозуміти особливості історичного розвитку туризму.

Питання для обговорення:

1. Передумови виникнення подорожей та мандрів.
2. Розвиток мандрівництва в античні та середньовічні часи.
3. Формування організованого туризму у XVIII-XIX ст.
4. Сучасний стан розвитку туристичної індустрії у світі.
5. Зародження та розвиток мандрівництва на території України.
6. Формування та розвиток організованого туризму в Україні.

Література: [1, 2, 10, 11, 16, 22].

Семінарське заняття 5

Тема. Туристичні потоки, їх поширення та класифікація.

Мета. Вивчити різновиди та поширення туристичних потоків у світі.

Питання для обговорення:

1. Поняття туристичного потоку та його характеристики.
2. Закономірності формування та коливання туристичних потоків.
3. Класифікація туристичних потоків.
4. Географія країн і регіонів за середньою тривалістю перебування туристів та інтенсивністю туристичних потоків.
5. Нерівномірність туристських потоків у світі.
6. Характеристика та напрямки міжнародних туристських потоків. Туристичне сальдо.

Література: [2, 4, 5, 10, 13, 17, 19, 24].

Семінарське заняття № 6

Тема. Туристичні ресурси, їх поширення та класифікація. Природні туристичні ресурси світу.

Мета. Вивчити та зрозуміти закономірності поширення, класифікації та особливості оцінки туристичних ресурсів.

Питання для обговорення:

1. Поняття туристичних і рекреаційних ресурсів.
2. Підходи до класифікації туристичних ресурсів. Природні та антропогенні ресурси.
3. Оцінка природних туристичних ресурсів.
4. Кліматичні туристичні ресурси, їх поширення. Кліматичні курорти.
5. Поширення бальнеологічних ресурсів і курортів у країнах світу.
6. Водні туристичні ресурси світу.
7. Ландшафтні та біотичні туристичні ресурси, їх поширення.
8. Туристичні ресурси природоохоронних територій.

Література: [3, 4, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 18, 20, 23].

Семінарське заняття 7

Тема. Історико-культурні туристичні ресурси світу, їх поширення.

Мета. Вивчити закономірності поширення історикокультурних туристичних ресурсів у країнах і регіонах світу.

Питання для обговорення:

1. Різновиди історико-культурних та інфраструктурних туристичних ресурсів.

2. Культурна спадщина як ресурс туризму.

3. Археологічні та архітектурні туристичні ресурси світу.

4. Фортифікаційні споруди, замкові та монастирські комплекси як ресурси туризму.

5. Об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, їх розташування у світі.

6. Етнічні та етнографічні ресурси. Музеї як туристичні ресурси.

Література: [3, 4, 12, 13, 18, 20, 23, 24].

Семінарське заняття 8

Тема. Географія туристичних ресурсів України.

Мета. Вивчити закономірності розташування туристичних ресурсів на території України.

Питання для обговорення:

1. Загальні тенденції розташування туристичних ресурсів на території України.

2. Природні туристичні ресурси України. Кліматичні зони та курорти України.

3. Бальнеологічні ресурси та курорти України. 4. Водні, біотичні та ландшафтні туристичні ресурси України.

5. Туристичні ресурси природно-заповідного фонду України.

6. Історико-культурні туристичні ресурси України, їх розташування.

7. Археологічні та архітектурні пам'ятки України.

8. Місця відомих історичних подій та людей на території України.

9. Музеї та скансени України.
 10. Туристична інфраструктура як ресурс.
- Література:** [3, 6, 12, 15, 16, 20, 23, 24].

Семінарське заняття 9

Тема. Географія рекреаційного й активного туризму.

Мета. Вивчити закономірності розвитку рекреаційного та активного туризму в Україні та світі.

Питання для обговорення:

1. Поняття та різновиди рекреаційного туризму.
2. Географія центрів купально-пляжного туризму в Україні та світі.
3. Географія та види лікувально-оздоровчого туризму.
4. Географічна характеристика розважального та круїзного туризму, їх центри.
5. Географічна характеристика гірськолижного та дайв-туризму.
6. Географічна характеристика та різновиди екстремально-го та пригодницького туризму.
7. Географія центрів і регіонів розвитку екстремальних і пригодницьких видів туризму в Україні та світі.

Література: [3, 4, 5, 9, 13, 15, 16, 18, 20, 23].

Семінарське заняття 10

Тема. Географія пізнавального та ділового туризму.

Мета. Вивчити закономірності розвитку пізнавального та ділового туризму в Україні та світі.

Питання для обговорення:

1. Поняття та різновиди пізнавального та ділового типів туризму.
2. Географія найбільш атрактивних маршрутів і регіонів розвитку пізнавального туризму.
3. Географія центрів і регіонів подієвого туризму в Україні та світі.
4. Класичні ділові поїздки та MICE-поїздки.
5. Географічна характеристика конгресно-виставкового туризму.

6. Географія центрів ділового туризму в Україні та світі.

Література: [2, 3, 10, 12, 13, 16, 18, 24].

Семінарське заняття 11

Тема. Географія релігійного та сентиментального туризму. Географія сільського зеленого й екологічного туризму.

Мета. Вивчити закономірності розвитку релігійного та сентиментального туризму в Україні та світі. Вивчити та зрозуміти закономірності розвитку сільського зеленого та екологічного туризму в Україні та світі.

Питання для обговорення:

1. Поняття та різновиди релігійного та сентиментального типів туризму.

2. Паломництво та релігійний туризм культурно-пізнавального характеру, їх поширення у регіонах світу.

3. Релігійні та паломницькі центри України і світу.

4. Поняття та напрями розвитку сентиментального туризму. Розвиток сентиментального туризму на території України та країн ЄС.

5. Поняття та різновиди сільського, зеленого та екологічного типів туризму.

6. Географія та сучасні тенденції розвитку сільського зеленого туризму в Україні та світі.

7. Суб'єкти, об'єкти та інфраструктура екологічного туризму. Географія центрів та регіонів розвитку екологічного туризму в Україні та світі.

Література: [2, 3, 6, 9, 12, 13, 16, 18, 24].

Семінарське заняття 12

Тема. Туристичне районування світу та України.

Мета. Вивчити особливості туристичного районування та регіоналізації території України та світу.

Питання для обговорення:

1. Поняття про туристичне районування та його принципи.

2. Підходи до туристичного районування України.

3. Схеми туристичного районування України. Туристичні райони України.
4. Структура та ієрархія територіальної туристичної системи.
5. Туристична регіоналізація світу та підходи до її здійснення.
6. Туристичні регіони світу за ВТО.

Література: [2, 4, 5, 8, 9, 13, 16, 17, 18, 20, 24].

Семінарське заняття 13

Тема. Географічна характеристика Європейського туристичного регіону.

Мета. Вивчити особливості розвитку туристичної галузі Європейського туристичного регіону.

Питання для обговорення:

1. Склад і особливості географічного положення Європейського туристичного регіону.
2. Географо-туристична характеристика Північної та Західної Європи.
3. Географо-туристична характеристика Центрально-Східної і Південної Європи.
4. Східне Середземномор'я: географо-туристична характеристика.
5. Туристичні та курортні райони і зони Європейського континенту.

Література: [2, 4, 5, 10, 13, 16, 18, 20, 23].

Семінарське заняття 14

Тема. Географічна характеристика Азіатсько-Тихоокеанського та Американського туристичних регіонів.

Мета. Вивчити особливості розвитку туристичної галузі Азіатсько-Тихоокеанського та Американського туристичних регіонів.

Питання для обговорення:

1. Склад і особливості географічного положення Азіатсько-Тихоокеанського туристичного регіону.

2. Склад і особливості географічного положення Азіатсько-Американського туристичного регіону.

3. Географо-туристична характеристика Північно-Східної та ПівденноСхідної Азії.

4. Географо-туристична характеристика Австралії та Океанії.

5. Північна та Південна Америка: географо-туристична характеристика.

6. Географо-туристична характеристика Центральної Америки та Карибського басейну.

Література: [2, 5, 8, 10, 13, 15, 16, 18, 20].

Семінарське заняття 15

Тема. Географічна характеристика Африканського, Близькосхідного та Південно-Азіатського туристичних регіонів.

Мета. Вивчити особливості розвитку туристичної галузі Африканського, Близькосхідного та Південно-Азіатського туристичних регіонів. Питання для обговорення:

1. Склад і особливості географічного положення Африканського туристичного регіону.

2. Склад і особливості географічного положення Близькосхідного туристичного регіону.

3. Склад і особливості географічного положення Південно-Азіатського туристичного регіону.

4. Географо-туристична характеристика країн Африканського континенту.

5. Географо-туристична характеристика країн Близького Сходу.

6. Південна Азія: географо-туристична характеристика.

Література: [3, 5, 8, 10, 13, 15, 16, 18, 20]

ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. Історія туризму: підручник. Харків: Харківська національна академія міського господарства. 2010. 169 с.

2. Александрова В. И. Международный туризм: Учеб. посо-

бие. М., 2001. 265 с.

3. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України : методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВПЦ «Київ. Ун-т», 2001. 395 с.

4. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії. К. : Інститут туризму федерації профспілок України, 1998. 130 с.

5. География туризма : Учебник под рад. А. Ю. Александровой. М.: КНОРУС, 2008. 592 с.

6. Івченко А. С. Вся Україна. К. : ДНВП «Картографія», 2008. 656 с.

7. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.

8. Конспект лекцій з дисципліни «Географія туризму» для студентів напряму підготовки 6.140103 «ТУРИЗМ», галузі знань 1401 «Сфера обслуговування» / Укл. Поколюдна М. М., І. Л. Полчанінова Харків: ХНАМГ, 2011. 120 с.

9. Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник / С. П. Кузик. К.: Знання, 2011. 271 с.

10. Кузик С. П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід: монографія. Львів: Видав. Центр ЛНУ ім. І. Франка, 2010. 254 с.

11. Кузишин А.В. Історія туризму. Тернопіль: Редакційно-видавничий відділ ТНПУ, 2009. 239 с.

12. Любіцева О. О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України. К. : Альтерпрес, 2007. 369 с.

13. Мальська М. П. Туристичне країнознавство. Європа: Навч. посібник. К. : ЦУЛ, 2009. 224 с.

14. Мальська М. П., Туристичне країнознавство. Азія та Океанія: навч. Посібник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун, М. З. Гамкало. К. : ЦУЛ, 2013. 184 с.

15. Масляк П. О. Рекреаційна географія: навч. посіб. К. : Знання, 2008. 343 с.

16. Рутинський М. Й. Географія туризму України. Навчально-методичний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2004. 160 с.

17. Самойленко А. А. География туризма: Учебное пособие Ростов-на-Дону: «Феникс», 2006. 368 с.

18. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

19. Сокол Т.Г. Основи туризмознавства: навчальний посібник. К. : ЗАТ «Слов'янський дім», 2006. 76 с.

20. Стафійчук В. І. Рекреалогія. Навчальний посібник. К. : Альтерпрес, 2008. 264 с.

21. Туризмологія (теорія туризму). Навчально-методичний посібник зі спецкурсу. К. : КУТЕП, 2010. 70 с.

22. Устименко Л., Афанасьєв І. Історія туризму (3-є видання) К. : Альтерпрес, 2008. 356 с.

23. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія: Навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 312 с.

2.2. ОЦІНКА ПРИРОДНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Практична робота 1

Тема. Величина й ефективність (продуктивність) природно-рекреаційного потенціалу природних районів України

Практичні вказівки:

1. На основі поданих нижче табличних матеріалів (див. літературні джерела 1; 2) (табл. 2.3.)¹:

1.1. Провести індексацію оцінки природно-рекреаційного потенціалу (П-РП) природних районів України станом на 1.01.2021 р.

1.2. Побудувати ранжувальні ряди природних зон, країв, областей, природних районів України за часткою ПРП у компонентній структурі сумарного природно-ресурсного потенціалу.

1.3. Розрахувати економічну ефективність (продуктивність) ПРП природних районів у балах (за розімкнутою оцінковою шкалою, середній показник по Україні – 100 балів).

2. Визначити природні райони з високою, середньою та низькою економічною та територіальною ефективністю природно-рекреаційного потенціалу України, запропонувати найрезультативніші напрями його збалансованого освоєння, охорони та відтворення.

Література:

1. Руденко В. П., Руденко С. В. Оцінка природно-рекреаційного потенціалу України як основа менеджменту туристичної індустрії / Менеджмент туристичної індустрії : підручник у 3-х частинах / Руденко В. П., Вацеба В. Я., Підгірна В. Н. та ін. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2019. С. 185-220.

2. Руденко В. П., Руденко С. В. Оцінка природно-ресурсного потенціалу України як основа менеджменту природоохо-

¹ Кожен зі здобувачів як варіант свого дослідження отримує завдання та опрацьовує інформацію, як правило, у розрізі природних країв та областей.

ронної діяльності: Монографія. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2014. С. 161-247.

3. Барановський В. А., Шищенко П. Г. Природно-ресурсний потенціал. Еколого-економічна збалансованість території. Масштаб 1:9000000. Київ. 2005. 35 с.

Таблиця 2.3
Природно-рекреаційний потенціал природних
(фізико-географічних) регіонів України

Природний (фізико-географічний регіон)	Природно-рекреаційний потенціал, млрд.грн. (у цінах 2011–2017 р.р.)	Частка природно-рекреаційних ресурсів у структурі природно-ресурсного потенціалу, %	Ефективність (продуктивність) природно-рекреаційного потенціалу, у балах	
			економічна	територіальна
1	2	3	4	5
Східно-Європейська рівнина	62,931	8,2	495	84
Зона мішаних лісів	8,444	10,9	535	60
<u>Поліський край</u>	8,444	10,9	535	60
<i>I. Область Волинського Полісся</i>	1,496	9,4	482	38
Райони:				

1	2	3	4	5
1. Верхньоприп'ятський	0,302	12,1	788	43
2. Нижньостирський	0,205	12,0	627	44
3. Любомльсько-Ковельський	0,239	12,1	524	43
4. Маневицько-Володимирецький	0,183	12,3	542	40
5. Колківсько-Сарненський	0,131	5,8	242	20
6. Турійсько-Рожищенський	0,096	5,4	215	19
7. Ківерцівсько-Цуманський	0,259	10,5	575	89
8. Костопільсько-Березнівський	0,081	4,4	256	25
<i>II. Область Малеого Полісся</i>	0,672	8,6	366	57
Райони:				
9. Рава-Русько-Кам'янсько-Бузький	0,211	10,9	284	61
10. Радехівсько-Бродівський	0,221	8,6	392	46
Райони:				
11. Смігівсько-Славутський	0,065	4,1	295	37
12. Куликівсько-Бузький	0,175	10,1	569	92
<i>III. Область Житомирського Полісся</i>	1,194	6,4	351	34
Райони:				
13. Клесівсько-Рокитнянський	0,053	6,0	273	16
14. Олевсько-Білокоровицький	0,143	7,3	715	34
15. Словечансько-Овруцький	0,162	30,0	3460	163
16. Норинсько-Жерівський	0,031	2,8	226	12
17. Городницько-Ємільчинський	0,118	5,3	357	25
18. Коростенсько-Чоповицький	0,084	6,7	294	28
19. Корецько-Новоград-Волинський	0,034	5,9	131	15
20. Довбисько-Червоноармійський	0,059	3,0	323	20
21. Іршансько-Малинський	0,109	4,4	442	33
22. Баранівсько-Високопічанський	0,305	8,2	697	72
23. Черняхівсько-Короостишівський	0,096	4,9	89	28
<i>IV. Область Київського Полісся</i>	1,779	18,1	549	104
Райони:				
24. Руднянсько-Вільчанський	0,040	4,6	689	19
25. Чистогалівсько-Корогодський	0,006	3,6	522	12
26. Нижньоприп'ятський	0,009	4,1	561	11

1	2	3	4	5
27. Нижньоузький	0,040	4,5	702	14
28. Народицько-Іванківський	0,087	8,4	896	28
29. Нижньотетерівський	0,031	3,1	171	13
30. Здвизько-Ірпінський	1,566	27,9	556	291
<i>V. Область Чернігівського Полісся</i>	2,961	16,2	837	111
Райони:				
31. Любецько-Чернігівський	0,208	12,4	206	81
32. Замглайсько-Седнівський	0,417	16,0	4390	176
33. Добрянсько-Городнянський	0,053	4,7	788	33
34. Корюківсько-Щорський	0,395	15,5	1259	63
35. Сосницько-Менський	0,370	22,8	3773	
36. Коропсько-Батуринський	0,068	7,9	674	
37. Дніпровсько-Нижньодеснянський	0,849	22,2	560	156
38. Козелецько-Куликівський	0,601	15,1	1781	136
<i>VI. Область Новгород-Сіверського Полісся</i>	0,342	4,7	526	29
Райони:				
39. Середньососнівсько-Ревненський	0,022	4,4	716	22
40. Хоминсько-Костобобрівський	0,059	5,1	1132	20
41. Понорницько-Новгород-Сіверський	0,062	2,6	837	37
42. Середньодеснянсько-Нижньошосткинський	0,118	5,8	293	25
43. Ямпільсько-Середино-Будський	0,081	6,7	902	65
Зона широколистяних лісів	6,288	9,1	398	89
<u>Західно-Український край</u>	6,288	9,1	398	89
<i>VII. Волинська височинна область</i>	0,896	7,6	249	67
Райони:				
44. Нововолинсько-Сокальський	0,137	5,3	209	60
45. Локачівсько-Торчинський	0,246	10,7	232	76
46. Олицько-Рівненський	0,280	9,7	226	90
47. Острозько-Гощанський	0,053	6,0	158	24
48. Горохівсько-Берестечківський	0,050	5,1	416	48

1	2	3	4	5
49. Повчансько-Мізоцький	0,130	6,0	684	148
<i>VIII. Розтоцько-Опільська горбогірна область</i>	1,813	14,5	424	165
Райони:				
Райони: 50. Немирівсько-Брюховицький	0,227	12,3	782	170
51. Городоцько-Щирецький	0,467	21,3	1741	493
52. Миколаївсько-Бережанський	0,712	17,2	239	178
53. Гологірський	0,068	17,2	840	138
54. Ходорівсько-Буцацький	0,339	9,9	516	81
<i>IX. Західно-Подільська височинна область</i>	0,952	7,1	280	56
Райони:				
55. Вороняцький	0,072	4,9	400	64
56. Зборівсько-Теребовлянський	0,305	6,4	231	68
57. Гримайлівсько-Гусятинський (Товтровий)	0,149	5,6	451	63
58. Збаразько-Смотрицький (Товтровий)	0,162	5,6	352	50
59. Чортківсько-Кам'янець-Подільський	0,264	15,2	237	46
<i>X. Середньоподільська височинна область</i>	1,256	6,0	397	53
Райони:				
60. Кременецький	0,025	4,0	256	29
61. Вілійсько-Ізяславський	0,317	21,2	1457	146
62. Грицівсько-Любарський	0,090	6,5	414	44
63. Лановецько-Теофіпольський	0,149	3,6	271	29
64. Старокостянтинівсько-Хмельницький	0,087	4,3	481	42
65. Підволочинсько-Авратинський	0,134	4,1	618	55
66. Красилівсько-Ярмолинецький	0,199	7,3	176	52
67. Меджибізько-Деражнянський	0,087	4,1	463	40
68. Верхньоушицький	0,131	5,0	578	64
69. Нижньоушицький	0,037	6,8	372	48

1	2	3	4	5
<i>XI. Прут-Дністровська височинна область</i>	1,371	13,3	1021	227
Райони:				
70. Глумацько-Городенківський	0,208	10,2	487	104
71. Заставнівсько-Хотинський	1,067	17,2	1553	387
72. Кельменецько-Сокирянський	0,096	4,7	421	75
Лісостепова зона	16,200	8,6	427	78
<i>Подільсько-Придніпровський край</i>	7,116	7,3	375	71
<i>XII. Північно-Західна Придніпровська височинна область</i>	0,666	6,9	454	60
Райони:				
73. Чуднівсько-Бердичівський	0,196	7,9	339	49
74. Калинівсько-Козятинський	0,395	10,4	655	93
75. Липовецько-Погребищенський	0,075	2,3	261	26
<i>XIII. Північно-Східна Придніпровська височинна область</i>	1,113	8,6	568	97
Райони:				
76. Попільнянсько-Фастівський	0,323	10,4	1085	153
77. Ружинсько-Сквирський	0,233	6,6	826	61
78. Ставищенсько-Жашківський	0,286	7,7	996	95
79. Білоцерківсько-Богуславський	0,557	10,1	248	105
<i>XIV. Київська височинна область</i>	1,393	15,4	354	170
Райони:				
80. Васильківсько-Кагарлицький	1,219	16,1	310	186
81. Букринсько-Канівський	0,174	12,1	969	108
<i>XV. Придністровсько-Східно-Подільська височинна область</i>	0,342	4,0	305	36
Райони:				
82. Ялтушківсько-Копайгородський	0,084	4,2	411	70
83. Митківсько-Клембівський	0,072	4,0	457	55
84. Жмеринсько-Шаргородський	0,037	2,5	140	17
85. Могилів-Подільсько-Ямпільський	0,128	4,8	353	49
86. Томашпільсько-Піщанський	0,021	3,6	165	17

1	2	3	4	5
<i>XVI. Середньобузька височинна область</i>	1,039	8,1	216	77
Райони:				
87. Барсько-Літинський	0,578	16,6	411	199
88. Браїлівсько-Гульчинський	0,118	4,6	105	38
89. Гнівансько-Гайсинський	0,215	6,2	187	56
90. Ладизинсько-Бершадський	0,128	3,9	112	41
<i>XVII. Центральнопридніпровська височинна область</i>	1,381	7,0	422	79
Райони:				
Райони: 91. Оратівсько-Монастирищенський	0,156	6,3	682	72
92. Умансько-Маньківський	0,327	4,9	428	67
93. Звенигородсько-Шполянський	0,370	10,5	683	89
94. Городищенсько-Смілянський	0,311	6,0	521	80
95. Черкасько-Чигиринський	0,217	11,3	190	86
<i>XVIII. Південно-Подільська височинна область</i>	0,470	4,8	430	35
Райони:				
96. Кодимсько-Котовський	0,249	11,6	1054	109
97. Балтсько-Савранський	0,115	3,1	289	24
98. Любашівсько-Кривоозерський	0,025	2,4	247	14
99. Верхньокучурганський	0,040	3,0	179	15
100. Куяльницько-Ананьївський	0,041	2,6	310	23
<i>XIX. Південно-Придніпровська височинна область</i>	0,712	4,8	537	45
Райони:				
101. Глованівсько-Новоархангельський	0,187	2,7	371	31
102. Смолинсько-Новомиргородський	0,187	5,0	488	34
103. Бовтинсько-Світловодський	0,338	7,8	770	77
<i>Лівобережно-Дніпровський край</i>	4,441	6,8	452	59
<i>XX. Північно-Придніпровська терасова низовинна область</i>	1,838	9,8	492	84

1	2	3	4	5
Райони:				
104. Процівсько-Ліплявський	0,638	21,5	387	239
105. Бориспільсько-Баришівський	0,283	6,9	360	57
106. Носівсько-Линовицький	0,289	9,3	810	75
107. Ніжинсько-Бахмацький	0,283	13,8	902	73
108. Яготинсько-Гребінківський	0,177	5,9	443	45
109. Золотонівсько-Чорнобаївський	0,168	4,7	719	68
<i>XXI. Північно-Полтавська височинна область</i>	1,347	5,6	515	47
Райони:				
110. Конотопсько-Путивльський	0,075	8,5	450	46
111. Дубов'язівсько-Білопільський	0,286	7,1	463	48
112. Ічнянсько-Лохвицький	0,507	5,7	839	67
113. Роменсько-Гадяцький	0,121	2,9	245	19
114. Ромоданівсько-Миргородський	0,358	5,9	491	47
<i>XXII. Східно-Полтавська височинна область</i>	0,893	6,5	395	60
Райони:				
115. Лебединсько-Зіньківський	0,090	4,9	274	22
116. Решетилівсько-Диканський	0,283	7,3	226	62
117. Котелевсько-Полтавський	0,227	9,0	1112	127
118. Краснокутсько-Карлівський	0,293	5,2	617	65
<i>XXIII. Південно-Придніпровська територіальна низовинна область</i>	0,363	4,2	298	41
Райони:				
119. Оболонсько-Глобинський	0,243	3,9	240	42
120. Козельщинсько-Кобеляцький	0,120	5,0	579	39
<i>Східно-Український край</i>	4,643	17,6	510	140
<i>XXIV. Сумська схилово-височинна область</i>	0,666	7,4	394	55
Райони:				
Райони: 121. Кролевецько-Глухівський	0,146	5,5	456	36
122. Степанівсько-Хотінський	0,202	11,8	1008	82

1	2	3	4	5
123. Сумсько-Тростянецький	0,283	6,8	269	65
124. Охтирсько-Великописарівський	0,035	7,2	296	29
<i>XXV. Харківська схилово-височинна область</i>	3,977	22,7	536	190
Райони:				
125. Богодухівсько-Старомерчицький	0,286	17,7	1911	156
126. Золочівсько-Чугуївський	2,040	38,9	337	351
127. Лимансько-Вовчанський	0,355	14,3	1101	114
128. Білоколязко-Великобурлуцький	0,140	10,0	785	45
129. Валківсько-Мереф'янський	0,603	19,1	1935	238
130. Куп'янсько-Дворічанський	0,553	15,6	1363	122
Степова зона	31,999	7,3	554	97
Північностепова підзона	19,120	5,7	454	87
<u>Дністровсько-Дніпровський край</u>	5,564	7,0	446	70
<i>XXVI. Південно-Молдавська схилово-височинна область</i>	0,510	7,1	632	51
Райони:				
131. Серпнівсько-Старокозацький	0,044	4,9	306	23
132. Новотроянсько-Бородінський	0,156	5,7	748	52
133. Болградсько-Татарбунарський	0,164	7,6	619	59
134. Арцизько-Саратський	0,146	10,4	768	63
<i>XXVII. Південно-Подільська схилово-височинна область</i>	0,833	9,1	707	42
Райони:				
135. Середньокучурганський	0,034	11,5	274	15
136. Ширяївсько-Кудрявцівський	0,174	6,1	675	47
137. Чичиклійсько-Бузький	0,059	2,4	200	13
138. Нижньокучургансько-Дністровський	0,162	24,1	1224	153
139. Северинівсько-Широколанівський	0,404	14,2	1096	49
<i>XXVII. Південно-Придніпровська схилово-височинна область</i>	4,221	6,7	403	86

1	2	3	4	5
Райони:				
140. Арбузинсько-Новоукраїнський	0,090	2,3	180	14
141. Верхньоінгульський	0,152	5,8	155	30
142. Верхньоінгулецький	0,218	4,7	332	33
143. Павлинсько-Верхньодніпровський	0,044	2,4	90	11
144. Верхівцівсько-Солонівський	3,219	27,8	793	1068
145. Вознесеньсько-Єланецький	0,065	2,5	182	12
146. Новобузько-Казанківський	0,040	1,8	223	10
147. Середньоінгулецько-Саксаганський	0,037	0,2	17	10
148. Верхньобазавлуцький	0,022	0,4	64	4
149. Верхньосурський	0,171	5,0	801	61
150. Нижньобазавлуцько-Томаківський	0,163	4,9	361	57
<u>Лівобережно-Дніпровсько-Приазовський край</u>	5,990	6,8	637	91
<i>XXIX. Орільсько-Самарська низовинна область</i>	2,221	4,8	818	77
Райони:				
151. Нижньоорільсько-Дніпровський	0,902	16,2	2360	160
152. Зачепилівсько-Красноградський	0,056	3,8	375	24
153. Кечигівсько-Сахнівщинський	0,124	5,5	520	32
154. Верхньоберецький	0,221	6,3	658	60
155. Магдалинівсько-Перещепинський	0,554	5,4	1898	161
156. Нижньотернівський	0,012	0,2	21	3
157. Верхньотерівсько-Бритаїський	0,177	3,4	475	41
158. Нижньосамарський	0,175	1,5	507	93
<i>XXX. Кінсько-Ялинська низовинна область</i>	1,508	5,3	384	70
Райони:				
159. Синельниківсько-Вільнянський	0,833	9,1	308	223

1	2	3	4	5
160. Вовчансько-Нижньогайчурський	0,146	1,9	392	26
161. Кам'янсько-Дніпровсько-Енергодарський	0,068	3,5	658	32
162. Дніпровсько-Кінський	0,295	5,1	687	49
163. Середньогайчурсько-Кашлагацький	0,166	3,9	516	40
<i>XXXI. Приазовська височинна область</i>	0,977	12,2	1063	89
Райони:				
164. Чернігівсько-Розівський	0,093	3,8	333	18
165. Волновасько-Анадольський	0,171	7,2	609	89
166. Андріївсько-Володарський	0,644	27,2	2231	234
167. Кальчицько-Мирненський	0,069	8,8	989	65
<i>XXXII. Приазовська низовинна область</i>	1,284	27,0	696	280
Райони:				
168. Маріупольсько-Новоазовський	1,160	42,7	678	457
169. Тельманівсько-Коньківський	0,124	6,1	922	61
<u>Донецький край</u>	4,496	3,7	253	105
<i>XXXIII. Західно-Донецька схилово-височинна область</i>	1,846	4,0	378	100
Райони:				
170. Барвінківсько-Новодонецький	0,395	4,5	556	77
171. Торецько-Бахмутський	1,163	4,9	351	159
172. Межівсько-Курахівський	0,288	2,1	336	48
<i>XXXIV. Донецька височинна область</i>	2,650	3,6	205	118
Райони:				
173. Макіївсько-Старобешівський	0,224	1,2	51	47
174. Верхньокринсько-Нагольненський	0,793	5,4	389	145
175. Дебальцівсько-Ровеньківський	0,535	5,0	308	124
176. Лисичансько-Краснодонський	0,498	4,9	222	99
177. Лугансько-Суходільський	0,379	4,0	162	118
178. Верхньоаяланчицько-Кринський	0,2221	2,1	1500	125

1	2	3	4	5
<u>Західно-Донецький край</u>	3,070	6,4	1263	98
<i>XXXV. Старобільська схилово-височинна область</i>	3,070	6,4	1263	98
Райони:				
179. Балаклійсько-Руженський	0,370	2,2	400	62
180. Куньєвсько-Борівський	1,204	33,8	5426	399
181. Сватівсько-Новоайдарський	1,057	4,8	1880	128
182. Білокуракинсько-Білолуцький	0,258	7,3	585	28
183. Біловодсько-Міловський	0,181	8,2	647	37
Середньостепова підзона	4,391	10,4	464	75
<u>Причорноморський край</u>	4,391	10,4	464	75
<i>XXXVI. Задністрівсько-Причорноморська низовинна область</i>	0,457	7,2	509	42
Райони:				
184. Ренійсько-Кілійський	0,044	4,4	195	9
185. Кагульсько-Катлабузький	0,174	5,2	418	62
186. Кундуцько-Буранський	0,239	11,8	930	86
<i>XXXVII. Дністрівсько-Бузька низовинна область</i>	2,631	35,0	635	315
Райони:				
187. Іллічівсько-Комінтернівський	2,252	42,9	562	436
188. Березансько-Криничанський	0,379	16,7	2748	119
<i>XXXVIII. Бузько-Дніпровська низовинна область</i>	0,379	2,7	136	20
Райони:				
189. Новоодесько-Воронцівський	0,081	4,9	654	38
190. Баштансько-Явкинський	0,050	2,2	301	16
191. Нижньовисунсько-Інгулецький	0,028	1,7	199	9
192. Високопільсько-Апостолівський	0,022	0,7	47	6
193. Лівобережно-Інгульський	0,121	5,6	75	63
194. Нижньоінгулецько-Дніпровський	0,022	2,6	141	9
195. Новорайсько-Дудчанський	0,055	2,2	447	20
<i>XXXIX. Дніпровсько-Молочанська низовинна область</i>	0,208	2,5	233	14

1	2	3	4	5
Райони:				
196. Верхньорогачицько-Великобілозерський	0,034	2,7	233	31
197. Тимошівсько-Михайлівський	0,072	2,5	400	13
198. Рубанівсько-Менчикорівський	0,050	2,5	305	8
199. Каховсько-Нижньосірогоський	0,031	1,8	153	15
200. Верхньоутлюцький	0,021	3,8	107	105
<i>XL. Західно-Приазовська схилово-височинна область</i>	0,716	12,2	990	55
Райони:				
201. Молочансько-Нововасилівський	0,106	3,7	365	90
202. Токмацько-Корсацький	0,249	16,4	1270	169
203. Приморсько-Бердянський	0,361	24,8	1522	159
Південнестепова (сухостепова) підзона	8,488	15,1	1360	14
Причорноморсько-Приазовський край	2,494	10,6	829	85
<i>XLI. Нижньобузько-Дніпровська низовинна область</i>	0,843	13,3	2795	177
Райони:				
204. Очаківсько-Тарутинський	0,271	14,2	3851	157
205. Посад-Покровсько-Білозерський	0,572	12,8	2474	189
<i>XLII. Нижньодніпровська терасово-дельтова низовинна область</i>	0,510	9,3	310	54
Райони:				
206. Голопристансько-Дніпрянський	0,025	4,9	23	20
207. Рибальчансько-Раденський	0,174	7,0	860	62
208. Скадовсько-Новокаховський	0,128	15,4	676	78
209. Краснознам'янсько-Лазурненський	0,177	11,4	1102	61
210. Тендрівсько-Джарилгацький	0,006	8,0	1000	7
<i>XLIII. Присивасько-Приазовська низовинна область</i>	1,141	9,8	1073	76

1	2	3	4	5
Райони:				
211. Асканійсько-Подівський	0,171	4,0	371	29
212. Атманайсько-Утлюцький	0,414	18,9	1658	192
213. Нижньомолочанський	0,183	13,3	1200	75
214. Чаплинсько-Чонгарський	0,202	7,8	1907	85
215. Генічесько-Сокологірненський	0,149	13,0	1591	70
216. Бирючоострівський	0,022	21,2	3500	112
Кримський степовий край	5,994	18,3	1855	249
<i>XLIV. Присивасько-Кримська низовинна область</i>	1,533	16,0	1874	195
Райони:				
217. Північно-Сиваський	0,666	15,7	2770	364
218. Арабатський	0,056	13,3	1905	113
219. Роздольненсько-Ішунський	0,295	13,7	1866	172
220. Новокримсько-Джанкойський	0,258	20,4	914	94
221. Південно-Сиваський	0,258	17,0	2398	240
<i>XLV. Тарханкутська височинна область</i>	1,306	17,0	2106	202
Райони:				
222. Ковильнівсько-Войковський	0,672	16,7	3992	246
223. Західно-Тарханкутський	0,498	33,1	7259	367
224. Південно-Тарханкутський	0,136	6,3	357	58
<i>XLVI. Центральнокримська височинна область</i>	2,808	23,9	3524	502
Райони:				
225. Євпаторійсько-Сакський	1,735	24,8	6843	1344
226. Середньосалгирський	0,647	25,5	1527	231
227. Індольський	0,426	19,2	3555	283
<i>XLVII. Керченська горбисто-пасмова область</i>	0,347	9,3	347	82
Райони:				
228. Казантипсько-Токільський	0,168	7,5	2842	61
229. Чаудинський	0,179	12,1	457	123
Кримські гори	6,621	42,4	1642	1211

1	2	3	4	5
<u>Кримський гірський край</u>	6,621	42,4	1642	1211
<i>I. Передгірно-Кримська область</i>	3,200	45,9	1254	1093
Райони:				
1. Качинсько-Альминський	0,249	46,2	3051	722
2. Середньосалгирсько-Зуйський	0,812	43,3	1625	877
3. Василівсько-Старокримський	0,774	47,3	29079	2768
4. Нижньочорноріченський	0,379	38,9	331	1175
5. Бахчисарайсько-Перовський	0,606	58,7	821	972
6. Білогірсько-Курський	0,380	41,5	6463	881
<i>II. Гірсько-Кримська область</i>	2,245	37,1	5075	1227
Райони:				
7. Верхньочорноріченський	0,358	35,5	14380	1385
8. Верхньокачинський	0,678	39,8	4942	1570
9. Верхньосалгирський	0,510	41,1	8435	1247
10. Верхньоіндольський	0,348	29,2	3407	809
11. Айпетринсько-Карабійлинський	0,351	38,6	2985	1089
<i>III. Південнобережно-Кримська область</i>	1,176	45,7	1133	1707
Райони:				
12. Південнокругосхиловий	0,261	38,7	850	552
13. Балаклавсько-Ялтинський	0,336	38,2	618	2601
14. Алуштинсько-Судацький	0,579	56,7	3097	6719
Карпати	11,330	21,0		
<u>Українські Карпати</u>	11,330	21,0	972	222
<i>I. Передкарпатська височинна область</i>	3,508	17,7	620	192
1. Мостисько-Яворівський	0,249	16,4	431	83
2. Добромільсько-Самбірський	0,283	13,6	667	157
3. Дрогобицько-Меденицький	0,249	20,8	530	175
4. Стрийсько-Жидачівський	0,445	17,4	1056	265
5. Долинсько-Калуський	0,308	12,4	694	186
6. Завійсько-Ямницький	0,448	23,6	1294	315
7. Надвірнянсько-Печеніжинський	0,398	19,9	330	193
8. Обертинсько-Гвіздецький	0,193	10,0	1192	242

1	2	3	4	5
9. Яблунівсько-Кутський	0,299	25,8	1299	283
10. Вишницько-Сторожинецький	0,305	22,5	860	179
11. Вашковецько-Глибочький	0,331	19,9	325	201
<i>II. Зовнішньо-Карпатська область</i>	1,384	14,1	790	126
Райони:				
12. Старосамбірсько-Східницький	0,293	13,3	520	104
13. Вигодсько-Битківський	0,305	15,6	1779	301
14. Космацько-Виженьський	0,146	9,4	569	110
15. Славсько-Сколівський	0,414	14,1	1758	176
16. Верхньоосвіцько-Верхньобистрицький	0,211	23,1	426	72
17. Криворівнянсько-Дихтинецький	0,069	9,9	519	66
<i>III. Вододільно-Верховинська область</i>	1,204	19,5	2346	245
Райони:				
18. Турківсько-Опорецький	0,156	12,7	1336	106
19. Торунсько-Лопухівський	0,267	18,8	1488	211
20. Ясінянський	0,087	23,7	1535	202
21. Ворохтянсько-Путильський	0,156	15,2	5157	301
22. Ужоцько-Жденівський	0,289	29,9	9048	747
23. Воловецько-Колочавський	0,249	21,2	2539	296
<i>IV. Полонинсько-Чорногірська область</i>	1,502	25,8	1808	215
Райони:				
24. Стужинсько-Рунський	0,980	31,9	11315	1011
25. Боржавсько-Краснянський	0,174	24,6	484	83
26. Свидовецько-Чорногірський	0,295	19,1	917	109
27. Гринявсько-Яровицький	0,053	10,5	851	45
<i>V. Мармароська область</i>	0,134	18,9	1992	222
Райони:				
28. Рахівсько-Чивчинський	0,134	18,9	1992	222
<i>VI. Вулканічно-міжгірно-уловинна область</i>	2,062	31,5	1497	348
Райони:				

1	2	3	4	5
29. Невицько-Чинадіївський	0,734	32,2	1017	275
30. Туріївсько-Свалявський	0,457	30,0	2916	452
31. Угольсько-Нересницький	0,140	32,6	801	167
32. Хустсько-Солотвинський	0,460	30,0	1819	455
33. Іршавський	0,271	34,5	3826	698
<i>VII. Закарпатська низовинна область</i>	1,536	30,3	1055	443
Райони:				
34. Чоп-Мукачівський	1,480	30,6	1038	441
35. Берегівсько-Мужієвський	0,056	25,0	1847	520
Україна	80,882	9,6	566	100

2.3. МЕНЕДЖМЕНТ ВОДНИХ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ



1. Мета, завдання та компетентності

Мета практикуму – показати місце менеджменту туристично-рекреаційних ресурсів та водокористування у структурі водного господарства України; дослідити специфіку та проблеми державного обліку використання водноресурсного потенціалу в Україні, в тому числі для потреб рекреації та туризму.

Завдання:

1. Проаналізувати роль і зростаюче значення водних ресурсів у розвитку туризму і рекреації у світі загалом і в Україні зокрема.

2. Проаналізувати відмінності понять «туристично-рекреаційне водокористування» і «туристично-рекреаційне користування водними об'єктами».

3. Охарактеризувати законодавчо-нормативні акти обліку водних ресурсів в Україні, зокрема, у туристично-рекреаційній сфері в Україні.

4. Окреслити найбільш суттєві проблеми об'єктивної оцінки обсягів використання водних ресурсів в галузі туризму і рекреації.

5. Проаналізувати структуру управління у галузі водних ресурсів в Україні.

Компетентності

У результаті виконання даної частини практикуму студент повинен отримати уявлення про основи менеджменту водних ресурсів, історію управління водним господарством України та його основні проблеми; засвоїти теоретичні основи водноресурсного менеджменту, його найважливіші функції та інструменти.

У результаті вивчення даної частини практикуму студент повин

знати: сучасні концепції менеджменту та історію розвитку водноресурсного менеджменту в Україні; відмінності підходів

класичного управління водними ресурсами та сучасного водно-ресурсного менеджменту; суть і еволюцію концепції інтегрованого водноресурсного менеджменту; особливості басейнового принципу управління водними ресурсами; водне законодавство України; зміст водного фонду та водного кадастру; основні функції водноресурсного менеджменту; інструменти водноресурсного менеджменту;

вміти: розрізняти поняття *управління* і *менеджмент*; характеризувати функції водноресурсного менеджменту; застосовувати інструменти водноресурсного менеджменту; орієнтуватися у тарифній політиці при використанні вод; аналізувати розподіл водного фонду території держави; аналізувати вплив господарських заходів на стік.

? 2. Запитання та завдання для тренінгу

1. Яке значення водних ресурсів у організації рекреації та туризму?

2. Чим визначається придатність водного об'єкта до туристичного та рекреаційного використання?

3. Як можна систематизувати водні об'єкти туристично-рекреаційного призначення?

4. Як співвідносяться поняття «рекреаційна місткість водного об'єкта» і «рекреаційне навантаження на водний об'єкт»?

5. Які особливості застосування методики аналізу гідрографічної мережі О. Бейдика?

6. Що таке водний туристичний кластер?

7. За якими критеріями можна скласифікувати водні туристичні кластери?

8. Яких ключових учасників водного туристичного кластера ви знаєте?

9. Які послуги забезпечують задоволення основних потреб туристів у водному туристичному кластері?

10. Які характерні риси туристично-рекреаційного водокористування?

11. Яка різниця між прямим і непрямим туристично-рекреаційним водокористуванням?

12. Які основні стратегії управління водними ресурсами в туризмі?

13. Опишіть особливості стратегії «управління попитом» на воду в туризмі.

14. Розкрийте характерні риси стратегії «управління водними ресурсами» в туризмі.



3. Тестові завдання

1. Водні туристично-рекреаційні ресурси – це:

- а) наявність (або сукупність) водних об'єктів зі сприятливими для різних видів рекреаційної та туристичної діяльності ресурсними, режимними і якісними характеристиками;
- б) усі водні об'єкти певної території;
- в) водний фонд зон рекреаційного призначення;
- г) природні, природно-антропогенні та соціально-економічні ресурси туризму та рекреації, основною властивістю яких є текучість.

2. У сучасних умовах особливо великого значення для розвитку рекреації та туризму набувають:

- а) природні водні об'єкти в неурбанізованих районах;
- б) штучні водні об'єкти в урбанізованих районах;
- в) моря і океани;
- г) підземні водні об'єкти.

3. Джерела підземних лікувальних мінеральних вод, що використовуються у санаторно-курортній справі, прісні та солоні озера з цілющою гряззю, ропою і водою з певними лікувальними властивостями – це:

- а) курортно-бальнеологічні водні об'єкти;
- б) спортивно-туристичні водні об'єкти;
- в) рибальсько-мисливські водні об'єкти;
- г) геотермально-рекреаційно-промислові водні об'єкти.

4. Здатність водного об'єкта і прибережної території здійснювати на людину позитивний фізичний та психічний вплив, що пов'язаний із відпочинком і відновленням життєвих сил, – це:

- а) рекреаційне навантаження;
- б) рекреаційна місткість;

- в) рекреаційний цикл;
- г) рекреаційний потенціал.

5. Узбережна зона стабільної рекреаційно-туристичної функції, яка характеризується найбільшим навантаженням від рекреаційних потоків, засобів розміщення та пересування, – це:

- а) актуальна смуга;
- б) пляж;
- в) морський берег;
- г) рекреаційний коридор.

6. Насиченість сервісного простору, його географічна локалізація, яка виникає при розвитку водного туризму, зумовлюють закономірне спонтанне формування локальної географічної концентрації туристичних компаній, яка у підсумку стає основою для розвитку:

- а) індустрії туризму;
- б) водного туристичного кластера;
- в) дайвінгу;
- г) приморського туризму.

7. Туризм належить до галузей, що є:

- а) значними споживачами води;
- б) незначними споживачами води;
- в) незалежними від наявності водних ресурсів;
- г) значними забруднювачами водних ресурсів.

8. На сучасну туристичну індустрію припадає такий відсоток глобального обсягу водокористування:

- а) 20%;
- б) 70%;
- в) 1%;
- г) 50%.

9. Ключовим пріоритетом менеджменту туризму в умовах зростання дефіциту водних ресурсів має бути:

- а) раціональне управління водними ресурсами;
- б) відмова від послуг водопостачання та водовідведення у готельній індустрії;
- в) пошук води на найближчих до Землі планетах і космічних об'єктах;
- г) розвиток водневих технологій.

10. Реалізація стратегії управління попитом на водні ресурси в туристичній індустрії передбачає:

- а) збільшення споживання води;
- б) незмінне споживання води;
- в) відмова від споживання води;
- г) зменшення споживання води.

4. Практичні роботи

Практична робота 1

Тема. Понятійно-термінологічний та методологічний апарат наук про воду.

Мета. Засвоїти основні терміни та поняття, що використовуються у менеджменті водних туристично-рекреаційних ресурсів, знати їхні визначення; знати суть основних методів гідрологічних досліджень.

Завдання.

1. Виписати та вивчити з Водного Кодексу України основні терміни, що у ньому вживаються.
2. Законспектувати та вивчити основні методи гідрологічних досліджень.
3. Зробити висновки.

Практична робота 2

Тема. Воднорекреаційні об'єкти України.

Мета. Вивчити географію найбільш рекреаційно привабливих і перспективних з погляду рекреаційного та туристичного освоєння водних об'єктів України.

Теоретичні вказівки. Рекреація на водоймах – це досить широке поняття, що поєднує багато видів відпочинку, які різняться між собою сезонами пікових навантажень, інтенсивністю використання елементів природних комплексів, шляхами і характером забруднень, що надходять у водойми. Наймасовішими видами рекреаційних занять на водоймах є купання, рибальство (з судна, з берега, з льоду), відпочинок на вітрильних, веслових і моторних маломірних судах, воднолижний спорт, туризм, підводне полювання, полювання на водоплавну здобич.

Один із найважливіших чинників рекреації – наявність водойми або річки в межах зони відпочинку. Більша частина всіх рекреаційних територій розміщується біля водойм, а в місцях, де їх немає, необхідною умовою облаштування зони відпочинку є створення штучних водойм або басейнів. Більшість рекреаційних закладів і майже всі заклади короткотривалого відпочинку населення розміщуються безпосередньо на берегах водойм або поблизу них.

Завдання.

1. На контурну карту нанести основні річки України та позначити межі їх басейнів.
2. На контурну карту України нанести найбільші озера, водосховища та лимани. Підписати їхні назви.
3. Зробити висновки.

Практична робота 3

Тема. Оцінка рекреаційної місткості водного об'єкта.

Мета. Навчитися визначати максимально допустиму кількість відпочиваючих у межах водного об'єкта.

Теоретичні вказівки. Рекреаційна місткість залежить від норм рекреаційного навантаження, площ рекреаційних територій, тривалості відпочинку та сприятливого погодного періоду і визначається за формулою

$$M_{\text{рекр}} = \frac{(H \cdot F \cdot T)}{t},$$

де $M_{\text{рекр}}$ – рекреаційна місткість (осіб); H – норма рекреаційного навантаження (осіб/км²); F – площа рекреаційної території (км²); T – тривалість рекреаційного періоду (днів); t – середня тривалість перебування відпочиваючих (днів).

Якщо ж оцінюється рекреаційний потенціал для короткочасного відпочинку, то формула набуває вигляду:

$$M_{\text{рекр}} = H \cdot F \cdot t,$$

де t – кількість вихідних та святкових днів упродовж теплого періоду року.

Для визначення місткості воднорекреаційних територій на основі формули спочатку необхідно оцінити їх площу (F). Спира-

ючись на методику оцінки природного рекреаційно-ресурсного потенціалу, складовою якої є методика аналізу гідрографічної мережі, можна оцінити площу потенційних рекреаційних акваторій та прилеглих до них територій річок, водосховищ і ставків.

Суть методики полягає у визначенні для кожного типу водного об'єкта площі акваторії та площі актуальної смуги – узбережної зони стабільної рекреаційно-туристичної функції, яка характеризується найбільшим навантаженням від рекреаційних потоків, засобів розміщення та пересування.

При розрахунках площі акваторії річок, залежно від їхньої величини (мала – довжиною 10-100 км, середня – 100-500 км, велика – понад 500 км), можна оперувати даними про фактичну довжину річок, а їх ширину умовно приймати для малої річки на рівні 50 м, середньої – 100 м, великої – 500 м. Площа актуальних смуг річок визначається множенням довжини річки по обох берегах на ширину актуальної смуги, яка для малих річок становить 100 м, середніх – 300 м, для великих річок та водосховищ – 500 м.

Однак всю довжину берегів і площу акваторії водних об'єктів регіону важко використати з рекреаційною метою, оскільки значні площі їх берегів непридатні не тільки для відпочинку, але й для будь-яких інших форм природокористування: вони зайняті крутими схилами, заболочені (зокрема у верхів'ях річок), порослі густими чагарниками та іншою рослинністю, зайняті різноманітними гідротехнічними та інженерними спорудами тощо. Частина рекреаційно привабливих водних об'єктів (ставків), перебуваючи у приватній власності або в оренді, можуть бути закриті для масового відпочинку їхніми власниками.

Співвідношення придатних і непридатних для масового рекреаційного освоєння прибережних акваторій і берегових зон різниться залежно від типу водного об'єкта і становить пересічно 40-70% від загальної довжини берегової лінії, а в межах великих міст може бути ще меншим і не перевищувати 10-20%. Тому при здійсненні розрахунків доцільно умовно прийняти доступною для рекреаційного використання половину довжини актуальних смуг річок і водосховищ. Щодо ширини актуальних смуг, то її варто визначати, виходячи з положень Водного кодексу України на основі ширини прибережних смуг, які вста-

новлюються з метою охорони поверхневих водних об'єктів від забруднення, засмічення та збереження їхньої водності. Захисні смуги встановлюються по обидва береги шириною 25 м для річок площею водозбору до 2000 км², 50 м – для річок площею водозбору 2000-50000 км² та водосховищ на них, і 100 м – для річок з площею водозбору більше 50 тис. км² і водосховищ на них. Крім цього, можна використати не умовні, а реальні дані про ширину річок.

Завдання.

1. Оцініть площу воднорекреаційних територій досліджуваного водного об'єкта.
2. Визначте рекреаційну місткість акваторії та узбережжя досліджуваного водного об'єкта.
3. Зробіть висновки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Angelevska-Najdeska, K. (2014), Valorisation and management of tourists resources – a condition for sustainable tourism development, in: Questus Multidisciplinary Research Journal, vol. 4, pp. 86-99.

2. Bhat, Gajana; Bergsrom, John; Teasley, R. Jeff. (1998). An ecoregional approach to the economic valuation of land- and water-based recreation in the United States. Environmental Management, Vol. 22(1): 69-77.

3. Directive 2000/60/EC of the European Parliament and of the Council of 23 October 2000 establishing a framework for Community action in the field of water policy. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32000L0060&from=EN>.

4. Gössling S., Peeters P., Hall M. (2012) Tourism and Water Use: Supply, Demand and Security – An International Review. Tourism Management 33.

5. Gössling, S. (2013), Tourism and water: Interrelationships and management. Global Water Forum URL: <http://www.globalwaterforum.org/2013/07/16/tourism-and-water-interrelationships-and-management/>.

6. Kline, Jeffrey D. (2001), Tourism and natural resource management: a general overview of research and issues. Gen. Tech.

Rep. PNW-GTR-506. Portland, OR: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Pacific Northwest Research Station. 19 p. URL: https://www.fs.fed.us/pnw/pubs/pnw_gtr_506.pdf.

7. Puchkin A. (2014), The water tourism cluster development / Services in Russia and Abroad. DOI: 10.12737/6689.

8. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. 395 с.

9. Блага М. М. Рекреаційно-ресурсний потенціал і фактори його використання // Український географічний журнал. 2000. №2. С.28-30.

10. Водний кодекс України // Відомості Верховної Ради України, 1995. №24. ст. 189.

11. Гулич О. І. Концептуальні засади екологічно збалансованого розвитку курортно-оздоровчих територій: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.10.01 [Електронний ресурс]; НАН України; Ін-т регіон. дослідж. Л., 2005. 24 с. URL: http://www.nbuv.gov.ua/ard/2005/05_goikot.zip.

12. Державні будівельні норми України. ДБН 360-92 «Містобудування. Планування і забудова міських і сільських поселень». Наказ Держкоммістобудування від 17.04.1992 № 44.

13. Любіцева О. О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України Навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2007. 369 с.

14. Менеджмент туристичної індустрії: навчальний посібник / І. М. Школа [та ін.]; за ред. проф. І. М. Школи. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.

15. Мироненко Н. С., Твердохлебов Н.Т. Рекреационная география. Москва: Изд-во Московского ун-та, 1981. 207 с.

16. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери: наукове видання / В. С.Кравців, Л. С.Гринів, М. В. Копач, С. П. Кузик. Львів: НАН України. ІРД НАН України. 1999. 78 с.

17. Нудельман М. С. Социально-экономические проблемы рекреационного природопользования. – Київ: Наукова думка, 1987. 128 с.

18. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія. К. : Центр навчальної літератури, 2007. 312 с.

19. Цепенда М. В., Цепенда М. М. Водноресурсний менеджмент: навч. посібник. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2016. 240 с.

20. Цепенда М. М. Водноресурсний потенціал басейну Середнього Дністра: оцінка величини та господарської освоєності: монографія. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2017. 228 с.

21. Цепенда М.В., Цепенда М.М., Цепенда Н.Р. Суть туристично-рекреаційного водокористування, особливості та проблеми його обліку в Україні // Географія та туризм. № 5. 2019. С. 20-28.

2.4. МЕНЕДЖМЕНТ ЛІСОВИХ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

Вступ

Інтеграція України у європейський економічний простір вимагає від лісокористувачів нових підходів до організації лісогосподарської діяльності, яка б орієнтувалась на засади збалансованого лісокористування. У цьому контексті, актуалізується необхідність реалізації заходів щодо підвищення ефективного використання лісових ресурсів, зокрема у напрямі рекреаційного лісокористування. З цією метою, лісогосподарськими підприємствами реалізуються власні можливості для розвитку рекреаційно-туристичного господарства, розробляються і реалізуються конкретні локальні проекти з метою створення необхідної інфраструктури на найцінніших у рекреаційному відношенні лісових територіях, модернізуються наявні відомчі бази відпочинку, активізуються зусилля у справі міждержавної співпраці в рекреаційному та природоохоронному напрямку. Впровадження менеджменту лісорекреаційних ресурсів, як невід'ємної складової менеджменту суб'єктів лісогосподарської діяльності стає нагальною вимогою сьогодення. Саме тому, майбутнім фахівцям у сфері туристичного менеджменту необхідно усвідомити значення та можливості рекреаційного лісокористування у організації туристсько-рекреаційної діяльності та вміти приймати виважені управлінські рішення у сфері туристсько-рекреаційного лісокористування із врахування тенденцій потреб та попиту, що формуються на ринку лісорекреаційних послуг для досягнення максимального лісорекреаційного ефекту за рахунок поєднання екологічних можливостей лісу та оптимального використання його рекреаційного потенціалу.

Обґрунтування змісту практичних робіт. Практична складова менеджменту лісорекреаційних ресурсів представлена 5 практичними роботами, які вміщують теоретичні вказівки та практичні завдання, які зорієнтовані на формування системи налагодженого лісорекреаційного менеджменту із інтегруванням як загальних, так і специфічних функцій управління в лісорекреаційну практику підприємств.

Практична робота 1

Тема. Рекреаційне лісокористування.

Мета. Ознайомитися з особливостями рекреаційного лісокористування, формами організації та відпочинку в лісі; з'ясувати категорії рекреаційних лісів в області.

Теоретичні вказівки. Основним завданням рекреації є відновлення і розвиток фізичного та психологічно-емоційного стану кожного члена суспільства, всебічний розвиток його духовного світу. Досить часто, це завдання реалізується за рахунок відпочинку в лісах. Ліси й інші території, що використовуються для відпочинку, туризму т, лікування, задоволення фізичних, естетичних і пізнавальних потреб називають рекреаційними.

Пріоритетність рекреаційних функцій лісів законодавчо закріплена у Лісовому Кодексі України (стаття 39), де зазначається що: «ліси України за екологічним і соціально-економічним значенням та залежно від основних виконуваних ними функцій поділяються на такі категорії: 1) захисні ліси (виконують переважно водоохоронні, ґрунтозахисні та інші захисні функції); 2) рекреаційно-оздоровчі ліси (виконують переважно рекреаційні, санітарні, гігієнічні та оздоровчі функції); 3) ліси природоохоронного, наукового, історико-культурного призначення (виконують особливі природоохоронні, естетичні, наукові функції тощо); 4) експлуатаційні ліси» [10].

Лісові рекреаційні ресурси формують передумови для розвитку рекреаційного лісокористування. Термін «рекреаційне лісокористування» став особливо вживаним у практичній та науковій діяльності у 70-80-х роках ХХ століття.

За визначенням А. І. Тарасова: «рекреаційне лісокористування – це сукупність явищ, що виникають в зв'язку з використанням лісу для туризму і відпочинку» [14].

Бондаренко В. Д. і Фурдичко О. І. вважають, що: «рекреаційне лісокористування це інтенсивний вид використання лісових ресурсів. Якщо воно виявляється надмірним, то в лісовому біогеоценозі порушуються процеси обміну речовин і енергії, взаємозв'язки між компонентами, відбувається так звана рекреаційна дигресія, яка зачіпає всі компоненти – від ґрунту до верхнього ярусу деревостану» [1].

За Ханбековим Р. І.: «рекреаційне користування лісом необхідно розглядати як підсистему в системі лісокористування, що характеризується сукупністю явищ, пов'язаних з розширенням безперервним і невиснажливим використанням і відновленням рекреаційних ресурсів лісу (культурно- оздоровчих, естетичних, санітарно-гігієнічних, психоемоційних, курортологічних цінностей) і основних рекреаційних фондів» [16].

Існують різні підходи щодо виділення видів, типів і форм організації та відпочинку в лісі (табл. 2.4) [2].

Таблиця 2.4

Форми організації відпочинку в лісі (за Генсируком С. А.)

Вид рекреації	Тривалість	Рівень організації	Матеріально-технічна база
лікування, оздоровлення, відпочинок	постійно, тривало	організована	пансіонати, готелі, санаторії, дитячі табори
активний та пасивний відпочинок	постійно, короткостроково	організована	рекреаційні зони, пункти
активний та пасивний відпочинок	сезонно	організована	турбази, мотелі
туризм	сезонно	організована неорганізована	турбази, мотелі наметові містечка
пікніки, прогулянки, любительські промисли	сезонно, тимчасово, короткотривало	неорганізована	лісові масиви, пристосовані для потреб відпочинку

Також, існує класифікація видів відпочинку в лісі по сезонах року: зимовий, весняний, літній, осінній відпочинок. За сімейними зв'язками виділяють індивідуальний, сімейний, груповий відпочинок. За віковими групами – дошкільнята, школярі, молодь, люди похилого віку. За тривалістю – довготривалий, короткотривалий відпочинок.

Досить часто, для короткотривалого відпочинку в лісі при-
таманні такі форми рекреації, як дорожньо-стежкова, бездо-
рожня, добувна, бівуачна, транспортно-бездорожня і інфра-
структурна рекреації.

Забезпечення якісного відпочинку в лісі висуває вимоги, як
до створення максимально комфортних умов для населення,
так і максимального збереження лісових насаджень, як ціліс-
ної екосистеми, яка здатна до самовідновлення та стабільного
функціонування в умовах високих рекреаційних навантажень.
Саме тому, до цієї категорії лісів висуваються вимоги, відмінні
від інших територій, що знаходяться у веденні лісового госпо-
дарства, а одним із головних завдань лісопаркового господа-
рства є формування естетично привабливих, екологічно стійких
територій з високою рекреаційною місткістю.

Існують різні підходи щодо класифікації лісів рекреаційного
призначення. Найчастіше їх поділяють на внутрішньоміські зе-
лені насадження рекреаційного призначення, власне ре-
креаційні ліси та ліси, які побічно виконують рекреаційні функції
(табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Класифікація лісів рекреаційного призначення

Категорія	Характеристика
1. Внутрішньо місь- кі зелені насажден- ня рекреаційного призначення	природні та штучні лісові масиви, що розта- шовані всередині міської забудови в складі категорії «міські ліси»; міські парки, ство- рені на базі природних лісів, зоологічні та ботанічні сади, дендрарії, спортивні комп- лекси, розташовані на територіях, зайнятих лісами.
2. Рекреаційні ліси:	
Ліси зелених зон	лісова території навколо міста, формування якої підпорядковується його інтересам, яка виконує рекреаційні та природоохоронні функції. Її загальна площа визначається лі- сорослинною зоною, лісистістю території, чисельністю мешканців, які проживають в місті.

	Розмір лісопаркової частини зеленої зони встановлюється в залежності від загальної чисельності мешканців міста.
Курортні ліси	ліси з обмеженим режимом користування навколо курортних територій для створення сприятливих мікрокліматичних умов для лікування і відпочинку.
3. Ліси природоохоронного, наукового, історико-культурного призначення	категорія об'єктів, що підлягають особливій охороні – пам'ятки природи; особливо цінні ліси, що мають наукове або історичне значення; національні природні парки; природні заповідники і заказники. Вони побічно виконують рекреаційні функції. Найбільший інтерес з точки зору організації рекреації складають національні природні парки (НПП). У НПП є можливість створення рекреаційних зон, спеціально організованих і підготовлених для відпочинку територій. На відміну від заповідників частина площі національних парків відкрита для регульованого відвідування з рекреаційними, пізнавальними і культурними цілями.
4. Захисні ліси	захисні смуги лісів по берегах річок, озер, водосховищ та інших водних об'єктів, які виділяються для захисту цих водойм від забруднення, замулення, регулювання водного режиму і можуть використовуватися в рекреаційних цілях. Вони побічно виконують рекреаційні функції.

Завдання 1. Ознайомитися з класифікацією рекреаційних лісів та формами короткочасного відпочинку.

Завдання 2. Заповнити таблицю «Рекреаційні ліси Чернівецької області».

Таблиця 2.6.

Рекреаційні ліси Чернівецької області.

Категорія рекреаційних лісів	Назва, коротка характеристика об'єкту
Внутрішньоміські зелені насадження рекреаційного призначення	
Власне рекреаційні ліси	
Курортні ліси	
Пам'ятники природи	
Особливо цінні ліси, що мають наукове або історичне значення	
Національні природні парки	
Природні заповідники і заказники	

Завдання 3. Із сформованої таблиці вибрати один об'єкт для дослідження і описати його більш детально. Роботу подати у вигляді реферату і презентації.

Практична робота № 2

Тема. Еколого-економічний вплив рекреаційного лісокористування на розвиток господарського комплексу територіальних громад.

Мета. Дослідити економічний та екологічний ефект активізації рекреаційного лісокористування на місцевий господарський комплекс та лісові біогеоценози.

Теоретичні вказівки. Рекреаційне лісокористування на території територіальних громад відіграє важливі економічні та екологічні функції. Економічні функції рекреаційного лісокористування охоплюють бюджетонаповнюючу, структуроутворюючу, соціально-стабілізуючу (таблиця 2.7).

Таблиця 2.7

Економічні функції рекреаційного лісокористування у територіальних громадах

Функція	Внесок
Бюджетонаповнююча функція	Збільшення обсягів рекреаційної діяльності лісових господарств та інших суб'єктів лісо-рекреаційного підприємництва призводить до збільшення потоку податків, зборів та інших обов'язкових платежів до публічних фінансових фондів, частина із яких концентрується у бюджетах місцевого самоврядування.
Структуруюча функція	У територіальних громадах, де зосереджені лісові масиви нарощування обсягів рекреаційного лісокористування забезпечує структурні зрушення у місцевому господарстві. Це супроводжується введенням додаткових потужностей у суміжних галузях, які постачають матеріали та комплектуючі для спорудження об'єктів лісової рекреаційної інфраструктури.
Соціально-стабілізуюча функція	Використання лісів із рекреаційною метою дозволяє створювати нові робочі місця в межах територіальної громади, збільшувати доходи домогосподарств, підвищувати доступність лісоресурсних благ для мешканців територіальної громади та урізноманітнювати спектр рекреаційно-оздоровчих послуг.

Екологічними функціями рекреаційного лісокористування в контексті соціально-економічного піднесення територіальних громад виступають: асиміляційна, еколого-стабілізуюча, природоохоронно-регулююча (таблиця 2.8).

Таблиця 2.8

Екологічні функції рекреаційного лісокористування у територіальних громадах

Функція	Внесок
Асиміляційна функція	Надання пріоритету рекреаційному використанню лісів призводить до зменшення заготівлю деревної маси та інших елементів лісового біорізноманіття, що сприяє посиленню здатності лісових біогеоценозів продукувати кисень і поглинати вуглекислий газ.
Еколого-стабілізуюча функція	Рекреаційне освоєння лісових біогеоценозів позитивно впливає на збереження стійких лісових угрупавань, а це зміцнює лісові ландшафти, забезпечує безперервність і поступальність введення лісового господарства та обмежує суцільні рубки. У підсумку, зберігає природну ґрунтоохоронну, водорегулюючу та меліоративну функцію лісів.
Природоохоронно-регулююча функція	Надання пріоритетності рекреаційному лісокористуванню упереджує прояви виснаження окремих елементів лісового біологічного різноманіття в межах ареалу поширення та створює сприятливі умови для розширеного відтворення його флористичної, фауністичної та інших складових.

Комплексний синергетичний вплив рекреаційного лісокористування на місцевий господарський комплекс та лісові біогеоценози представлений на рис. 2.1.

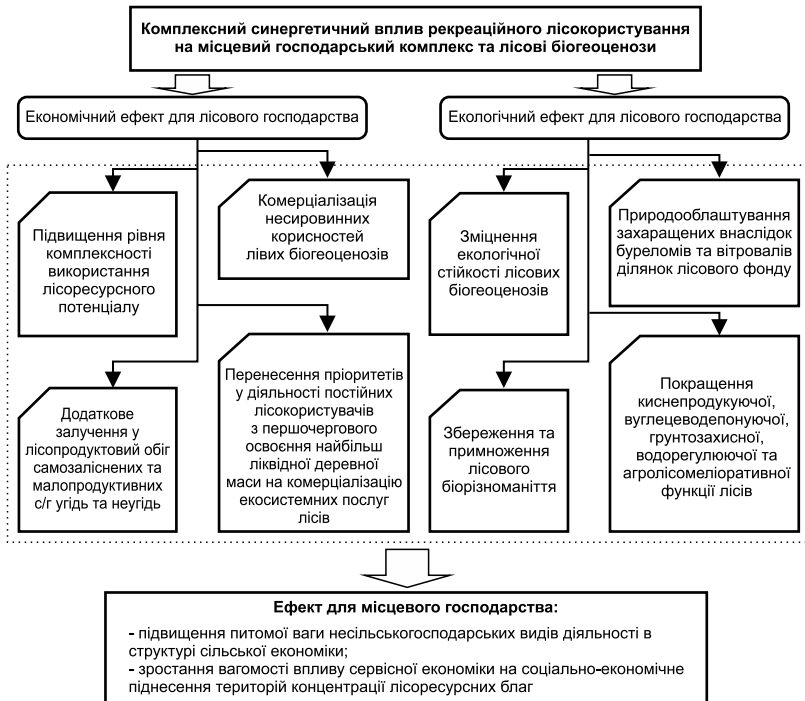


Рис. 2.1. Комплексний синергетичний вплив рекреаційного лісокористування на місцевий господарський комплекс та лісові біогеоценози (за Гюлтекін О. О.).

Завдання 1. Ознайомитися із еколого-економічними функціями рекреаційного лісокористування та окреслити їх значення для господарського комплексу територіальних громад.

Завдання 2. Охарактеризувати категорії лісових насаджень, які розташовані в межах територіальної громади в якій ви проживаєте. Описати, які із них залучені у сферу рекреаційного лісокористування.

Завдання 3. Розкрити вплив рекреаційного лісокористування на господарський комплекс та лісові біогеоценози територіальної громади. Роботу подати у вигляді реферату і презентації.

Практична робота № 3

Тема. Планування рекреаційної діяльності на основі рекреаційної оцінки лісових ділянок.

Мета. Ознайомитись із методикою рекреаційної оцінки лісових ділянок та дослідити її територіальні відмінності у межах рекреаційних лісових насаджень Чернівецької області. Визначити лісові рекреаційні території, що потребують планування господарських заходів для організації відпочинку рекреантів.

Теоретичні вказівки. Рекреаційною оцінкою ландшафтів визначається їх придатність для забезпечення рекреаційних і оздоровчих функцій. Вона визначає який ступінь господарського втручання необхідний для організації в ландшафтному виділі відпочинку рекреантів. Згідно методики розробленої Укрдержліспроєктом, рекреаційна оцінка території проводиться за трьома показниками: естетичністю, пішохідною доступністю та додатковою характеристикою, яка враховує наявність елементів рекреаційного благоустрою, вартих уваги пам'яток природи, архітектури, історії, ягідників, можливість огляду близьких і далеких краєвидів. Перераховані показники оцінюють балами, сумарне значення яких буде визначати рекреаційну оцінку території.

Шкала рекреаційної оцінки території включає три класи: 1-й клас (висока) – сумарне значення з перерахованих показників змінюється від 3 до 8 балів; 2-й клас (середня) – сума балів знаходиться в межах від 9 до 11; 3 клас (низька) – сума балів знаходиться в межах від 12 до 15.

Пересічний (середній) клас рекреаційної оцінки визначається за формулою (2.1):

$$PO_{\text{сер.бал}} = \frac{1 S_1 + 2 S_2 + 3 S_3}{S} \quad (2.1),$$

де: S_1 – площа з 1 класом рекреаційної оцінки, (га);

S_2 – площа з 2 класом рекреаційної оцінки, (га);

S_3 – площа з 3 класом рекреаційної оцінки, (га);

S – загальна площа території, де проводилась рекреаційна оцінка (га);

POсер.бал – пересічний (середній) клас рекреаційної оцінки території.

Формулу 2.1 можна застосувати для визначення середнього класу всіх показників, що формують рекреаційну оцінку (естетична оцінка, пішохідна доступність, додаткова оцінка).

Завдання 1

1. Використовуючи дані табл. 2.9 проаналізуйте розподіл лісів рекреаційного призначення за класами естетичної оцінки у розрізі держлісгоспів Чернівецької області. Результати представити у вигляді діаграм.

1. Обчисліть середній клас естетичної оцінки для кожного держлісгоспу досліджуваного регіону, отримані результати впишіть у таблицю 2.9.

Таблиця 2.9

Розподіл площі лісів рекреаційно-оздоровчого призначення Чернівецької області за класами естетичної оцінки, (га)

Держлісгоспи	Класи естетичної оцінки					Інші ділянки рекреац. лісів	Площа рекреаційних лісів	Середній клас
	I	II	III	IV	V			
Сокирянський	372	119,5	49,3	41,3	0,9	7,7	590,7	
Путильський	49,8	425,1	2092,2	1437,7	664,2	75,5	4744,5	
Берегометський	-	34,2	32,2	62,7	6,9	2,5	138,5	
Чернівецький	1953,5	9179,4	2045,4	1724,6	147,7	283,2	15333,8	
Хотинський	67,1	202,1	214,2	66,3	34,8	12,0	596,5	
Сторожинецький	67,3	228,4	189,1	63	6,2	-	554,0	
Всього	2509,3	10390,9	4618,4	3395,6	860,7	380,9	21958,0	

Завдання 2

1. Використовуючи дані табл. 2.10 проаналізуйте розподіл лісів рекреаційного призначення за класами пішохідної доступності у розрізі держлісгоспів Чернівецької області. Результати представити у вигляді діаграм.

2. Обчисліть середній клас пішохідної доступності для кожного держлісгоспу досліджуваного регіону, отримані результати впишіть у таблицю 2.10.

Таблиця 2.10

Розподіл площі земель рекреаційного призначення Чернівецької області за класами пішохідної доступності, га

Держлісгоспи	Класи пішохідної доступності					Інші ділянки рекреац. лісів	Площа рекреаційних лісів	Середній клас
	I	II	III	IV	V			
Сокирянський	-	28,8	529,1	-	-	7,7	590,7	
Путильський	-	-	4498,0	-	-	75,5	4744,5	
Берегометський	-	-	107,7	-	-	2,5	138,5	
Чернівецький	-	-	14486,4	-	40,4	283,2	15333,8	
Хотинський	-	-	490,2	-	-	12,0	596,5	
Сторожинецький	2,4	-	515,6	-	-	-	554,0	
Всього	2,4	28,8	20627,0	-	40,4	380,9	21958,0	

Завдання 3

1. Використовуючи дані табл. 2.11 проаналізуйте розподіл лісів рекреаційного призначення за класами додаткової оцінки у розрізі держлісгоспів Чернівецької області. Результати представити у вигляді діаграм.

2. Обчисліть середній клас додаткової оцінки для кожного держлісгоспу досліджуваного регіону, отримані результати впишіть у таблицю 2.11.

Таблиця 2.11

Розподіл площі земель рекреаційного призначення Чернівецької області за класами додаткової оцінки, га

Держлісгоспи	Класи пішохідної доступності					Інші ділянки рекреац. лісів	Площа рекреаційних лісів	Середній клас
	I	II	III	IV	V			
Сокирянський	-	0,5	-	-	557,4	7,7	590,7	
Путильський	-	-	-	110,6	4387,4	75,5	4744,5	
Берегометський	-	1,5	7,6	3,9	94,7	2,5	138,5	
Чернівецький	-	1,7	-	-	47,2	283,2	15333,8	
Хотинський	-	7,4	-	9,3	473,5	12,0	596,5	
Сторожинецький	-	45,7	1,2	16,9	454,2	-	554,0	
Всього	-	153,5	8,8	227,1	20309,2	380,9	21958,0	

Завдання 4

1. Використовуючи дані табл. 2.12 проаналізуйте розподіл лісів рекреаційного призначення за класами рекреаційної оцінки у розрізі держлісгоспів Чернівецької області. Результати представити у вигляді діаграм.

2. Обчисліть середній клас рекреаційної оцінки для кожного держлісгоспу досліджуваного регіону, отримані результати впишіть у таблицю 2.12.

Завдання 5. Визначте лісові рекреаційні території, що потребують планування господарських заходів для організації відпочинку рекреантів у держлісгоспах Чернівецької області.

Таблиця 2.12

Розподіл площі земель рекреаційного призначення Чернівецької області за класами рекреаційної оцінки, га

Держлісгоспи	Рекреаційна оцінка			Інші ділянки рекреац. лісів	Площа рекреаційних лісів	Середній клас
	I	II	III			
Сокирянський	0,5	540,4	17	7,7	590,7	
Путильський	-	2551,9	1946,1	75,5	4744,5	
Берегометський	1,5	71,9	34,3	2,5	138,5	
Чернівецький	106,6	13038,2	1382	283,2	15333,8	
Хотинський	7,4	436,2	46,6	12,0	596,5	
Сторожинецький	3,0	503,8	11,2	-	554,0	
Всього	119,0	17142,4	3437,2	380,9	21958,0	

Практична робота № 4

Тема. Визначення рекреаційного навантаження, стійкості та рекреаційної місткості (ємності) лісових територій для планування лісорекреаційних заходів.

Мета. Ознайомитись та оволодіти методикою визначення рекреаційного навантаження, стійкості та рекреаційної місткості (ємності) лісових територій.

Теоретичні вказівки. *Визначення рекреаційного навантаження на лісові екосистеми.* Серед небажаних ефектів розширеного рекреаційного лісокористування є обумовлений ним вплив на ліс що призводить до погіршення стану, продуктивності, захисних властивостей насаджень, забруднення водою тощо. Серед ефективних заходів, що запобігають негативним наслідкам рекреаційного впливу є невиснажлива організація рекреаційного лісокористування із подальшим регулюванням рекреаційних навантажень.

Рекреаційна дигресія – це порушення природного лісового середовища в результаті впливу на нього рекреантів. Рекреаційна дигресія визначається за *коефіцієнтом рекреаційної дигресії* (K_p) – відношення площі ущільненої і витоптані поверхні ділянки до її загальної площі, який виражають у долях одиниці із заокругленням до сотих.

Залежно від зміни стану лісових насаджень внаслідок впливу рекреації, розрізняють 5 стадій рекреаційної дигресії – від практично непорушених до деградуючих (таблиця 2.13).

Таблиця 2.13

Шкала рекреаційної дигресії лісу

Стадія, коефіцієнт рекреаційної дигресії (K_p)	Площа стежок і доріг	Характеристика
I ($K_p > 0,05$)	до 5 % території	Трав'яний і моховий покрив незмінений і відповідає типу лісу. Лісова підстилка непорушена. Підріст і підлісок неушкоджені та відповідають типу умов місцезростання (умовно непорушені).
II ($K_p = 0,06 - 0,1$)	6-10 % від загальної площі території	Трав'яний покрив мало порушений, з добре вираженою ярусністю. Підріст і підлісок у задовільному, або доброму стані. Відновлення деревних порід задовільне, є самосів корінних порід. Переважають дерева доброго та задовільного стану (75-90 %) (слабо порушені).

III (Kp = 0,11-0,30)	11-30 % від загальної площі території	Трав'яний і моховий покрив пошкоджені на значній площі (Kp = 0,11-0,30). Серед лісових та лучних трав багато бур'янів, нехарактерних для даних лісорослинних умов. Ярусність трав'яного покриття ще зберігається. Підріст мало диференційований, майже відсутній самосів корінних порід (порушені).
IV (Kp = 0,31-0,60)	31-60 % території	Трав'яний покрив деградований, у ньому переважають нетипові для даних умов рослини. Підстилка – у стадії руйнування. Підріст та підлісок трапляються у вигляді куртин (сильно-порушені).
V (Kp <0,6)	понад 60 % території	Трав'яний і моховий покрив, характерний для даних умов деградував і представлений здебільшого бур'янами. Підстилка перебуває у стадії повного руйнування. Підріст та підлісок практично відсутні. Різко збільшилась освітленість під наметом деревостанів. Дорослі дерева мають механічні пошкодження, заражені хворобами.

Оцінка стадії рекреаційної дигресії лісу дозволяє виявити зміну лісового насадження під впливом рекреаційних навантажень. Вона важлива для проектування лісгосподарських заходів, так як ділянки 4-ї і 5-ї стадій рекреаційної дигресії слід виключати з рекреаційних зон і проводити на них лісовідновлювальні роботи, тому що насадження на вищепитаних ділянках самостійно відновитися не зможе. Рекреація повинна проводитися на ділянках з 1, 2 і 3-ю стадією рекреаційної дигресії.

Ступінь рекреаційної дигресії перебуває у прямій залежності від рекреаційного навантаження на лісовій ділянці. Під *рекреаційним навантаженням* розуміють кількість відпочивальників, які проходять через одиницю площі за одиницю часу (людино-год. на 1 га). Розрізняють допустимі (оптимальні й гранично допустимі) та деструкційні (критичні і катастрофічні) рекреаційні навантаження. Допустимі навантаження у природі зумовлюють зміни зворотного характеру, при яких ландшафтні комплекси здатні до самовідновлення. При критичних і катастрофічних рекреаційних навантаженнях відбуваються незворотні зміни у лісових екосистемах, настає їх дигресія.

Рекреаційне навантаження на 1 га лісового масиву за обліковий період визначається формулою 2.2:

$$H_d = \frac{A_1 + A_2}{L \cdot S} \quad (2.2),$$

де H_d – рекреаційне навантаження на один га лісового масиву у день обліку, люд-дн/га;

A_1 – кількість осіб, які ввійшли в об'єкт спостереження;

A_2 – загальна кількість осіб, які не вийшли з об'єкта спостереження у конкретний час;

L – тривалість умовного облікового дня, годин;

S – площа лісового масиву, га.

Визначення рекреаційної місткості лісових екосистем. Допустимі рекреаційні навантаження змінюються в широких межах і залежать від індивідуально-типологічної якості природних лісових комплексів (типу лісу), бонітету насадження, виду рекреаційної діяльності, крутизни рельєфу, при тому в гірських районах передбачається зниження норм навантажень при певних значеннях стрімкості та крутизни схилу з використанням понижуючих коефіцієнтів.

Сума допустимих рекреаційних навантажень для кожної групи типологічних ландшафтних комплексів, що характеризується чисельністю відпочиваючих, які без шкоди для лісової екосистеми можуть перебувати на даній території протягом певного часу, становить рекреаційну місткість (ємність) природної території.

Рекреаційна місткість – це кількість відпочиваючих, які без суттєвої шкоди для природних комплексів можуть перебувати на певній території (акваторії) у певний проміжок часу. Вона залежить від норми навантаження, площі рекреаційної території, часу перебування рекреантів у її межах, тривалості сприятливого погодного періоду.

Визначаючи рекреаційну ємність природних комплексів, розташованих у межах діяльності рекреаційних та лікувальних закладів, і екологічно допустимі навантаження на них, встановлюють коефіцієнти одночасності рекреаційних навантажень, які залежать від характеру курортно-рекреаційної діяльності та типу рекреаційного ландшафту.

Рекреаційна місткість визначається окремо для кожного сезону за формулою 2.3:

$$V_i = \frac{N_i \cdot S_i \cdot C}{D_i} \quad (2.3),$$

де V_i – рекреаційна місткість і-тої території, осіб;

N_i – норма рекреаційного навантаження на і-ту територію, осіб/км²;

S_i – площа і-тої рекреаційної території, км²;

C – тривалість рекреаційного періоду, днів;

D_i – середня тривалість перебування туристів та відпочиваючих на і-тій території, днів.

Визначення стійкості лісових насаджень до рекреаційних навантажень.

Межі допустимих рекреаційних навантажень на природні комплекси встановлюють, виходячи із стійкості лісових насаджень до антропогенних навантажень.

Стійкість лісових насаджень до рекреаційних навантажень характеризується їхньою здатністю протистояти несприятливим умовам росту та розвитку, що спричиняють передчасний розпад деревостану та зміни порід. Зовні вона визначається за інтенсивністю росту, густотою листя на пагонах, забарвленням та густотою крони, кількістю, розміщенням та станом підросту і підліску, проективним покриттям трав'яного покриву, ступенем щільності та витоптування ґрунту, наявністю механічних пошкоджень дерев і чагарників тощо. За життєстійкістю насадження поділяють на п'ять класів (таблиця 2.14).

Таблиця 2.14

Шкала стійкості насаджень

Клас стійкості насаджень	Характеристика
I	цілком здорові насадження з ознаками доброго росту та розвитку, з нормальною щільністю ґрунту. Здорових дерев у хвойних насадженнях не менше 90 %, у листяних – 70 %;
II	здорових дерев у хвойних насадженнях – 71-90 %, у листяних – 51-70 %. Ґрунт на стежках ущільнений. Для переведення у 1-й клас стійкості необхідне проведення рубок догляду чи інших лісогосподарських заходів оздоровчого характеру;
III	насадження з явно вираженими ознаками сповільнення росту і розвитку більшої частини дерев. Здорових дерев у хвойних насадженнях 51-70 %, у листяних – 31-50 %. Якість підросту та підліску низька або вони відсутні. Ґрунт дуже ущільнений. Потрібні термінові вибіркові санітарні рубки у комплексі з іншими заходами;
IV	насадження з припиненим ростом і сильним ступенем заселення шкідниками і зараження хворобами. Здорових дерев у хвойних насадженнях менше 50 %, у листяних – менше 30 %. Ґрунт дуже ущільнений, лісова обстановка порушена. Початок зміни формації;
V	перестійні, буреломні, вітровальні, пошкоджені грибами, шкідниками і пожежами насадження, які за своїм санітарним станом загрожують сусіднім деревостанам. Ґрунт дуже ущільнений, проходить зміна формації. Потрібна термінова суцільна рубка за станом.

Очевидно, що лісові насадження, які володіють різною стійкістю до рекреаційних навантажень, з неоднаковою силою мо-

жуть протистояти рекреаційній дії. Тобто, якщо різні біогеоценози володіють різною стійкістю, то однакові стадії рекреаційної дигресії досягаються в них при різних значеннях навантаження. У відповідності з цим слід визначити і норми допустимих рекреаційних навантажень, тобто таких навантажень, при яких біогеоценоз ще зберігається в стійкому стані.

Завдання 1

Ознайомитися з показниками, що характеризують стан лісових насаджень в результаті несприятливого антропогенного впливу.

Завдання 2

Оцінити загальний стан насадження за шкалою їх стійкості. Вибір насадження по місцю перебування.

Завдання 3

Оцінити за шкалою рекреаційної дигресії лісове або паркове насадження. Вибір насадження по місцю перебування.

Завдання 4

Площа лісового масиву складає 350 га. Використовуючи дані відомості обліку відвідування лісового масиву (таблиця 2.15) визначити рекреаційне навантаження та середній термін перебування рекреантів за день обліку.

Таблиця 2.15

Відомість обліку відвідування лісового масиву, осіб

Години спостереження	Ввійшли в об'єкт спостереження (A₁)	Вийшли з об'єкта спостереження	Не вийшли з об'єкта у конкретний час (A₂)
7-8	1	-	1
8-9	3	-	4
9-10	5	1	8
10-11	7	-	15
11-12	14	6	23
12-13	19	8	34
13-14	28	10	52

14-15	47	21	78
15-16	52	21	109
16-17	36	32	113
17-18	8	43	78
18-19	4	30	52
20-21	1	42	11
21-22	-	9	2
22-23	-	2	0
Всього	225	225	570

Практична робота № 5

Тема. Планування та розробка еколого-туристичного маршруту.

Мета. Ознайомитись та оволодіти методикою розробки еколого-туристичного маршруту.

Теоретичні вказівки. Одним із шляхів зменшення рекреаційного навантаження на лісові екосистеми є планування стежково-дорожньої мережі. Важливу роль у цьому процесі відіграють екологічні стежки та еколого-туристичні маршрути. Вони є унікальною формою поєднання природоохоронної, інформаційно-виховної роботи, рекреації, оздоровлення та відпочинку. Порівняно з іншими турпродуктами їх створення вимагає значно менших капіталовкладень. Вони повинні бути не надто протяжними, щоб відвідувачі могли рухатися вздовж зі швидкістю власної ходи, також для зручності спостереження та відпочинку рекреантів організовуються спеціальні природні оглядові майданчики та пейзажні галявини. Окрім того, вони можуть бути доступними у будь-яку пору року.

Актуальність їх організації у межах земель лісового фонду в умовах сьогодення полягає не тільки в їх потенційному економічному та природоохоронному зиску, а і в тому, що вони є єдиним дієвим механізмом забезпечення середовищевідтворюючих та урбокомпенсаційних потреб міських мешканців та найбільш доступною масовою формою екологічної освіти.

Екологічна стежка є різновидом туристської стежки – це, як правило, пішохідна стежка або стежка з екологічним способом пересування чи екотранспортування з контрольованою протяжністю та незначними фізичними навантаженнями переважно кільцевої, або лінійної форми. Вона зазвичай призначені для самостійних походів відвідувачів та туристів за принципом: рухатись – спілкуватись (дивитись, слухати, відчувати) – пізнавати.

Розробляючи екотуристичний маршрут формують наступний пакет документації:

1. Паспорт маршруту у якому зазначають: назву маршруту, вид туризму, трасу маршруту, протяжність, тривалість, маркування, дату складання паспорту (див. приклад таблиця 2.16).

Таблиця 2.16

Паспорт еколого-туристичного маршруту «Кам'яне кільце парку»

<p style="text-align: center;">Паспорт еколого-туристичного маршруту «Кам'яне кільце парку»</p> <p>Назва підприємства: Національний природний парк «Вишницький».</p> <p>Вид туризму: спортивно-оздоровчий і еколого-освітній.</p> <p>Траса еколого-туристичного маршруту: РП «Лужки» – перевал «Німчич» – ур. Протяте Каміння – джерело «Лужки» – РП «Лужки».</p> <p>Назва: «Кам'яне кільце парку».</p> <p>Протяжність: 12 км.</p> <p>Тривалість: 8 годин.</p> <p>Маркування: дві смуги-білого і червоного кольорів.</p> <p style="text-align: center;">Паспорт складений в грудні 2011 року.</p>

2. План проходження маршруту: ділянка еколого-туристичного маршруту (м), тривалість проходу (хв), тривалість привалу (хв). (див приклад таблиця 2.17)

Таблиця 2.17

Схема еколого – туристичного маршруту «Кам’яне кільце парку»

№ п/п	Ділянка еколого-туристичного маршруту	км	Тривалість проходу	Тривалість привалу
1.	РП «Лужки» – перевал «Німчич»	1	30 хв	10 хв
2.	Перевал «Німчич» – урочище Протяте Каміння	4	2 год	1 год 40 хв
3.	Урочище Протяте Каміння – джерело «Лужки»	3,5	2 год	10 хв
4.	Джерело «Лужки» – РП «Лужки»	3,5	1 год 30 хв	

3. Схема еколого-туристичного маршруту (див. приклад рис. 2.2).

4. Опис еколого-туристичного маршруту із детальним описом ділянок (див. приклад таблиця 2.18)

Таблиця 2.18

Опис еколого-туристичного маршруту
«Кам’яне кільце парку»

Еколого-туристичний маршрут «Кам’яне кільце парку»
<p>Маршрут кільцевий, починається і завершується на території НПП «Вижницький» на рекреаційному пункті (РП) «Лужки» в однойменному урочищі. Але значна його частина проходить сусіднім Путильським районом, де землекористувачем є Карпатський держспецлісгосп агропромислового комплексу (Карпатський ДСЛ АПК).</p> <p>Цей маршрут може стати складовою кількадечного туристичного маршруту з базуванням туристичної групи на рекреаційному пункті «Лужки» Вижницького природоохоронного науково-дослідного відділення (Вижницького ПНДВ). Він привабливий тим, що знайомить відвідувачів з унікальними кам’яними утвореннями, основними з яких є урочище Протяте Каміння на Путильщині, Чорна та Біла скали і мальовничі відслонення порід в Лужках.</p>

Загальна протяжність маршруту 12 км, час проходження – 8 годин, маркування – дві смуги: біла і червона.

1. РП «Лужки» – перевал «Німчич». Протяжність 1 км , тривалість 0,5 години.

З рекреаційної поляни перехідним містком через річку Виженка виходимо на господарську дорогу, далі праворуч звивистою стежкою піднімаємось до дороги, що веде на перевал Німчич. Сама дорога досить складна для автотранспорту, з крутими поворотами та підйомами, тому рух автобусів та вантажних автомобілів по ній заборонений.

На перевалі діє приватний туристичний гірськолижний комплекс «Німчич» з рестораном, готелем та автостоянкою. Тут же знаходяться мальовничі панно та скульптурні композиції, що розповідають про історію та традиції краю.

2. Перевал «Німчич» – урочище Протяте Каміння. Протяжність 4 км, тривалість 2 години.

Мальовнича стежка проходить гірським хребтом, звідки по обидві сторони відкриваються чудові краєвиди: праворуч – на долину річки Черемош, ліворуч – урочище Лужки з річкою Виженкою і хребет Бінків. Під Бінковом можна роздивитись кам'яну башту, на якій був встановлений металічний хрест (маршрут «Від краю до краю»). Дальше проглядається поляна Татолове, ще в даліні – урочище Бука.

За мальовничою спорудою, що будується як приватна база відпочинку, ліворуч від дороги є стара капличка з хрестом. Після неї маршрут роздвоюється: праворуч стежка піднімається круто вгору і виводить на хребет, за яким знаходиться урочище Протяте Каміння, а ліворуч проходить більш щадівний маршрут, без крутих під'йомів та спусків, але виводить він вже до останньої гряди урочища. Щоб оглянути весь ансамбль і, зокрема, Соколиний камінь, потрібно буде звернути праворуч і, обійшовши хребет, пройти метрів триста.

Протяте Каміння – унікальна пам'ятка природи. «Це скупчення велетенських скель, яким дощі, вітри і неблаганний час надали найрізноманітніших форм, утворили в них тріщини, гроти, печери. Кам'яні велети вражають своєю висотою. Вони ніби прорізані (протяті) на окремі відроги, через що й дістали свою назву. Але найбільшою несподіванкою є велетенський

камінь під назвою Соколиний, що нагадує арку кам'яного моста, перекинутого через прірву» (Путівник-довідник «Радянська Буковина, М. Ліщенко та ін., Ужгород, 1980 р.).

В урочище Протяте Каміння група туристів підходить десь в обідній порі. Тут є час для огляду місцевості і вибору місця для обіду.

Обід та огляд урочища Протяте Каміння – 2 години.

3. Урочище Протяте Каміння – Джерело «Лужки». **Протяжність 3,5 км, тривалість 2 години.**

Після обіду, прибравши місце трапези, вирушаємо далі і лісовою стежкою виходимо до хутора Околена. Минаємо капличку і, слідуючи маркуванню, метрів через 100 повертаємо ліворуч та невдовзі виходимо до потоку Виженка і господарської дороги по її березі. Тут знову звертаємо ліворуч і прямуємо по дорозі вниз. Метрів через триста виходимо до перетину західної і південної границь парку. Далі західна межа національного парку і Карпатського ДСЛ АПК проходить руслом потоку Виженка, маршрут іде по дорозі лівим його берегом, а отже територією Путильського району.

Незабаром виходимо до обширної поляни на Путильській стороні. Раніше тут була бурова геологорозвідувальна установка «Лопушнянська – 13», а тепер приватна база відпочинку «Трембіта». Водночас це є кінцева південна точка еколого – туристичного маршруту «До джерела «Лужки». З півночі територію бази «Трембіта» підпирає прямовисна стіна з живописним відслоненням менілітових верств.

База «Трембіта» унікальна ще тим, що її сауна працює на кремнієвій мінеральній воді, джерело якої знаходиться вище. А біля русла р. Виженка на території бази є свердловина глибиною 110 м, вода в якій по хімічному складу ідентична знаменитій «Боржомі».

Проходимо ще метрів триста, де на правому (парківському) березі річки знаходиться унікальне за складом води джерело «Лужки».

Специфічна кисла слабо мінералізована сульфатна вода має рідкісний сульфатно-алюмінієво-залізистий склад з присутністю нікелю, кобальту, марганцю, інших мікроелементів і відноситься до лікувальних при захворюванні на анемію.

Дебіт джерела – 4300 літрів на добу. Вода придатна лише для вживання на місці, оскільки через кілька годин втрачає терапевтичний ефект.

Біля джерела влаштовуємо 10- хвилинний перепочинок і мандруємо далі.

4. Джерело «Лужки» – РП «Лужки». Протяжність 3,5 км, тривалість 1,5 години.

Дальше маршрут проходить по господарській дорозі Путильською стороною.

Праворуч за рікою розташована приватна база відпочинку «Лужки» на землях, що відносяться до Виженської сільської ради і входять до парку без вилучення. Поряд з базою проектується влаштування вольєру для звірів площею 3,7 га.

Далі дорога вбхід переходить на Вижницьку сторону і вже маршрут проходить по території парку аж до РП «Лужки» на протязі 2,4 км – за винятком невеликої ділянки дороги в районі Чорної скали і водоспаду, де границя між землекористувачами пересікає «коліно», утворене дорогою і рікою.

На цій ділянці маршруту увагу туристів привертають численні мальовничі водоспади по обидві сторони, відслонення потужних пісковиків в правому борту р. Виженка (стіна висотою до 25 м, складена похило нахиленими шарами пісковиків – регулярно використовується альпіністами і скелелазами для тренувань і змагань), Чорна та Біла скали з лівої сторони дороги та мальовничі відвали верхньо-стрийської підсвіти у правому березі р. Виженка вже перед РП «Лужки».

Для більшої привабливості маршруту на тій його частині, що проходить територією парку, новим Проектом організації території передбачено дооблаштування 9 рекреаційних площадок різних типів і побудувати два 18-метрові мости в місцях переходу дороги через р. Виженка.

Завдання 1

Ознайомитися із об'єктами природно-заповідного фонду, що знаходяться в межах лісового фонду Чернівецької області.

Завдання 2

Розробити еколого туристичний маршрут в межах лісового фонду Чернівецької області із супровідною документацією.

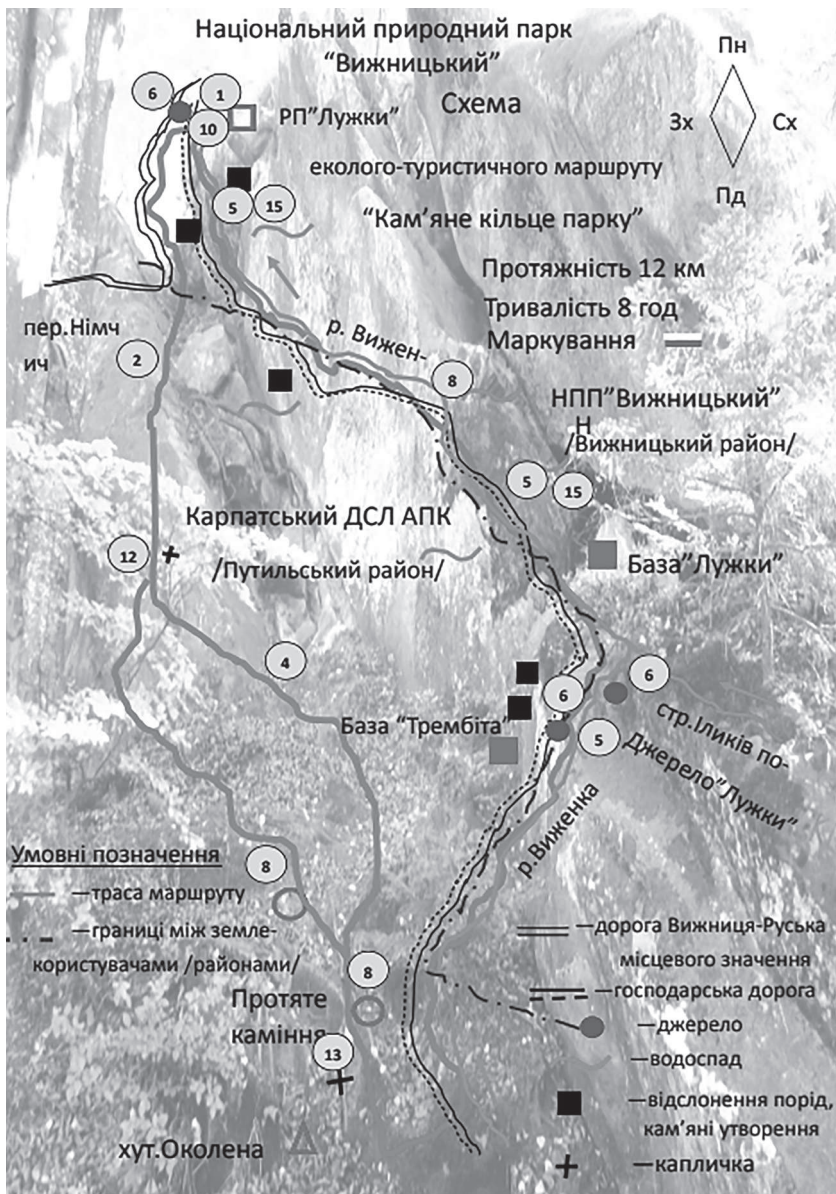


Рис. 2.2. Схема еколого-туристичного маршруту
 «Кам'яне кільце парку»



Тестові завдання

1. За формою організації рекреаційну діяльність у межах лісового фонду можна поділити на такі види:

- а) спортивну, туристичну;
- б) лікувальну, оздоровчу;
- в) організовану, неорганізовану;
- г) утилітарну, пізнавальну;

2. Формування прогулянкових маршрутів реалізується в рамках планування заходів:

- а) організаційних;
- в) протипожежних;
- г) адміністративних;
- б) лісогосподарських.

3. Формування мальовничих ландшафтів, здатних викликати у рекреантів бажані зорові асоціації реалізується в рамках планування заходів:

- а) лісогосподарських;
- б) організаційних;
- в) адміністративних;
- г) протипожежних.

4. Застосування аналітичних інструментів у системному процесі прийняття рішень про майбутнє управління лісовими рекреаційними ресурсами та можливостями реалізується функцією менеджменту:

- а) планування;
- б) організація;
- в) мотивація;
- г) контроль.

5. Порушення навколишнього природного середовища внаслідок впливу на нього рекреантів, це:

- а) рекреаційна дигресія;
- б) рекреаційне навантаження;
- в) природна сукцесія;
- г) рекреаційна місткість.

6. Кількість відпочиваючих, які можуть перебувати на певній території (акваторії) у певний проміжок часу без суттєвої шкоди для природних комплексів, це:

- а) рекреаційне навантаження;
- б) рекреаційна місткість;
- в) рекреаційна дигресія;
- г) природна сукцесія.

7. До якого класу стійкості буде включене хвойне насадження з часткою здорових дерев – 71-90%, ущільненим ґрунтом на стежках та яке потребує проведення рубок догляду чи інших лісогосподарських заходів оздоровчого характеру:

- а) першого;
- б) другого;
- в) третього;
- г) четвертого.

8. Насадження у якому стежки та дороги займають 6-10 % від загальної площі ділянки ($K_p=0,06-0,10$), трав'яний покрив мало порушений, з добре вираженою ярусністю, підріст і підлісок у доброму стані, задовільно відбувається відновлення деревних порід, переважають дерева доброго та задовільного стану (75-90 %) належатиме до стадії рекреаційної дигресії:

- а) першої;
- б) другої;
- в) третьої;
- г) четвертої.

9. Планування та створення рекреаційно-туристичної інфраструктури здійснюється в рамках планування заходів:

- а) лісогосподарських;
- б) організаційних;
- в) адміністративних;
- г) протипожежних.

10. Систематичне очищення насаджень від захаращення вітровальною і буреломною деревиною, своєчасне вивезення деревини від рубок догляду, санітарних та інших рубок реалізується в рамках планування заходів:

- а) організаційних;
- б) лісогосподарських;
- в) протипожежних;
- г) адміністративних.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондаренко В. Д., Фурдичко О. І. Ліс і рекреація в лісі. Львів, 1994. 232 с.
2. Генсірук С. А., Нижник М. С., Возняк Р. Р. Рекреаційне використання лісів. К.: Урожай, 1987. 246 с.
3. Гіріс О. А., Новак Б. І., Кашпор С. М. Лісовпорядкування. К.: Арістей, 2004. С. 230-250.
4. Голян В. А., Гюлтекін О. О., Гордійчук А. І. Інституціоналізація еколого-економічного впливу територіальних громад на суб'єкти рекреаційного лісокористування в умовах децентралізації. Економіка та суспільство. 2022. Вип.45. URL : <http://surl.li/gdakb>
5. Гюлтекін О. О. Еколого-економічне забезпечення рекреаційного лісокористування в умовах поглиблення децентралізаційних процесів. Економіка та суспільство. 2022. Вип.44. URL : <http://surl.li/gdake>.
6. Данілова О. М. Лісоресурсний менеджмент/О. М. Данілова // Менеджмент природоохоронної діяльності: у 3-х част.: підручник / В.П. Руденко, М. Т. Гостюк, І. В. Кібіч та ін. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2014. С. 282-304.
7. Данілова О. М. Менеджмент лісорекреаційних ресурсів / О. М. Данілова // Менеджмент туристичної індустрії: у 3-х част.: підручник // За ред. В. П. Руденка та ін. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2019. С. 282-304. <http://surl.li/gdajv>
8. Данілова О. М. Перспективи розвитку екологічного туризму в межах лісового фонду Чернівецької області. Теоретичні та прикладні аспекти рекреаційного природокористування в Україні: монограф. / К. Кілінська, Н. Аніпко, Н. Андрусак, Н. Коновалова, О. Данілова та ін. Чернівці: Чернівецький нац. ун.-т, 2010. С.134-140.
9. Дерех О. І. Вплив рекреації на екологічні умови та лісовий біогеоценоз / О. І. Дерех // Матеріали І Міжнародної, міждисциплінарної науково-практичної конференції «Формування нового світогляду як основа стратегії сталого розвитку» присвяченої 150-річчю з дня народження академіка, першого президента УАН В. І. Вернадського. Львів: Вид-во РВВ НЛТУ України, 2013. С. 130-132.

10. Запоточний М. М. Оптимізація рекреаційного лісокористування та його вплив на біогеоценози / М. М. Запоточний // Матеріали міжнародної науково–практичної конференції «Наукові основи ведення сталого лісового господарства», Том II. Україна. Івано-Франківськ: Екор, 2005. С. 73-75.
11. Запоточний М.М. Рекреаційне лісокористування на північно-східному мегасхилі Українських Карпат / Автореф. дис. на здобут. наук.ступеня к.с.-г. за спеціальністю 06.03.03 – лісознавство і лісівництво. Львів ДВНЗ Національний лісотехнічний університет України, 2015.
12. Кульчицька Е. Напрями розвитку рекреаційно-туристичного лісокористування в умовах сталого розвитку. Вісник Львівського університету. Серія географічна .2005. Вип. 32. С.56-66.
13. Лісовий Кодекс України. URL: <http://surl.li/gdakj>
14. Матеріали еколого–туристичного маршруту «Кам'яне кільце парку» НПП «Вижницький».
15. Рекреаційне лісокористування.: Конспект лекцій. Ч.1 / Укл. Бойко І.Д. Чернівці: Рута, 2008. 56 с.
16. Свириденко В. Є. Рекреаційне лісівництво: курс лекцій. К.: Видавничий центр НАУ, 2002. 98 с.
17. Середін В. І., Парпан В. І. Ліс база відпочинку. Ужгород: Карпати, 1988. 110 с.
18. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія. К.: Центр навч. літ-ри, 2007. 312 с.

2.5. ГЕОГРАФІЯ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

Вступ

Подієвий туризм – це порівняно молодий напрям туризму як в Україні, так і у світі, в якому головною мотивацією споживачів виступає інтерес до відвідування певної спортивної, розважальної, музичної або іншої події та взяття у ній участі. Унікальні події тури поєднують у собі рекреацію, відпочинок і розваги одночасно. За оцінкою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), подієвий туризм на даний час один із найперспективніших видів туризму у світі. Серед інших видів туризму подієвий туризм вражає своєю насиченістю програми, видовищністю, яскравістю та атмосферою. Ще одна особливість подієвого туризму – невичерпність його ресурсів [10].

Події є важливою ланкою мотивації туризму і посідають головне місце в проектуванні туристичних пакетів і стимулюванні продажів багатьох туристичних напрямів. Планування та створення подієвих турів розпочалося лише кілька десятиліть тому і було зумовлене зростанням попиту споживачів на нові враження від таких подій, як, зокрема, фестивалі, карнавали, спортивні змагання. Індустрія подієвого туризму є галуззю, яка динамічно розвивається в наш час і створює значну кількість робочих місць. Крім того, події відіграють іншу важливу роль – культурний розвиток, зміцнення національних і релігійних ідей, наукова пропаганда та духовний відпочинок [11]. Заплановані події – просторово-тимчасове, унікальне явище, яке під час взаємодії зі споживачами туристичних послуг створює популярний туристичний продукт. Найбільш привабливою частиною подій є те, що вони ніколи не бувають однаковими, тому кожен турист прагне відвідати захід самостійно, щоб повністю зануритися в цей унікальний досвід [4].

Планування подій здійснюється для певної мети і може стосуватися індивідуальних, масових або міжнародних сфер діяльності. Управління подіями – це ціла прикладна наука, сфера вивчення якої спрямована на проектування та виробництво планових заходів [4].

Слово Event (подія, захід) в англійській мові має дуже багато значень, як соціально-культурне, так і технічне і навіть філософське, або ж запланована соціально-суспільна подія / захід, яка відбувається в певний час і з певною метою, і має певний резонанс для суспільства. До видів івенту (event) можна віднести:

- фестивалі, карнавали, паради, святкування;
- конференції, форуми, симпозиуми, круглі столи;
- освітні заходи: семінари, тренінги, курси підвищення кваліфікації;
- спортивні змагання (наприклад, Олімпійські ігри);
- концерти, покази фільму, театральні постановки;
- ювілеї, весілля, урочистості.

У сучасному світі сформувалася ціла індустрія з організації подій, яка поділяється за характером події та кінцевою метою. Значення подієвого туризму зводиться до відвідин подій, які відбуваються в інших країнах, тобто основна мета подорожі присвячена події, в якій турист браматиме пасивну (спостерегача) або активну участь [6].

Типологія запланованих заходів ґрунтується насамперед на їх формі, очевидних відмінностях в їх цілях і програмі. Наприклад, громадські свята, програма яких спрямована на формування громадської згуртованості, протиставляється заходам, які плануються для конкуренції, розваг, бізнесу. Досить часто проведення заходів потребує наявності спеціально призначених об'єктів та управління ними (спортивні арени, конференц-зали тощо) [4].

Подієвий туризм можна розглянути за категоріями, що відібрані за масштабом подій. За цією ознакою виділяють національні та міжнародні події (табл. 2.19) [6].

Таблиця 2.19

Класифікація подієвих ресурсів за тематикою [5]

Вид ресурсів	Тематика	Приклади подій
	Гастрономічні фестивалі	Півний фестиваль «Октоберфест» (Мюнхен, Німеччина), свято молодого вина Божоле Нуво (Франція), фестиваль морепродуктів на о. Гров (Іспанія)

Вид ресурсів	Тематика	Приклади події
Громадські	Фестивалі та виставки квітів	Виставка тюльпанів (Нідерланди), фестиваль квітів у Челсі (Велика Британія), свято троянд (травень) і жасмину (серпень) у Грассі (Франція), фестиваль хризантем (Японія), фестиваль квітів (Таїланд), виставка квіткових експозицій на Співочому полі (Київ) Виставка тюльпанів (Нідерланди), фестиваль квітів у Челсі (Велика Британія), свято троянд (травень) і жасмину (серпень) у Грассі (Франція), фестиваль хризантем (Японія), фестиваль квітів (Таїланд), виставка квіткових експозицій на Співочому полі (Київ)
Мистецькі	Музичні та театральні фестивалі й конкурси	Музичний конкурс «Євробачення», фестиваль джазу в Монтре (Швейцарія), «Слов'янський базар» (Білорусь), «Нова хвиля» (Латвія), «Таврійські ігри» (Україна), Фестиваль художнього драматичного мистецтва (Франція)
	Кінофестивалі	Канський (Франція), Берлінський (Німеччина), кінофестиваль «Молодість» (Україна), «Кінотавр» (Росія)
	Фольклорні обряди, свята і фестивалі	Midsummer's Day (Велика Британія), фестиваль кельтської музики (Франція), фольклорний фестиваль у Шешорах (Україна)
Спортивні	Спортивні змагання	Літні та зимові Олімпійські ігри, чемпіонати світу і Європи з футболу та інших видів спорту, спартакіади
	Ралі, перегони і регати	Перегони Формули-1, міжнародні автоперегони, напр. Париж – Дакар, регати: Vendee Globe, Volvo Ocean Race
	Спортивні фестивалі	«Лижний фестиваль» (Норвегія), «Перегони човнів» (Велика Британія)

Вид ресурсів	Тематика	Приклади події
Культурно-історичні	Театралізовані шоу	Шоу Lord of the Dance (Велика Британія), «Кіноспення» (Франція), «Наше Різдво» (Україна)
Культурно-історичні	Карнавали	Карнавал в Новому Орлеані (США), Венеціанський карнавал (Італія), карнавал в Ріо-де-Жанейро (Бразилія), карнавал в Мацатлані (Мексика)
	Національні фестивалі і свята	Фестиваль Святого Патрика (Велика Британія, Ірландія), «Парад кохання» (Німеччина), весняні та осінні фестивалі (Китай), Дівали або «Фестиваль Вогнів» (Індія)
Економічні і політичні	Аукціони	Сотбі'с, Крісті'с (твори мистецтва, антикваріат, Велика Британія), NAFA (хутра, Канада), Гелос (твори мистецтва, Росія), FFS (хутра, Фінляндія), Flora Holand (квіти, Нідерланди)
	Покази мод	Тиждень високої моди в Парижі (Франція), Milano Moda Donna (Італія), Тижні моди Mercedes-Benz
	Ярмарки і виставки	«Райзен Гамбург» (туристичний ярмарок, Німеччина), Брюссельський міжнародний книжковий ярмарок (Бельгія)
	Автомобільні й авіаційні салони	Детройтський (США), Франкфуртський (Німеччина), Лондонський (Велика Британія), Женевський (Швейцарія), Токійський (Японія) автосалони, авіасалон в Ле Бурже (Франція), авіасалон на о. Лангкави (Малайзія)
	Політичні й економічні форуми	Всесвітній економічний форум у Давосі (Швейцарія), Генеральна асамблея ООН, зустрічі світових лідерів
Релігійні	Релігійні свята, ходи і події	Сходження Благодатного вогню у переддень Воскресіння Христового (Єрусалим)

З формального погляду індустрія св'ята започаткувалася в 1800-х роках, з початком продажу квитків на професійні спортивні заходи, і пізніше вона поступово трансформувалася. Вважається, що сама професія організатора сформувалася в 1950-х роках, а почалося все з відкриття в 1955 році Діснейленда, – така думка про «нову» історію туризму одного з найвідоміших івент-менеджерів світу Джо Голдблатта.

При цьому насправді організація масштабних подій, яка збирала велику кількість туристів проводилася іще у стародавньому світі: Олімпійські ігри у Греції, гладіаторські бої у Римській імперії, рицарські турніри у Середньовічній Європі. Серед релігійних подій, які стали також основою розвитку паломницького туризму, можна виокремити:

- відкриття храму на честь язичницького бога;
- вшановування язичницьких богів із жертвоприношенням, що проводилися систематично;
- поховання фараона;
- канонізація християнських святих;
- обрання і висвячення папи римського.

Крім того, розвитку певним видам сучасного подієвого туризму сприяли масові гуляння, які влаштовувалися на честь зустрічі воїнів-переможців.

В Україні івент-індустрія бере початок з 90-х рр. ХХ століття. Історично склалося так, що в самостійну сферу івент виділився лише за останні двадцять років. Цей підйом викликаний відповідністю потребам людей, які у всі часи хотіли отримати нові враження, стати частиною подій, впливати на їх хід і отримати радісне відчуття причетності до чогось більшого. Але в Україні подієвий туризм розвивається повільно. Тільки з 2002 р. туристичні фірми почали пропонувати послуги з організації подієвих поїздок. Збільшення в'їзного туризму в Україні у зв'язку з подіями не систематичний і пов'язане з такими подіями як, до прикладу, Євробачення, Євро–2012. Більшість подій в Україні місцевого й регіонального масштабу, що не приваблює навіть українських туристів і не сприяє розвитку в'їзного туризму. Основна причина повільного розвитку подієвого туризму – специфіка організаційних особливостей у поєднанні з відсутністю належного рівня державного регулювання.

Організація подієвого туру вимагає від туристичної фірми:

- знання про туристичні можливості відповідного регіону, заклади проживання та харчування;
- досвід роботи у даному регіоні;
- зв'язки з провідними профілюючими організаціями у відповідній сфері.

У процесі формування подієвого туру враховуються такі чинники, як розташування готелю, його архітектура, інтер'єр номерів, наявність ресторанів і пунктів живлення, наявність магазинів, пам'яток, доставка до місця події, послуги гіда, перекладача. Від даних умов залежить вартість туру [12].

Не менш важливим елементом діяльності туркомпанії є фінансове забезпечення. Адже турфірма за власні кошти бронює квитки на заходи, місця у готелях і т.д. Це формує ризик у діяльності туркомпанії, що є також однією зі специфічних особливостей подієвого туризму. Як результат, цільова аудиторія подієвого туризму – це забезпечені туристи з доходом, вищим від середнього, а також організовані групи з 5 і більше осіб.

Важливою передумовою організації подієвого туру є своєчасне інформування та рекламування події, загальнодоступність до інформації про неї та організація її систематичного проведення. Це дає можливість туристичним фірмам планувати подієву поїздку заздалегідь [12]. З цією метою на державному рівні:

- потрібно розробити календар подій, які можуть зацікавити туристів;
- забезпечити фінансування витрат, пов'язаних з маркетинговими заходами й організацією події.

Подія може стати центром привабливості туристів, тобто туристичною, якщо її інформаційна підтримка проводиться протягом 0,5-1 року до початку. При цьому витрати на рекламу і маркетинг повинні бути не меншими ніж організаційні витрати. Тому на кожну подію, на основі якої можна розвивати подієвий туризм, необхідно розробити маркетингову стратегію за участі туристичних фірм. При цьому треба розрізняти маркетинг події та подієвий маркетинг. Це різні поняття. Маркетинг події просуває сам захід, тобто продає саму подію.

Подієвий маркетинг використовує захід для просування певної торгової марки:

- забезпечити систематичне проведення події;
- організувати рекламні заходи на державному рівні;
- за рахунок економічних механізмів (наприклад, зниження податків) стимулювати туристичні підприємства, які розробляють туристичні продукти на основі подієвого туризму;
- організувати підготовку спеціалістів для розвитку тематичних і подієвих турів;
- розробити логістику для кожної події;
- розробити інфраструктуру під проведення кожної події.

Відзначені заходи сприятимуть формуванню зацікавленості та стабільного попиту з боку туристів до події, а це стимулюватиме розвиток подієвого туризму.

Подієвий туризм сприяє розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Адже у період проведення будь-якої події на національному або міжнародному рівні відбувається 100% заселення номерного фонду готелів [6].

Подієвому туризму в цілому сприяє геополітичне розташування України, етнічний склад населення, багатство народної культури, обрядовості, особливості традицій і обрядовості. Особливо унікальною у цьому контексті постає Закарпатська область як прикордонний регіон [6].

Практична робота 1

Тема. Складання географічної характеристики подієвого туризму в Україні та зарубіжних країнах

Мета і завдання. Сформувати уявлення про географічну характеристику культурно-пізнавального та подієвого туризму; знати основні центри культурно-пізнавального та подієвого туризму світу; навчитися аналізувати умови для розвитку культурно-пізнавального та подієвого туризму.

Практичні завдання:

1. Складіть тематичну таблицю, яка б відображала класифікацію подій за масштабом (міжнародний, національний) і тематикою.
2. Позначте на контурній карті України найбільш популярні події, що стосуються івентивного туризму.
3. На основі таблиці 2.4 позначте на контурній карті Європи найбільш популярні події, що стосуються івентивного туризму.

Теоретичні передумови. У науковій літературі всі події, що сприяють розвитку івентивному туризму, згруповують і класифікують за трьома напрямками: 1. Спортивні: чемпіонат, олімпіада, ігри, індивідуальні спортивні зустрічі, кубки, престижні змагання і т.д.; 2. Ділові: виставка, конференція, семінар, форум; 3. Культурно-пізнавальні: зарубіжна прем'єра, театральна постановка, фестиваль, концерт, перфоманс, карнавал, шоу [15].

Українським туристичним порталом «Укртуризм» (www.ukrtourism.com) було проведено аналіз існуючих турів і запити туристів щодо подій в Україні та складено список найбільш відвідуваних внутрішніх подій (довільний порядок): Юморина в Одесі; Джазовий фестиваль у Коктебелі; Таврійські ігри в Новій Каховці; Етнофестиваль «Шешори»; Національний Сорочинський ярмарок; Казантіп; Всеукраїнський фестиваль популярної та рок-музики «Тарас Бульба»; Чорноморські ігри; Дні міст України (День Києва і т. д.); Червона рута; Всеукраїнський молодіжний фестиваль «Перлини сезону»; Рок Екзистенція; Міжнародний Гуцульський фестиваль; КиївМузикФест (Київ); Форум музики молодих (Київ); «Прем'єри сезону» (Київ) «Музична Трибуна Київської Молоді» (Київ); «Терра Героїка» (Каменець-Подільський); Столичне Автошоу; Футбольні ігри української збірної і клубів, Ліга Чемпіонів, Кубок УЄФА і ін.; Кубок Дерюгиной; Кубок Вадима Гетьмана; Раллі (PRIME Yalta Rally 2008 і ін.); Концерти зарубіжних і відчизняних зірок; Сучасне мистецтво в Україні від Pinchukartcentre; Міжнародні і всеукраїнські виставки та ін. [15].

Практична робота 2

Тема. Діагностика подієвого туризму своєї місцевості, області, регіону (за вибором).

Мета і завдання. Навчитися проводити порівняльний аналіз туристичної галузі регіонів; аналізувати статистичні показники; давати характеристику та вміти пояснювати особливості складових основних видів туризму.

Практичні завдання:

1. Здійсніть SWOT-аналіз туристичної галузі регіону (за вибором). Зазначте сильні та слабкі сторони, можливості та за-

грози. Заакцентуйте увагу на розвиток і особливості івент-індустрії.

2. На основі статистичних даних покажіть і проаналізуйте динаміку туристичної сфери, подієвого туризму, зокрема у своїй місцевості, області, регіону (за вибором).

3. Зазначте складові туризму досліджуваної території у вигляді таблиці:

Вид туризму	Особливості складових видів туризму

Практична робота 3

Тема. Картографування визначних (найбільш відомих) заходів подієвого туризму.

Мета і завдання. Набуття навичок роботи з картографічним матеріалом. Навчитися збирати, аналізувати й обробляти картографічні дані.

Практичні завдання:

1. Нанесіть на контурну карту країн Західної Європи місця проведення найбільш відомих заходів подієвого туризму.

2. Нанесіть на контурну карту країн Східної Європи місця проведення найбільш відомих заходів подієвого туризму.

3. Нанесіть на контурну карту країн Північної Америки місця проведення найбільш відомих заходів подієвого туризму.

4. Нанесіть на контурну карту країн Південної Америки місця проведення найбільш відомих заходів подієвого туризму.

6. Нанесіть на контурну карту країн Азії місця проведення найбільш відомих заходів подієвого туризму.

7. Нанесіть на контурну карту країн Австралії та Океанії місця проведення найбільш відомих заходів подієвого туризму.

8. Нанесіть на контурну карту країн України місця проведення найбільш відомих заходів подієвого туризму.

Практична робота 4

Тема. Розробка плану заходів до підготовки та проведення подієвого туристичного продукту (за вибором).

Мета і завдання. Навчитися розробляти й організовувати події, що стосуються івентивного туризму.

Практичні завдання:

1. Визначте тематику подієвого туристичного продукту.
2. Виберіть місця проведення заходу. Пояснити причини його вибору та зробити його опис.
3. Визначте основні умови за яких можливе проведення івенту. Наприклад, наявність пам'яток архітектури, виняткові природні умови, можливості для заняття спортом, наявність в безпосередній близькості досить високого потенціалу клієнтів, наявність господарства тощо.
4. Залучіть учасників (установ культури, спорту, підприємництва тощо) до розробки події.
5. Організуйте можливі додаткові послуги.



Тематика семінарських занять

1. Види культурно-пізнавального туризму.
2. Географія найбільш атрактивних маршрутів і регіонів розвитку культурно-пізнавального туризму.
3. Географічна характеристика подієвого туризму. Класифікація подієвого туризму.
4. Географія турів, центрів і регіонів подієвого туризму в Україні, Європейському туристичному регіону та світі.
5. Перспективи та потенціал розвитку подієвого туризму.



Тести

Оберіть правильну відповідь:

1. Октоберфест традиційно проходить у:
 - а) Великобританії;
 - б) Нідерландах;

- в) Німеччині;
- г) Бразилії.

2. Октоберфест святкують у:

- а) жовтні;
- б) листопаді;
- в) грудні;
- г) квітні.

3. Культурно-пізнавальний туризм має ще одну назву:

- а) екстремальний;
- б) етнографічний;
- в) екскурсійний;
- г) екологічний.

4. Золочівський замок знаходиться у:

- а) Хмельницькій області;
- б) Київській області;
- в) Львівській області;
- г) Чернівецькій області.

5. Митрополичий палац знаходиться у:

- а) Хмельницькій області;
- б) Київській області;
- в) Львівській області;
- г) Чернівецькій області.

6. Кам'янець-Подільська фортеця розташована у:

- а) Хмельницькій області;
- б) Київській області;
- в) Львівській області;
- г) Чернівецькій області.

7. Серед об'єктів культурної спадщини ЮНЕСКО є:

- а) Замок Паланок;
- б) Митрополичий палац;
- в) Воронцовський палац;
- г) Лівадійський палац.

8. Хотинська фортеця знаходиться у:

- а) Хмельницькій області;
- б) Київській області;
- в) Львівській області;
- г) Чернівецькій області.

9. Палац, що знаходиться в місті Київ:

- а) Качанівський;
- б) Маріїнський;
- в) Воронцовський;
- г) Митрополичий.

10. Перший етнографічний музей просто неба було створено у:

- а) США;
- б) Австрії;
- в) Швейцарії;
- г) Швеції.

? Запитання та завдання для самоконтролю

1. Які перспективи розвитку подієвого туризму в Україні?

2. Проведіть аналіз існуючих турів і запитів туристів щодо подій в Україні і складіть список найбільш відвідуваних внутрішніх подій.

3. Складіть список і проведіть аналіз спортивних подій в Україні.

4. Складіть список і проведіть аналіз ділових подій в Україні.

5. Складіть список і проведіть аналіз культурно-пізнавальних подій в Україні.

6. На основі таблиці 2.4 проведіть класифікацію подієвих ресурсів за тематикою у своїй місцевості, районі, області.

7. Розробіть схему туристичного потенціалу регіону (за вибором). Які, на Вашу думку, особливості подієвого туризму досліджуваного Вами регіону?

8. На основі статистичних даних покажіть динаміку основних показників туристичної сфери регіону (за вибором).

9. Що таке туризм?
10. Розкажіть про мотивацію і цілі туристів-учасників подієвих турів.
11. Охарактеризуйте «карнавальні» тури й основні регіони їх проведення.
12. У чому полягають особливості подієвого туризму?
13. Складіть структурну схему, яка б відображала види подієвого туризму.
14. Назвіть найважливіші особливості подієвого туризму.
15. Перелічіть заходи, необхідні для організації та проведення фестивалю, карнавалу, параду, святкування.
16. Які заходи потрібні для організації та проведення конференції, форуму, симпозіуму, круглого столу?
17. Які заходи необхідно здійснити для організації та проведення семінару, тренінгу, курсів підвищення кваліфікації?
18. Які заходи належить здійснити для організації та проведення спортивного змагання?
19. Які заходи потрібні для організації та проведення концерту, показу фільму, театральної постановки?
20. Назвіть заходи, необхідні для організації та проведення ювілею, весілля, торжества.
21. Назвіть основні вимоги до туристичної фірми для організації подієвого туру.
22. Назвіть чинники успішного розвитку подієвого туризму.
23. Підготуйте презентації за тематикою, вказаною у таблиці 2.4 (за вибором).
24. Зробіть огляд періодичної літератури за темою: «Перспективи розвитку подієвого туризму в Україні».
25. Зробіть огляд періодичної літератури за темою: «Перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні».

ЛІТЕРАТУРА

1. Лущик М. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму Хмельниччини. «Молодий вчений», № 10 (86). Жовтень, 2020 р. С. 52-58.
2. Марченко О. Інтеграція регіонального туристичного продукту в національний загальноукраїнський туристичний продукт

та європейську туристичну індустрію / О. Марченко // Закарпаття: науково-популярне видання про історію, сучасність, перспективи краю. – зима 2010–2011. № 3. С.42-46.

3. Нові обрії транскордонного співробітництва Закарпаття // Закарпаття: науково-популярне видання про історію, сучасність, перспективи краю. – зима 2010–2011. № 3. С. 3, 15-17.

4. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. Олійник В. В., Шикіна О. В. Миколаївський. Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського. Випуск 12. 2016. С. 460-463.

5. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу: навчальний посібник / Смаль І. В. Ніжин: Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

6. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. 2011. Спецвип.33. Ч.4. С.124-128.

7. Бекнур К. Франчайзинг в Казахстане [Електронний ресурс] / Кисиков Бекнур. Алмата : BookinEast, 2007. URL: <http://www.cafila.com/eventfranchising.htm>

8. Географія культурно-пізнавального та подієвого туризму. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://studfile.net/preview/5437142/page:18/>

9. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

10. Паньків Н.Є., Мороз В.Р. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру «Відкрий для себе Покуття». URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2018_28\(5\)_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2018_28(5)_19)

11. Перспективи розвитку подієвого туризму. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tereschuk.htm

12. Поняття про подієвий туризм. URL: <http://um.co.ua/10/10-19/10-190504.html>

13. Розвиток спортивно-подієвого туризму в світі і в Україні / Development of Sport and Event Tourism in the World and in Ukraine. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/40957/1/%D0%A1%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B0%D0%BA%20%D0%AE%D1%80%D1%96%D0%B9.pdf>

14. Событийный туризм в Украине: спортивные соревнования, ярмарки, выставки, концерты, карнавалы [Электронный ресурс] / Сторінка «Путешествия по Украине» сайту Українського туристичного порталу «Укртуризм». URL: http://www.ukrtourism.com/travel_in_ua/1-9-2008_12-48_52_1.html?page=13&order=bll

15. Теоретичні аспекти та розвиток івентивного туризму в Україні. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/191-1.pdf>

16. Фестивальна діяльність в контексті розвитку подієвого туризму України: стан, проблеми, перспективи. URL: <http://www.geolgt.com.ua/images/stories/zbirnik/vipusk38/v387.pdf>

17. Чи чули ви про подієвий туризм? URL: https://proficamp.blogspot.com/2018/07/blog-post_80.html

Частина 3

МЕНЕДЖМЕНТ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

3.1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТА ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Вступ

Сьогодні туристичний бізнес – одна із найперспективніших підгалузей соціально-економічного розвитку України. Підраховано, що в нашій країні туристичний ринок заторкує майже 15% жителів і близько 40 галузей економіки. У світовому вимірі на частку туризму припадає понад 10% валового національного продукту, 5% податкових надходжень і 11% світових споживчих витрат. Тобто сьогодні сфера туризму – це потужний індустріальний комплекс. Для розвитку туристичного бізнесу в Україні потрібна його правильна організація та регулювання. На сьогоднішній день загальна система управління туристичною галуззю в Україні складається із трьох рівнів: макроекономічного, мезоекономічного та мікроекономічного. Саме мікроекономічний рівень є базою розвитку туристичного бізнесу на основі туроперейтингу, який розглядає принципи діяльності туристичних організацій, методику розроблення турів і програм перебування, технології організації туристичної подорожі, технології туроперейтингу. Організація турбізнесу передбачає знайомство із технологією формування власного бізнесу, реєстрацією і ліцензуванням турпідприємств, безпекою туристичного бізнесу, його страховим і правовим захистом, термінологією ринку туристичних послуг, його рекламою і кадровим забезпеченням тощо.



1. Мета, завдання та компетентності

Мета даного розділу полягає у формуванні практичних навичок щодо туроператорської і турагентської діяльності; коор-

динації роботи суб'єктів турбізнесу у сфері туризму і в організації роботи служб і підрозділів туроператорської компанії.

Завдання. Засвоєння практичних навичок щодо видів туристичної діяльності, ліцензійних умов провадження туроперейтингу й організації туристичного бізнесу.

Компетентності

Загальні – здатність шукати, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел, здатність зосереджуватись на якості та результаті при виконанні завдань; навички використання інформаційних і комунікативних технологій.

Фахові – здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту у системі прикладного туроперейтингу; розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єктів туристичної індустрії, туристичного бізнесу та їх підсистем; здатність визначати індивідуальні туристичні потреби з використанням сучасних технологій обслуговування туристів.

? 2. Запитання та завдання для тренінгу

1. Що таке бізнес і бізнес-ідея у туризмі?
2. Охарактеризуйте туризм як галузь економіки.
3. Охарактеризуйте виїзний і внутрішній туризм.
4. Що таке реєстрація туристичного бізнесу?
5. Що таке ліцензування у туристичній діяльності?
6. Що таке правові аспекти туристичного бізнесу?
7. Охарактеризуйте термінологію ринку туристичних послуг.
8. Що таке страховий захист туристів?
9. Яка роль реклами у туристичному бізнесі?
10. Що таке орендні відносини у туристичному бізнесі та закон про оренду та суборенду?
11. Що таке органи державного управління туризмом в Україні?
12. Хто такі турагенти та турператори, їх права і обов'язки?
13. Проаналізуйте кадровий склад турагенств.
14. Що таке турпакет та алгоритм дій при продажу туру?

15. Що таке інтернет-пошукові системи в туризмі?
16. Що таке реорганізація і ліквідація турпідприємств та їх причини?
17. Що таке договори у туристичному бізнесі та їх розірвання. Штрафні санкції та претензії?
18. Проаналізуйте основні принципи формування програм перебування туристів.
19. Охарактеризуйте основні документи, що необхідні для обслуговування тургрупи.
20. Розкрийте алгоритм складання паспорта туристичного автотранспортного маршруту.
21. Які потрібні документи для отримання туристичної візи?
22. Охарактеризуйте туристичні формальності для подорожі за кордон.



3. Тестові завдання

1. Згідно із Законом України «Про туризм», туристичний продукт – це:
 - а) попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням;
 - б) послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам;
 - в) комплекс послуг, які надаються під час подорожі по індивідуальному або груповому плану та мають серійний характер і пропонуються в широкий продаж.
2. Головна мета туристичного підприємництва полягає в:
 - а) розробленні маршрутів, формуванні туристичних потоків за обраними маршрутами, у виробництві туристичних товарів і наданні туристичних послуг, комплектуванні туристичного продукту тощо;

- б) створенні та доведенні до споживачів туристичних продуктів, відповідних потребам туристів, підтримка пропозиції на рівні попиту, а також збереженні конкурентоспроможності туристичного продукту;
- в) правильної відповіді немає.

3. Турагенти – це:

- а) юридичні особи (підприємства), створені згідно із законодавством України, основною діяльністю яких є організація туризму, формування туристичного продукту, його реалізація та посередницька діяльність із надання характерних і супутніх туристичних послуг мандрівникам;
- б) юридичні і фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницькі функції з реалізації туристичного продукту туроператорів або окремих послуг інших суб'єктів туристичного бізнесу;
- в) туристичні організації, які мають власні чи орендовані засоби для обслуговування туристів і пропонують своїм клієнтам комплекс послуг;
- г) правильної відповіді немає.

4. Трансфер – це:

- а) територія, на якій пропонується певний набір послуг, що відповідають попиту туриста на перевезення, ночівлю, харчування, відпочинок, розваги тощо;
- б) доставка туриста від місця прибуття до місця розміщення, де він буде проживати, а також зворотна доставка до місця відправлення;
- в) тільки частина туристичного продукту, точніше обов'язкова частина туру, яка може бути більшою або дорівнювати турпаketу;
- г) засіб пересування, за допомогою якого можна добратися до туристичного центру.

5. Найбільш гнучкою формою для малого туристичного бізнесу є:

- а) товариство з обмеженою відповідальністю;
- б) товариство з повною відповідальністю;
- в) командитне товариство;
- г) акціонерне товариство.

6. НВ – це комбінація розміщення і харчування, яка розшифровується так:

- а) розміщення + сніданок;
- б) напівпансіон: розміщення + сніданок + вечеря;
- в) повний пансіон: розміщення + сніданок + обід + вечеря.

7. Розрізняють такі види туру:

- а) пекидж-тур та інклюзив-тур;
- б) пекидж-тур та організований тур;
- в) індивідуальний і груповий;
- г) організований та неорганізований.

8. Туроператори – це:

- а) юридичні особи (підприємства), створені згідно із законодавством України, основною діяльністю яких є організація туризму, формування туристичного продукту, його реалізація та посередницька діяльність із надання характерних і супутніх туристичних послуг мандрівникам;
- б) юридичні та фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницькі функції з реалізації туристичного продукту туроператорів або окремих послуг інших суб'єктів туристичного бізнесу;
- в) фізичні або юридичні особи, які комплектують туристичні послуги за бажанням клієнтів, узгоджують маршрути, домовляються про надання місць у транспортних засобах і засобах розміщення, організовують послуги екскурсіводів, гідів, перекладачів тощо;
- г) правильної відповіді немає.

9. FB – це комбінація розміщення і харчування, яка розшифровується так:

- а) розміщення + сніданок;
- б) напівпансіон: розміщення + сніданок + вечеря;
- в) повний пансіон: розміщення + сніданок + обід + вечеря.

10. Інклюзив-тур – це:

- а) окремі туристичні послуги: харчування, розміщення, транспорт, екскурсійне обслуговування (на вибір);
- б) комплексна туристична послуга, яка містить в собі розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, транспортні, побутові, спортивно-оздоровчі та інші послуги;

- в) мінімальний набір послуг, які можуть бути розширені за рахунок додаткових туристично-екскурсійних послуг, товарів та інших послуг;
 - г) усі відповіді правильні.
11. Об'єктами ліцензування згідно із ЗУ «Про туризм» є:
- а) туроператорська діяльність;
 - б) турагентська, туроператорська й екскурсійна діяльність;
 - в) туроператорська та турагентська діяльність;
 - г) туроператорська й екскурсійна діяльність.
12. Підставами для анулювання ліцензії є:
- а) заява ліцензіата про анулювання ліцензії, акт про повторне порушення ліцензійних умов, рішення про скасування державної реєстрації суб'єкта господарювання, нотаріально засвідчена копія свідоцтва про смерть фізичної особи-підприємця;
 - б) зміна назви юридичної особи або прізвища, ім'я та по батькові фізичної особи-суб'єкта підприємницької діяльності, зміна місцезнаходження юридичної особи або місця проживання фізичної особи-суб'єкта підприємницької діяльності, зміни, пов'язані з розширенням певних видів ліцензійної діяльності;
 - в) недостовірність даних у документах, поданих заявником, для отримання ліцензії та невідповідність поданих документів ліцензійним умовам;
 - г) немає правильної відповіді.
13. Підставами для переоформлення ліцензії є:
- а) заява ліцензіата про анулювання ліцензії, акт про повторне порушення ліцензійних умов, рішення про скасування державної реєстрації суб'єкта господарювання, нотаріально засвідчена копія свідоцтва про смерть фізичної особи-підприємця;
 - б) зміна назви юридичної особи або прізвища, ім'я та по батькові фізичної особи-суб'єкта підприємницької діяльності, зміна місцезнаходження юридичної особи або місця проживання фізичної особи-суб'єкта підприємницької діяльності, зміни, пов'язані з розширенням певних видів ліцензійної діяльності;
 - в) правильної відповіді немає.

14. Термін дії ліцензії на проведення туроператорської діяльності складає:

- а) безстроково;
- б) 5 років;
- в) 3 роки.

15. Суб'єктами стандартизації є:

- а) центральний орган виконавчої влади з питань стандартизації; рада стандартизації та технічного регулювання; технічні комітети стандартизації; інші суб'єкти, які займаються стандартизацією;
- б) продукція, процеси та послуги;
- в) процеси туристичного й екскурсійного обслуговування;
- г) правильної відповіді немає.

16. Стандартизація в галузі туризму – це:

- а) своєрідний спосіб об'єднання різноманітних туристичних послуг з метою як найповнішого задоволення потреб споживачів з урахуванням безпеки держави та інтересів підприємств тур індустрії;
- б) діяльність, що полягає у встановленні положень для загального і багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань з метою досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері;
- в) діяльність, спрямована на розробку і встановлення вимог, норм, правил, характеристик, як обов'язкових для виконання, так і рекомендованих, що забезпечує право споживача на придбання продукції, послуг належної якості за прийнятну ціну, а також право на безпеку й комфортність праці та відпочинку;
- г) правильної відповіді немає.

17. Об'єктами стандартизації в туристично-екскурсійному обслуговуванні населення є:

- а) туристичні послуги;
- б) процеси туристичного і екскурсійного обслуговування;
- в) туристичні подорожі;
- г) туристичні послуги та процеси туристичного й екскурсійного обслуговування.

18. Об'єктами стандартизації є:

- а) центральний орган виконавчої влади з питань стандартизації; рада стандартизації та технічного регулювання; технічні комітети стандартизації; інші суб'єкти, що займаються стандартизацією;
 - б) продукція, процеси та послуги;
 - в) продукція, процеси, послуги, операції;
 - г) правильної відповіді немає.
19. Стандарт – це:
- а) нормативний документ, який розроблено на основі консенсусу, затверджений визнаним органом, спрямований на досягнення оптимального ступеня впорядкованості в певній галузі;
 - б) документ, виданий відповідно до правил системи стандартизації, який вказує, що забезпечується необхідна впевненість у тому, що належно ідентифікована продукція, процес або послуга відповідають конкретному стандарту чи іншому нормативному документу;
 - в) правильної відповіді немає.
20. Залежно від того, хто її проводить, сертифікація буває:
- а) самосертифікація, яка проводиться самим підприємством – виробником продукції чи послуг; сертифікація, яка здійснюється споживачем; сертифікація, яка здійснюється третьою стороною – спеціальною організацією, незалежною від виробника і споживача;
 - б) самосертифікація, яка проводиться самим підприємством – виробником продукції чи послуг і сертифікація, яка здійснюється споживачем;
 - в) сертифікація, яка здійснюється споживачем і сертифікація, яка здійснюється спеціальною організацією, незалежною від виробника і споживача.
21. Згідно з чинним законодавством, готелі класифікуються за:
- а) п'ятьма категоріями;
 - б) п'ятьма зірками;
 - в) трьома категоріями;
 - г) трьома зірками.
22. Термін дії сертифіката відповідності послуг харчування та готельних послуг залежить від установленної заявнику схеми сертифікації і може складати:

- а) 1 рік, 3 роки, 5 років;
- б) 1 рік та 5 років;
- в) 5 років та 10 років;
- г) 1 рік та 3 роки.

23. Згідно зі статтею 15 ЗУ «Про туризм», обов'язковій сертифікації на їх відповідність вимогам нормативних документів і відповідність вимогам міжнародних стандартів ІСО серії 9000 підлягають:

- а) готельні послуги та послуги харчування;
- б) готельні послуги та послуги екскурсійних бюро;
- в) послуги харчування;
- г) правильної відповіді немає.

24. Туристичний центр – це:

- а) місце відпочинку туриста, яке об'єднує всі його рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктури;
- б) комплексне поняття, що охоплює три основні види можливої пропозиції туристичного підприємства на ринку: тур, туристично-екскурсійні послуги і туристичні товари;
- в) сукупність речових (предметів споживання) та неречових (у формі послуг) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі;
- г) місце відпочинку туриста, що охоплює основні види можливої пропозиції туристичних потреб.

25. Пекидж-тур – це:

- а) окремі туристичні послуги: харчування, розміщення, транспорт, екскурсійне обслуговування (на вибір);
- б) комплексна туристична послуга, яка передбачає розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, транспортні, побутові, спортивно-оздоровчі та інші послуги;
- в) мінімальний набір послуг, які можуть бути розширені за рахунок додаткових туристично-екскурсійних послуг, товарів та інших послуг;
- г) правильної відповіді немає.

26. Додаткові туристично-екскурсійні послуги – це:

- а) специфічна матеріальна частина туристичного продукту (туристичне спорядження, буклети, сувеніри, листівки, плани і карти міст і т.ін.);
 - б) неспецифічна частина туристичного продукту, куди входить велика кількість товарів, які є дефіцитними або дорожчими в місцях постійного проживання туристів;
 - в) послуги, не передбачені ваучером чи путівкою і доводяться до споживача в режимі його вільного вибору.
27. Клас обслуговування «люкс» передбачає:
- а) достатньо високий рівень обслуговування (розміщення в готелях категорій 4-5 зірок, переліт першим або бізнес-класом, відмінну кухню і широкий вибір страв, індивідуальні перевезення, кураторство гіда);
 - б) надання послуг найвищого рівня якості, розміщення в готелях категорії 5 зірок або розкішних некатегорійних готелях, переліт першим класом, харчування у престижних ресторанах;
 - в) розміщення в готелях категорій 2-3 зірок, переліт економічним класом регулярних авіарейсів (допускаються чартери), групові перевезення;
 - г) правильної відповіді немає.
28. Стаді-тури призначенні для:
- а) ознайомлення з новим туристичним продуктом представників засобів масової інформації, осіб, авторитетних для цільових споживачів, а також представників турагентів, які згодом братимуть участь у продажах даного туру;
 - б) формуванні уявлення про властивості туру, його переваги й недоліки у співробітників служб продажів самого туристичного підприємства і представників турагентств, які братимуть участь у реалізації цього туру;
 - в) організовуються для відносно невеликих груп туристів до початку сезону масових продажів;
 - г) правильної відповіді немає.
29. До нерекламних методів просування туристичного продукту належать:
- а) особисті (персональні) продажі, пряма розсилка інформації;

- б) прямий маркетинг, стимулювання збуту;
 - в) пропаганда або організація паблік рілейшнз;
 - г) усі варіанти правильні.
30. Внутрішні канали збуту – це:
- а) як правило, система філіалів, відділень і посередницьких організацій (агентств), через які продаються різні туристичні послуги на території країни;
 - б) певне число зарубіжних туристичних фірм- посередників (туроператорів, турагентів), що прийняли на себе згідно з угодою зобов'язання продавати у своїй країні туристичні поїздки до конкретної закордонної країни;
 - в) містить одного посередника (туристичний оператор – туристичний агент – споживач (турист));
 - г) усі варіанти правильні.
31. Канал нульового рівня складається з:
- а) підприємств, які продають туристичні послуги безпосередньо споживачам (туристичний оператор – споживач (турист));
 - б) одного посередника (туристичний оператор – туристичний агент – споживач (турист));
 - в) двох посередників(іноземний туристичний оператор – туристичний оператор – туристичний агент – споживач (турист));
 - г) як правило, системи філіалів, відділень і посередницьких організацій (агентств), через які продаються різні туристичні послуги на території країни.
32. Туристичний продукт є специфічним товаром, який має ряд особливостей:
- а) незбереженість і уявність;
 - б) уявність і зміна якості;
 - в) незбереженість, уявність, зміна якості.
33. Складовими туристичного пакета є:
- а) туристичний центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер;
 - б) тур, додаткові туристично-екскурсійні послуги, товари;
 - в) транспорт, розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування;
 - г) тур, транспорт, розміщення.

34. Складовими туристичного продукту є:
- а) туристичний центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер;
 - б) тур, додаткові туристично-екскурсійні послуги, товари;
 - в) транспорт, розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування;
 - г) тур, транспорт, розміщення.
35. Туристичний клас обслуговування передбачає:
- а) мінімум послуг, що характеризуються невисокою якістю (розміщення в готелях категорій 1-2 зірок, у хостелах, гуртожитках; харчування може не надаватися взагалі; переліт, як правило, чартерними авіарейсами; перевезення можуть бути організовані на громадському транспорті);
 - б) розміщення в готелях категорій 2-3 зірок, переліт економ-класом регулярних авіарейсів (допускаються чартери), групові перевезення;
 - в) припускає достатньо високий рівень обслуговування (розміщення в готелях категорій 4-5 зірок, переліт першим або бізнес-класом).
36. Прибуток, що закладається в ціну пакета туру на покриття інших витрат і чистий прибуток, складає:
- а) від 15 до 30%;
 - б) від 15 до 20%;
 - в) 15%;
 - г) від 10 до 20%.
37. Рекламний тур призначений для:
- а) ознайомлення з новим туристичним продуктом представників засобів масової інформації, осіб, авторитетних для цільових споживачів, а також представників турагентів, які згодом братимуть участь у продажах даного туру;
 - б) формуванні уявлення про властивості туру, його переваги й недоліки у співробітників служб продажів самого туристичного підприємства і представників турагентств, які братимуть участь у реалізації цього туру;
 - в) відносно невеликих груп туристів до початку сезону масових продажів;
 - г) правильної відповіді немає.

38. Туристичний ринок – це:

- а) суспільно-економічне явище, яке поєднує попит і пропозицію для забезпечення купівлі-продажу специфічних туристичних товарів і послуг в даний час і в даному місці;
- б) кількість будь-якого продукту або послуги, яку споживачі бажають і можуть купити за певну ціну за певний період часу;
- в) загальна кількість людей, які подорожують або бажають подорожувати, користуються туристичним устаткуванням і послугами за межами традиційного місця проживання і роботи.

39. Прихований попит характеризує ту частину населення, яка хоче, але не може подорожувати через якусь причину. Цей вид попиту поділяється на:

- а) потенційний попит, відкладений попит;
- б) потенційний та нульовий попит;
- в) дійсний та відкладений попит;
- г) відкладений та нульовий.

40. На еластичність попиту в туризмі впливають:

- а) замінність продукції та питома вага витрат на туризм у бюджеті споживача;
- б) віднесення туризму до предметів розкоші;
- в) фактор часу;
- г) усі відповіді правильні.

41. Туристична пропозиція – це:

- а) кількість будь-якого продукту або послуги, яку споживачі бажають і можуть купити за певну ціну за певний період часу;
- б) загальна кількість людей, які подорожують або бажають подорожувати, користуються туристичним устаткуванням і послугами за межами традиційного місця проживання і роботи;
- в) фактичне число учасників туризму, тобто тих, хто насправді подорожує;
- г) усе те, що пропонується туристу для задоволення його потреб під час подорожі (проживання, харчування, розваги тощо).

42. Ваучер – це:

- а) документ, який є підставою і гарантією для отримання туристом оплаченої послуги або комплексу послуг у суб'єкта туристичної діяльності, який надає послуги;
- б) документ, який не є підставою і гарантією для отримання туристом оплаченої послуги або комплексу послуг у суб'єкта туристичної діяльності, який надає послуги;
- в) документ, який засвідчує особу туриста;
- г) кінцевий «продукт» діяльності туристичної організації та є предметом її реалізації.

43. У договорі на туристичне обслуговування, укладеному шляхом видачі ваучера, мають міститися такі дані:

- а) строки надання і види туристичних послуг, їх загальна вартість;
- б) пам'ятка туристу про країну;
- в) правильної відповіді немає.

44. У шапці ваучера зазначаються:

- а) повне найменування фірми-власника ваучера, юридична адреса, номер телефону, факсу;
- б) строки надання і види туристичних послуг, їх загальна вартість;
- в) номер ваучера;
- г) номер ліцензії.

45. Ваучер заповнюється у:

- а) трьох примірниках;
- б) двох примірниках;
- в) п'яти примірниках;
- г) одному примірнику.

46. Туристична путівка – це:

- а) кінцевий «продукт» діяльності туристичної організації та є предметом її реалізації;
- б) договір на туристичне обслуговування, де одна сторона (туроператор, турагент) за встановлену договором плату зобов'язується забезпечити надання за замовленням іншої сторони (туриста) комплексу туристичних послуг (туристичний продукт);
- в) документ, який є підставою і гарантією для отримання туристом оплаченої послуги або комплексу послуг у суб'єкта туристичної діяльності, який надає послуги;

г) документ, який засвідчує особу туриста.

47. Документ, який підтверджує факт укладання договору страхування і містить основні його положення, називається:

- а) договором страхування;
- б) полісом;
- в) франшизою;
- г) страховиком.

48. Страхування від нещасних випадків є:

- а) підгалуззю особистого страхування і передбачає виплату страхового забезпечення (повністю або частково) у зв'язку з настанням несприятливих явищ – нещасних випадків (або їх наслідків), пов'язаних з життям і здоров'ям застрахованого;
- б) формою страхового захисту інтересів населення в охороні здоров'я, переміщенні у просторі, харчуванні тощо;
- в) відповідальність власників автотранспортних засобів, що використовуються у туризмі;
- г) правильної відповіді немає.

49. Ініціативні туроператори – це:

- а) туроператори на прийомі, які комплектують тури і програми обслуговування в місці прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі договори з постачальниками послуг;
- б) оператори, які відправляють туристів за кордон або в інші регіони за домовленістю з приймаючими операторами або напряму з туристичними підприємствами;
- в) туроператори, які базуються у країні призначення і обслуговують туристів, які прибувають у цю країну;
- г) туроператори, які складають турпакети за маршрутами в межах країни мешкання.

50. Рецептний туроператор – це:

- а) туроператори на прийомі, які комплектують тури і програми обслуговування в місці прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі договори з постачальниками послуг;
- б) оператори, які відправляють туристів за кордон або в інші регіони за домовленістю з приймаючими операторами або напряму з туристичними підприємствами;

- в) туроператори, які базуються у країні призначення і обслуговують туристів, що прибувають в цю країну;
- г) туроператори, які складають турпакети за маршрутами в межах країни мешкання.

4. Практичні роботи

Практична робота 1

Тема. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту.

Мета. Засвоєння знань та вироблення навичок з основ створення та формування асортименту туристичного продукту.

Теоретичні вказівки

Ознайомтесь із поняттями: туристичний продукт, туристичний оператор, туристичний тур, пакет договорів туроператора з контрагентами, турагентами, туристами, каталог пропозицій туроператора окремо для літнього і зимового сезонів, вибір ділових партнерів туроператора та критерії, форми і умови їх співпраці, основні етапи формування та реалізації турпродукту.

Завдання.

1. Охарактеризуйте асортимент послуг туроператорів – резидентів України.
2. Проведіть оцінювання територій та вибору географії подорожей туристичного підприємства однієї з областей України.
3. Детально проаналізуйте алгоритм формування та реалізації турпродукту.

Висновки.

Практична робота 2

Тема. Принципи формування програм перебування туристів.

Мета. Оволодіння навиками та правилами складання програм перебування туристів: комбінацією складових елементів програм перебування з метою оптимального їх використання, прив'язкою туристичного маршруту до основних транспортних магістралей, населених пунктів; Визначення найцікавіших елементів показу по маршруту та включення їх до програм обслуговування туристів.

Теоретичні вказівки. Вивчіть географічні особливості території, по якій розроблений маршрут туристичної подорожі, як правило, рангу області. Ознайомтесь зі зразками оформлення технологічної документації туристичного туру та ціновою політикою щодо вартості туристичних подорожей інших туроператорів (за рекламною інформацією) з інтернетних джерел.

Завдання.

1. Розробіть маршрут туристичної подорожі і скласти програму перебування туристів.

2. Оформіть технологічну документацію обраного туру (технологічну карту) інформаційний лист для реклами туру тощо.

3. Розрахуйте вартість туристичної подорожі на одного туриста:

а) учасника туристичної групи

б) туриста-індивідуала

Висновки.

Практична робота 3

Тема. Туристичні документи та правила їх оформлення.

Мета. Сформувати у студентів навички складання та оформлення туристичних документів при туристичному обслуговуванні та його бронюванні.

Теоретичні вказівки

Ознайомтесь із основними положеннями, які складають зміст договору на туристичне обслуговування. Ознайомтесь зі зразками оформлення ваучерів та іншої документації, необхідної для виїзду туристичної групи за кордон за встановленим маршрутом. Ознайомтеся із листами бронювання послуг різних постачальників відповідно до програми перебування.

Завдання.

1. Складіть договір на туристичне обслуговування туристичної групи.

2. Оформіть ваучер та інші документи, необхідні для виїзду туристичної групи за заданим маршрутом, наприклад: Чернівці-Бухарест-Софія-Будапешт-Ужгород-Чернівці (із обслуговуванням різними туроператорами та різними видами транспорту).

3. Складіть листи бронювання (замовлень) послуг різних постачальників – екскурсійне бюро, готель, ресторан, анімація, атракціони, басейни тощо з програмою перебування.

Висновки.

Практична робота 4

Тема. Складання паспорта туристичного автотранспортного маршруту.

Мета. Сформувати у студентів вміння щодо розробки туристичного автотранспортного маршруту; визначення транспортної доступності і ефективності рейсів та складання графіків руху; регулювання автотранспортних пасажирських перевезень; розрахунку вартості проїзду.

Теоретичні вказівки.

Ознайомтеся із проблемами використання автотранспорту у туризмі та основними видами автотранспортних перевезень; організацією перевезень на регулярних маршрутах; особливостями організації спеціалізованого автотранспортного туру та прокату автомобілів.

Завдання.

1. Складіть картосхему автомобільного туристичного маршруту із перевезенням до населених пунктів.

2. Складіть графік руху автобуса за заданим маршрутом із визначенням дислокації пунктів технічної допомоги й автозаправок.

3. Визначте тривалість маршруту та його довжину у днях, годинах і кілометрах, а також кількість туристів одноразового завантаження.

4. Визначте вартість перевезень одного туриста за обраним маршрутом і вартість туру при умові планового завантаження автобуса на рівні 75%.

5. Розрахуйте місткість автобуса для конкретного туристичного потоку в сезон і продуктивність автобуса за рейс.

Висновки.

Практична робота 5

Тема. Складання пам'ятки туриста для виїзду за кордон.

Мета. Сформувати у студента вміння щодо розробки пам'ятки туристам, що подорожують закордон; визначення особливостей перетину кордону різних країн світу та формальностей ввозу-вивозу товарів, цінностей та валюти, медико-санітарних вимог та інших туристичних формальностей.

Теоретичні вказівки.

Ознайомтеся з митними формальностями: митний контроль, догляд і декларація; процедура і правила митного догляду, митна декларація; поняття та основні види туристичних формальностей; паспорти, візи, візовий центр і кодекс; шенгенська зона і шенгенська віза; правила перевезення валюти через державний кордон України: правило «бордера»; медико-санітарні формальності для туристів і тварин; міжнародний сертифікат про вакцинацію.

Завдання.

1. Проаналізуйте особливості клімату і природних ландшафтів країни, її місце на карті.

2. Складіть перелік документів для отримання візи та сформулюйте правила перетину кордону туристами щодо ввезення-вивезення товарів, цінностей, валюти та її обліку.

3. Складіть рекомендації щодо поведінки в країні відвідування, одягу, зовнішнього вигляду, культури мови і жестів тощо.

4. Проаналізуйте особливості екскурсійної програми туру та правила поведінки в культових місцях, а також застереження щодо купівлі місцевих продуктів, води і товарів, уживання місцевих національних страв, обміну валюти та місцеві гроші тощо.

Висновки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. / Р. І. Балашова. К. : ЦУЛ, 2012. 182 с.

2. Балашова Р. І. Розвиток туристичного підприємства. Теорія та практика / Р. І. Балашова ; Донец. ін-т турист. бізнесу. Донецьк, 2009. 328 с.

3. Бізнес-планування у тур індустрії : навч. посіб. / С. Ю. Цьохла, С. П. Наливайченко, В. Є. Реутов. Саки : ПП «Підприємство Фенікс», 2011. 192 с.

4. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. / Л. П. Дядечко. К. : Центр уч. л-ри, 2007. 224 с.

5. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма : учеб. / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003. 672 с. С. 26.

6. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.

7. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. К. : Знання, 2011. 334 с.

8. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підруч. / Н. Є. Кудла. К. : Знання, 2012. 343 с.

9. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підруч. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. [2-ге вид., переробл. та допов.]. К. : Центр уч. л-ри, 2012. 472 с.

10. Мальська М. П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун ; ЛНУ ім. І. Франка. К. : ЦУЛ, 2012. 246 с.

11. Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух. К. : Центр навч. л-ри, 2004. 272 с.

12. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : підруч. / М. П. Мальсько, В. В. Худо. [2-ге вид., переробл. та допов.]. К. : Центр уч. л-ри, 2012. 368 с.

13. Машина Н. І. Страхування для туристичних підприємств / Н. І. Машина. – К. : ЦУЛ, 2006. – 368 с.

14. Міжнародний туризм і сфера послуг : підруч. / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. К. : Знання, 2008. – 661 с.

15. Організація підприємницької діяльності у туризмі : навч. посіб. / І. М. Білецька, І. Ф. Карташевська, О. В. Плугар та ін. ; за заг. ред. д.е.н., проф. С. Ю. Цьохли. Сімферополь : Таврія, 2011. 244 с.

16. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. К. : Центр уч. л-ри, 2007. 344 с.

17. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : моногр. / Т. І. Ткаченко. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.

18. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : підруч. / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. К. : Знання, 2013. 334 с.

19. Школа І. М. Менеджмент туризму : підруч. / І. М. Школа, О. П. Корольчук. Чернівці : Кн. – XXI, 2011. 464 с.

3.2. МЕНЕДЖМЕНТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

Вступ

Розвиток готельного та громадського харчування України характеризується тим, що реформовані підприємства цієї галузі адаптуються до ринкового середовища, комплексно вирішують нагальні проблеми підвищення ефективності та конкурентоспроможності ринку готельних послуг, поступово починають наближатися до світових стандартів. У сучасних умовах усе більшої актуальності набувають питання управління всією сферою послуг та її складовими – готельним господарством і громадським харчуванням. Навчальна дисципліна «Менеджмент готельно-ресторанного господарства» висвітлює теоретичний матеріал про суть економічних явищ і процесів готельного господарства України та їх взаємозв'язку, формує у студентів практичні навички з управління підприємствами готельно-ресторанного господарства.

Підготовка до практичних занять. Відповідно до навчального плану з кожної теми курсу проводяться практичні заняття. Підготовку до практичних занять розпочинають з опрацювання лекційного матеріалу. Студент повинен самостійно ознайомитися з відповідним розділом робочої програми, підготувати відповіді на контрольні запитання, які подані в програмі у визначеній послідовності згідно з логікою засвоєння навчального матеріалу.

Практичні заняття збагачують і закріплюють теоретичні знання студентів, розвивають їх творчу активність, допомагають у набутті практичних навичок роботи за предметом навчальної дисципліни.

У процесі підготовки до практичних занять самостійна робота студентів – обов'язкова частина навчальної роботи, без якої успішне і якісне засвоєння навчального матеріалу неможливе. Це свідчить про необхідність керування самостійною роботою студентів з боку викладача шляхом проведення цілеспрямованих організаційних і контрольних заходів.

Викладач у вступній лекції рекомендує студентам основні та додаткові джерела, а також методичні поради до самостійної роботи та до організації практичних занять з дисципліни.

Практична робота 1

Тема. Теорія та методологія менеджменту готельно-ресторанного бізнесу.

Мета. Ознайомитись з основними поняттями менеджменту готельно-ресторанного бізнесу. Охарактеризувати принципи менеджменту за різними вченими та сформувати портрет сучасного менеджера готельно-туристичного господарства.

Завдання до практичної роботи (робота в групах):

Портрет українського менеджера готельно-ресторанного бізнесу

Використовуючи матеріали Інтернет-мережі, охарактеризуйте портрет сучасного українського менеджера сфери індустрії гостинності за такими характеристиками:

- середній вік, стать;
- кар'єрне зростання;
- стаж роботи;
- освіта;
- ділові якості менеджера;
- особистісні якості (soft skills);
- упровадження сучасних інноваційних методів в управління;
- соціальна орієнтованість менеджера;
- упровадження інновацій у сфері маркетингу.

? Запитання для обговорення

1. Якими додатковими якостями повинен володіти сучасний фахівець готельно-ресторанного господарства, аби бути на «висоті»?

2. Які особливі якості необхідні фахівцям галузі готельно-ресторанного господарства в країні (за вибором студента)?

Рекомендації до виконання: для формування портрета сучасного українського менеджера ГРБ варто проаналізувати біографії провідних менеджерів вітчизняних компаній індустрії гостинності.

Практична робота 2

Тема. Бізнес планування сучасного готельно-ресторанного підприємства.

Мета. Навчитися самостіно скласти бізнес-план з усіма його розділами готельно-ресторанного підприємства.

Завдання до практичної роботи

1. Аналізуючи зовнішнє та внутрішнє середовище діяльності впливу на готельно-ресторанний бізнес, виберіть одне конкурентоспроможне підприємство певного регіону та коротко дайте його характеристику.

2. За результатами досліджень складіть короткий бізнес-план відповідно до його розділів.

Поради для створення бізнес-плану:

Перед початком складання бізнес-плану потрібно проаналізувати ситуацію на ринку в цілому. Зокрема, зберіть максимум інформації про конкурентів та їхні продукти.

Чітко визначте свій продукт, особливо його переваги та недоліки в порівнянні з конкурентами.

Продумайте маркетингову стратегію – визначте свою цільову аудиторію (люди, які купуватимуть Ваші товари), де Ви продаватимете свій товар, як будете залучати та утримувати клієнтів тощо.

Обміркуйте виробничий процес. Яке приміщення Вам потрібно, яке обладнання, скільки робітників? Якщо Ви не виробляєте товари власноруч, цей пункт можна пропустити.

Дізнайтеся про досвід роботи підприємств, подібних на Ваше. Особливо зверніть увагу на ті компанії, які не змогли досягти успіху. Вигідніше ж вчитися на помилках інших, аніж робити власні. Згодні?

Прорахуйте всі ризики та запропонуйте шляхи їх усунення. Так Ви зменшите вірогідність провалу власної справи.

Визначте чіткі цілі та дедлайни, продумайте усі можливі шляхи їх досягнення.

Розділи бізнес-плану:

1. *Вступ* – де надається загальна характеристика майбутньої діяльності, бізнесу. Визначення цілей, мети, виду діяльності (чим займається ваше підприємство та чого плануєте досягнути).

2. *Продукція підприємства*. Характеристика продукції (товару чи послуги) – основні параметри, технічні характеристики, відмінності від інших видів продуктів чи послуг; вартість та обсяг виробництва, аналіз ситуації у сфері обраної діяльності.

3. Оцінка ринків збуту та конкуренція: аналіз і оцінка клієнтів, конкурентів, ринку в цілому; аналогічні товари та послуги на ринку; умови розвитку ринку та обсяг продажів; аналіз і характеристика продукції конкурентів; рівень цін на ринку та ціни продукції конкурентів; маркетинг – стратегія конкурентів тощо.

4. *Маркетинг план*: аналіз каналів збуту продукції, сегментація ринку, аналіз клієнтської бази та їх характеристика. Аналіз і оцінка маркетинг-методів конкурентів, стимулювання продажів, оцінка лояльності клієнтів, формування громадської думки про товари та інше.

5. *План виробництва*: характеристика потужностей підприємства; характеристика й оцінка виробничого процесу та його результатів; канали отримання сировини й обслуговування виробничих потужностей; технологія виробництва та перспективи розширення.

6. *Організаційний план*: аналіз підприємств аналогів і побудова відповідної організаційної структури підприємства; організаційна структура управління, поділ обов'язків, делегування повноважень; персонал підприємства, стимулювання та мотивація персоналу; дані про партнерів, суміжників, посередників, пайовиків, акціонерів, їхню відповідальність за результати діяльності.

9. *Фінансовий план і оцінка ризиків*: очікуваний прогноз доходу, прибутку; фінансові джерела та використання коштів; витрати та форс-мажори.

Практична робота 3

Тема. Визначення організаційної структури управління підприємств готельно-ресторанної галузі.

Мета. Навчитися аналізувати організаційну структуру управління готельно-ресторанного закладу регіону (за вибором студента), а також дати рекомендації щодо її вдосконалення.

Завдання до практичної роботи

Завдання 1. Дайте характеристику та сплануйте організаційну структуру, за наведеними даними:

- Хостел: кількість заступників директора – 1, кількість виробничих підрозділів – 4, кількість функціональних служб – 2, кількість видів послуг – 7, кількість груп споживачів – 4.

- велике промислове підприємство, яке обслуговує готельну мережу; кількість заступників директора – 8, кількість виробничих підрозділів – 10, кількість функціональних служб – 6, кількість видів продукції, яку виготовляє підприємство, – 6, кількість груп споживачів – 5.

- торгово-посередницьке підприємство, яке співпрацює зі сферою ресторанного господарства; кількість заступників директора – 3, кількість виробничих підрозділів – 4, кількість функціональних служб – 3, кількість видів послуг, які надає підприємство, – 4, кількість груп споживачів – 5.

- готельно-ресторанний комплекс: кількість заступників директора – 4, кількість виробничих підрозділів – 7, кількість функціональних служб – 4, кількість послуг, які надаються підприємством – 10, кількість груп споживачів – 5.

Запропонуйте свій варіант удосконалення організаційної структури управління.

Завдання 2. Проаналізуйте організаційну структуру управління готельного комплексу регіону (за вибором). Дайте рекомендації з її удосконалення. Зробіть порівняльну характеристику організаційної структури управління обраного підприємства та конкурентів. Роботу подати у вигляді презентації.

Практична робота 4

Тема. Суть і класифікація готельно-ресторанних послуг.

Мета. Ознайомитися із основними та додатковими послугами готельно-ресторанного підприємства.

Завдання до практичної роботи: охарактеризувати основні й додаткові послуги основних готельних підприємств області України (за вибором студента) та зробити їх порівняльну характеристику (за даними табл. 3.1). Зробити висновки про рівень розвиненості послуг і подати пропозиції щодо розширення асортименту послуг.

Таблиця 3.1

Характеристика послуг готелю (готельного комплексу)

Послуга	Наявність послуги	Тариф за послугу	Примітки
Безкоштовні послуги		-	
Виклик швидкої допомоги або лікаря		-	
Пробудження у визначений термін		-	
Доставка в номер кореспонденції		-	
Надання посуду та столових приборів		-	
Надання місця для автостоянки		-	
Замовлення таксі		-	
Послуги банкомату тощо		-	
Платні послуги			
Транспортне обслуговування			
Перукарські послуги			

Послуга	Наявність послуги	Тариф за послугу	Примітки
Послуги пральні			
Послуги хімчистки			
Користування факсом, ксероксом, комп'ютером			
Відвідування сауни			
Відвідування басейну			
Заняття у спортивному залі			
Екскурсійне обслуговування			
Замовлення квитків тощо			



Ситуативне завдання

Споживач готельних послуг проживав у готелі з 09.05.2022 (19.00) по 13.05.2022 (12.00). Вартість проживання в номері за добу складає 2800 грн. Користувався послугами пральні, вартість якої – 200 грн. Під час його проживання у номері була відсутня гаряча вода (знижка 20% від вартості номера). Бронювання номера за промокодом – 20%. Визначте, скільки діб проживав гість та яка має бути остаточна сума у чекові.

Практична робота 5

Тема. Процес прийняття та реалізації управлінських рішень.

Мета. Опрацювавши теоретичний матеріал, навчитимся прийняти правильні управлінські рішення у різних ситуаціях.



Ситуативне завдання

Керівник відділу маркетингу готелю «Георг парк», який ретельно відстежує й аналізує рівень використання робочого часу працівниками рецепції, почав помічати, що найліпший працівник – адміністратор, систематично запізнюється на роботу на 30 хв.

(приходить о 8:30, хоча за правилами готель «Георг парк», мав би бути на роботі вже о 8:00). Він як працівник дуже важливий для готельного підприємства; має суттєвий досвід спілкування, на високому рівні володіє трьома іноземними мовами і завжди вміє виходити зі складних ситуацій та погашати вдало конфлікти з незадоволеними клієнтами. Його часті запізнення керівник для себе пояснював складністю дістатися до готелю, невідкладними домашніми справами, які вибивали його з графіка та ін.). Щоб підкреслити особливу важливість цього працівника для готелю, керівник офіційно встановив для нього графік роботи – з 8:30. Це викликало певне обурення в інших працівників готелю. Також це не вплинуло на трудову дисципліну даного спеціаліста. Тепер працівник регулярно став приходити на роботу о 8:40.

Робота у групі з 3 осіб (підготувати доповідь про розв’язання ситуації):

1. Прокоментуйте правильність рішення керівника щодо зміни графіка роботи спеціаліста рецепції.

2. Які б заходи вжили Ви у подібній ситуації, будучи на місці керівника?

3. Які існують методи стимулювання персоналу для уникнення запізнень?

Практична робота 6

Тема. Комунікації у менеджменті. Значення комунікацій для розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

Мета. Проаналізувати стилі управління в менеджменті. Навчитися правильно будувати комунікаційний процес з підлеглими в компанії.



Ситуативне завдання

Комунікації та її вплив на ефективність роботи персоналу підприємства

Анатолій Попадюк власник і президент готельного комплексу «Блу резорт». Комплекс має мережу готелів у 5 містах Укра-

їни. Мережа заснована у 2015 р. Президент А. Попадюк часто посміювався зі своїх колег – керівників інших готельних мереж, які робили помилки у стандартних ситуаціях. Анатолій же знав, що і як треба робити. Він був задоволений з того, що вміє «тримати руку на пульсі» всіх деталей розвитку, реклами та керівництва мережі.

А. Попадюк запровадив відповідний порядок комунікацій зі своїми працівниками: топ-менеджери усієї готельної сітки зустрічаються з ним кожні два тижні (офлан або онлайн). Між цими зустріччями 2-3 дні кожного тижня Анатолій відвідує один зі своїх готелів мережі.

Останні півроку його увага була привернута до того, що рівень обігу його однакових за площею готелів відрізняється на 15% і більше. Кілька місяців А. Попадюк вивчав роботу менеджерів цих мереж, проте жодних порушень у їхній роботі не виявив. Тоді він вирішив відшукати відповідь у спеціальній літературі з менеджменту команд. Розглядаючи роботу команди однієї з компаній, Анатолій знайшов аналогічний випадок. Цю різницю пов'язували зі здатністю менеджерів стимулювати та мотивувати свій персонал

А. Попадюк почав цікавитись, наскільки його працівники вмотивовані до роботи і як вони спілкуються між собою. Президент для себе відзначив, що на засіданнях, які він проводить, усі менеджери і спеціалісти слухають його дуже уважно. Проте їх висновки свідчили, що вони його просто уважно слухають, але не чують і не роблять висновків для себе. Детальніше вивчаючи цю проблему, Анатолій з'ясував, що його вказівки не виконували точно. Під час чергового відвідування мереж президент виявив незадоволення працівників і деяких менеджерів. Вони не заперечували, що в мережі продажі послуг організовані правильно, однак були переконані, що вони могли б цю справу робити краще, якби мали змогу спілкуватися з президентом безпосередньо. Близьче познайомившись з роботою колективів, А. Попадюк виявив, що багато його працівників виконують свою роботу скуто, без ентузіазму та новаторства. Крім того, його дуже зацікавило те, чому деякі його найліпші працівники звільнились і пішли на роботу до конкурентів.

Розмірковуючи над цими проблемами, А. Попадюк дійшов висновку, що треба налагоджувати тісніші контакти між працівниками, для чого потрібно розробити та впровадити відповідні заходи. Оскільки цю проблему самотужки розв'язати важко, було введено посаду спеціального помічника, який мав займатися проблемами комунікацій. На цю роботу він запросив Марину Кузьмук, яка отримала університетський диплом бакалавра з менеджменту туристичної індустрії.

Завдання для обговорення

1. Проаналізуйте, який стиль управління використовує А. Попадюк і як це впливало на розв'язання проблем міжособових і організаційних комунікацій у компанії.

2. Які форми комунікацій із підлеглими переважно застосовував А. Попадюк?

3. Які комунікативні бар'єри є в організації? Які заходи потрібні для їх усунення?

4. Які несловесні форми комунікацій використовував А. Попадюк? Чи були вони ефективними?

5. Як вирішення питань комунікацій у даній ситуації пов'язано з розв'язанням проблем мотивації? Обґрунтуйте систему заходів, яку повинна запропонувати Марина для розв'язання проблеми комунікацій та підвищення продуктивності роботи персоналу.

Практична робота 7

Тема. Конфлікти в організації: причини, способи вирішення та уникнення.

Мета. Навчитися налагодити дружні відносини в колективі, розвивати стресостійкість у конфліктних ситуаціях.



Ситуативне завдання 1

Ваш безпосередній керівник, не довівши Вам до відома, дає термінове завдання Вашому підлеглому, який уже зайнятий виконанням іншого відповідального завдання. Ви і Ваш керівник

вважаєте свої завдання невідкладними. Оберіть оптимальний на Ваш погляд варіант вирішення проблеми.

А. Буду суворо дотримуватись посадової субординації, запропоную підлеглому відкласти виконання мого завдання.

Б. Усе залежить від того, наскільки для мене високий авторитет керівника.

В. Висловлю підлеглому свою незгоду з діями керівника, попереджу його, що в майбутньому в подібних випадках буду скасовувати завдання, доручені йому без узгодження зі мною.

Г. В інтересах справи запропоную підлеглому виконати розпочату роботу.



Ситуативне завдання 2

У найбільш напружений період завершення виробничого завдання в бригаді мало місце порушення трудової дисципліни, в результаті чого був допущений брак. Бригадиру невідомо, хто в цьому винен, але виявити і покарати порушника необхідно. Як би Ви повелися на місці бригадира? Виберіть прийнятний для Вас варіант розв'язання проблеми.

А. Відкладу з'ясування причин непорозуміння до завершення виробничого завдання.

Б. Тих, хто могли бути порушниками, викличу до себе, суворо поговорю з кожним і запропоную назвати винного.

В. Повідомлю про випадок тих робітників, яким найбільш довіряю, запропоную їм виявити конкретних винуватців і доповісти.

Г. Після зміни проведу збори бригади, публічно зажадаю виявлення винуватців і їх покарання.



Ситуативне завдання 2

Споживач готельних послуг звернувся до рецепції з проханням скористатися послугами хімчистки. Річ йому було повернено з плямою. Опишіть Ваші дії, як менеджера (керівника) у розв'язанні цієї ситуації.

Практична робота 8

Тема. Лідерство, команда та згуртованість у менеджменті.

Мета. Після прослуховування тренінгу «Командна робота і лідерство у сфері готельно-ресторанного бізнесу» навчитися самостійно створювати команду своєї мрії та працювати з нею для досягнення спільної мети.

Тренінг «Командна робота та лідерство у сфері готельно-ресторанного бізнесу»

Ознаки лідерства:

1. Ви створюєте відчуття значимості роботи

«Опитування (2021р, співробітників 25 найліпших компаній світу показало, що працівники усвідомлювали цінність власної праці, її значимість. Це відчуття і є найліпшою мотивацією. Задоволення від робочого процесу не лише підживлює бізнес-результати, але й знижує стрес і вірогідність вигорання.

2. Ви даєте іншим людям можливість «сяяти»

Деяким лідерам необхідно бути в центрі уваги, щоби задовольняти власне его. Та найвидатнішим керівникам не потрібна слава і загальне визнання, вони й без цього знають собі ціну. Такі лідери визнають досягнення інших людей, дозволяють їм «сяяти», віддають належне за успіхи у роботі, підвищуючи таким чином упевненість підлеглих у своїх силах і формуючи довіру.

3. Ви керуєте «серцем»

Коли лідери керуються принципами чесності, відвертості та співпереживання, вони легко завойовують довіру всіх членів команди. Так, їм так само доводиться бути суворими і вимогливими відносно результатів, але підлеглі почуваються комфортно й упевнено за їхньої присутності.

4. Ви зважаєте на потреби інших

Природжені лідери точно знають, що необхідно для того, щоб цінні співробітники залишалися зацікавленими і вмотивованими. Вони ставлять самим собі запитання:

– Чи розуміють мої підлеглі, чого саме від їхньої роботи я очікую? – Чи мають мої співробітники можливість робити щодня те, що виходить у них найліпше? – Чи отримують мої найліпші працівники вдячність, визнання чи бонуси за ретельність і ре-

зультативність? – Чи спонукаю я співробітників до особистісного і професійного зростання та розвитку?

5. Ви регулярно даєте й отримуєте зворотній зв'язок

Кілька років тому в одному з інтерв'ю Ілон Маск кинув одну зі своїх найудаліших фраз, що стосуються самовдосконалення. «Я думаю, що вкрай важливо мати цикл зворотного зв'язку, в якому ви постійно думаете про те, що зробили, і як могли б зробити це краще». Це, мабуть, наймудріша порада – постійно питати себе, як ми можемо поліпшити те, що робимо. Цикл зворотного зв'язку – це незаперечна частина саморозвитку кожного лідера. У колективах, яким ви довіряєте, негативні відгуки та критика допоможуть лідеру та членам команди вчитися нового. Менеджери завойовують серця підлеглих завдяки тому, що вони відкриті й діляться планами з підлеглими, комунікують важливі речі та впроваджують культуру зворотного зв'язку.

6. Ви делегуєте свої повноваження

Замість того, щоб використовувати службове становище задля особистого зиску, самореклами або отримання особливих привілеїв, природжені лідери призначають співробітників на керівні посади, щоб розвинути їхні сильні сторони. Так вони й отримують реальну владу. Співробітники стають лояльнішими і докладають більше зусиль. Це стає можливим завдяки тому, що вони розуміють, що працюють на лідера, який зацікавлений у їхньому зростанні й успіху. І ця ситуація виграшна для всіх сторін-учасників: для самого лідера, підлеглих і компанії» [1].

Практична робота 9

Тема. Управління трудовим колективом підприємств ГРБ.

Мета. Навчитися самостійно скласти вимоги до кандтдата на посаду (за вибором) в готельно-ресторанне підприємство а також скласти посадову інструкцію на обрану посаду.



Ситуативне завдання 1

Ви – керівник готельно-ресторанного комплексу. На У закладі звільнилося місце начальника відділу роботи з персоналом. Ваші дії:

- Призначите на цю посаду особу, яка Вам симпатизує;
 - Проведете анкетування на підприємстві;
 - Попросите друзів, колег знайти Вам потрібну особу;
 - Будете шукати кандидата на відповідну посаду за оголошеннями у ЗМІ;
 - Призначите на цю посаду особу цього ж відділу, яка, на Вашу думку, відповідає вимогам і заслуговує на підвищення;
 - Звернетесь на біржу праці.
- Відповідь обґрунтуйте.



Ситуативне завдання 2

На основі завдання *Ситуативної задачі 1* самостійно розробити посадову інструкцію старшого офіціанта.



Ситуативне завдання 3

Ви – менеджер з персоналу ресторану «Шо-шо». Оформіть наказ про прийняття Ящука В.О. на посаду адміністратора Вашого підприємства та поясніть процедуру внесення цього наказу до журналу реєстрації наказів. Укажіть якості, за якими ви прийняли Ящука В.О. на роботу



Термінологічний словник

ISO – Міжнародна організація зі стандартизації (International Organization for Standardization).

Конкурентоспроможність підприємства – це система економічних категорій, елементами якої є конкурентоспроможність продукції та фінансова конкурентоспроможність. Це економічна категорія, за допомогою якої виявляється перевага даного виробника за рівнем задоволення споживачів продукцією з урахуванням ефективності фінансово-господарської діяльності.

Контроль – процес забезпечення досягнення цілей організації шляхом постійного спостереження за її діяльністю та усунення відхилень, які при цьому виникають.

Корпоративна культура – сукупність правил, звичаїв у галузі корпоративного управління, яка не отримала нормативного закріплення в законодавстві та базується на загальному культурному рівні суспільства, нормах моралі, діловій практиці тощо.

Менеджер – людина, яка займає постійну керівну посаду, наділена повноваженнями і приймає в їх межах рішення за певними видами діяльності організації.

Менеджмент – поняття, яке використовується переважно для характеристики процесів управління господарськими організаціями (підприємствами).

Менеджмент якості (quality management) – загальне керівництво якістю – аспект керівництва підприємством у цілому, що здійснюється вищим керівництвом, яке забезпечує ресурсами, у тому числі – людськими, організовує роботу щодо якості, взаємодіє із зовнішнім середовищем, визначає політику та плани у сфері якості та приймає стратегічні й важливі оперативні рішення з якості.

Мета – кінцевий стан, якого організація прагне досягти в певний момент у майбутньому.

Місія організації – уявлення про призначення організації з погляду самої організації.

Організаційна структура – абстрактна категорія, що характеризується трьома організаційними параметрами: 1) ступенем складності; 2) ступенем формалізації; 3) ступенем централізації.

Організація – функція управління, в межах якої здійснюється поділ робіт між окремими працівниками та їх групами й узгодження їх діяльності.

Організація – група людей різної чисельності й кваліфікації, діяльність яких координується для досягнення однієї або кількох цілей

Повноваження лінійні – повноваження, які передаються від начальника безпосередньо його підлеглому і далі іншим підлеглим.

Повноваження функціональні – повноваження, що дозволяють особі, якій вони передаються, в межах її компетенції пропонувати або забороняти певні дії підлеглим лінійних керівників.

Повноваження штабні – повноваження, які передаються особам, котрі здійснюють консультативні, обслуговуючі функції щодо лінійних керівників.

Послуга – результат діяльності, матеріальний чи нематеріальний продукт, який виробник надає споживачу відповідно до встановлених вимог до властивостей цього продукту або результату. Поняття послуги може трактуватися і як специфічна форма праці, і як результат праці.

Принципи управління підприємством (*принципи* – керуючі правила) – визначають вимоги до системи структури й організації процесу управління.

Продуктивність – здатність організації забезпечувати кількість і якість продукту відповідно до вимог зовнішнього середовища.

Результативність управління – цільова спрямованість системи управління організацією на створення потрібних, корисних речей, здатних задовольняти певні потреби, забезпечити досягнення кінцевих результатів, адекватних поставленим цілям.

Споживачі послуг – фізичні та юридичні особи, що купують і споживають послуги, пропонувані підприємствами готельно-ресторанного бізнесу.

Стиль керування – манера поведінки керівника щодо підлеглих, через яку здійснюється вплив на працівників організації.

Стратегічні плани – плани, які визначають головні цілі організації, стратегію придбання та використання ресурсів для досягнення цих цілей.

Стратегія – генеральна довгострокова програма дій та порядок розподілу пріоритетів і ресурсів організації для досягнення її цілей.

Структура організації – це сукупність елементів і взаємозв'язків між ними, що дає змогу найефективніше перетворювати вхідні ресурси в завершальний продукт і досягати поставлених цілей.

СУЯОК – забезпечення комфортного проживання клієнта через своєчасне та якісне прибирання приміщень, обслуговування у номерах, створення умов для ефективної роботи, відпочинку та розваг, пристосування асортименту додаткових послуг

до запитів і вимог клієнтів, використання професійного персоналу.

Управління якістю (quality control) – діяльність оперативного характеру, що здійснюється керівництвом і персоналом підприємства, які впливають на процес створення продукції (послуг) з метою забезпечення її якості шляхом виконання функцій планування та контролю якості, комунікації (інформації), розробки та впровадження заходів і прийняття рішень щодо якості.

Функція контролю – активна діяльність менеджера в управлінні.

Функція мотивації – процес спонукання учасників виробничого процесу до діяльності для досягнення особистих цілей і цілей підприємства в цілому.

Функція планування – проявляється у вирішенні двох питань: чітке визначення цілей діяльності організації та конкретних дій працівників організації на шляху їх досягнення.

Функція управління «організація» – встановлення постійних і тимчасових взаємовідносин між підрозділами підприємства готельно-ресторанного бізнесу, визначення порядку та умов його діяльності.



Тести

1. Система, що містить елементи, які забезпечують процес управління організацією, називається:

- а) керованою;
- б) керуючою;
- в) регулюючою;
- г) функціональною.

2. До факторів прямої дії, які впливають на підприємство готельно-ресторанних послуг, відносять:

- а) технологічний, економічний, політичний;
- б) природний, економічний, соціальний;
- в) конкуренти, споживачі, постачальники;
- г) держава, постачальники, технополіти.

3. Організація процесу виробництва послуг – це:

а) функція менеджменту, яка передбачає комплекс управлінських дій, спрямованих на реалізацію планів і цілей підприємства готельно-ресторанного бізнесу;

б) дії учасників виробничого процесу, необхідні для виконання тієї чи іншої роботи, а також об'єднання їх зусиль для її виконання;

в) складова менеджменту, яка стосується формальних внутрішніх взаємовідносин між працівниками підприємства;

г) виробничий процес надання послуг.

4. Управлінська діяльність на підприємствах готельного бізнесу визначається адміністративністю управлінської праці, що полягає у:

а) цілеспрямованому впливі керівництва підприємств на діяльність підлеглих з метою виконання ними поставлених завдань;

б) забезпеченні ефективної роботи з надання послуг;

в) виконання операцій, необхідних для інформаційного забезпечення процесу управління;

г) визначення завдань, аналіз ситуацій, пошук шляхів щодо розв'язання проблем.

5. Принцип прогресивності та перспективності в готельно-му бізнесі передбачає:

а) обрання найраціональнішого варіанта для конкретних умов організаційної діяльності підприємства;

б) найбільш ефективну й економічну організацію технологічних процесів, зниження витрат на одиницю послуг, пропонованих підприємством;

в) що у будь-яких горизонтальних і вертикальних структурах управління організацією виробництва послуг повинна забезпечуватись раціональна автономність структурних підрозділів або окремих керівників;

г) при організації технологічних процесів, укомплектуванні їх обладнанням і засобами праці необхідно враховувати перспективи розвитку підприємства і можливість впровадження прогресивних технологій у виробництво послуг.

6. Менеджмент якості (quality management) – це:

а) сукупність властивостей і характеристик послуг, які дають змогу задовольняти зумовлені або передбачувані потреби

б) загальне керівництво якістю, що здійснюється вищим керівництвом, організовує роботу щодо якості, взаємодіє з зовнішнім середовищем, визначає політику та плани у сфері якості та приймає стратегічні й важливі оперативні рішення з якості;

в) діяльність оперативного характеру, що здійснюється керівництвом і персоналом підприємства, які впливають на процес створення продукції (послуг);

г) якість керівництва й управління (планування, аналіз, контроль).

7. На якісне обслуговування в готелі впливають такі фактори:

а) прогресивна технологія обслуговування. Вона має визначає порядок і способи прибирання громадських приміщень і житлових номерів; реєстрацію і розрахунок з клієнтами тощо;

б) високий професіоналізм і компетентність персоналу, його вміння і готовність чітко, швидко й культурно надати послугу гостю;

в) стан матеріально-технічної бази: зручне планування і якісне облаштування приміщень готелю, оснащення його громадських приміщень і житлових номерів комфортабельними меблями й устаткуванням, повні комплекти високоякісної білизни, сучасне високопродуктивне кухонне обладнання, зручні ліфти та ін.;

г) усі вищеперераховані фактори.

8. У чому суть своєчасності контролю в готельному бізнесі?:

а) усунення відхилень раніше, ніж вони набудуть значного розміру (це система, яка надає необхідну інформацію конкретним фахівцям раніше, ніж розвинеться кризове явище);

б) у виконанні завдань, які стоять перед підприємством (досягнення мети);

в) повинен базуватись на порівнянні витрат і контролі за його досягненнями;

г) контролювати кожний крок підлеглих і накладати стягнення за найменші порушення.

9. Система контролю ступеня задоволення клієнтів передбачає:

- а) аналіз скарг і пропозицій клієнтів, порівняння якості послуг конкурентів з якістю власної пропозиції послуг;
- б) дотримання принципів якості на всіх рівнях у готелі;
- в) аналіз і поліпшення створеної системи управління якістю;
- г) наявність управлінських систем у готелі, що контролюють організацію.

10. Адаптація до зовнішнього середовища підприємств готельно-ресторанного бізнесу означає:

- а) координацію стратегічної діяльності для виявлення сильних і слабких сторін підприємств готельно-ресторанного бізнесу;
- б) дії стратегічного характеру, спрямовані на поліпшення відносин підприємств із зовнішнім середовищем;
- в) розподіл обмежених і рідкісних організаційних ресурсів (неординарні управлінські таланти, технологічний досвід, фонди);
- г) визначення чинників, які сприяють досягненню головної мети шляхом корегування плану

ЛІТЕРАТУРА

1. І. Б. Андренко. Менеджмент готельно-ресторанного господарства. Б. Андренко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків, 2014, 431 с.

2. Нечаюк Л. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Навчальний посібник. Київ. 2003, 348 с.

3. Організація готельно-ресторанної справи : наук.-допом. бібліогр. покажч. [упоряд. О. В. Олабоді, Т. П. Фесун]. Київ, 2021. 213 с.

4. Єремія Г.І., Паламарюк М.Ю. Управління персоналом в системі сучасного менеджменту (на прикладі готелю GROFA, Буковель). Журнал Інфраструктура ринку http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/62_2021/15.pdf

5. Єремія, Г., Цепенда, М. (2022). Аналіз мотиваційної системи менеджменту готельно-ресторанного комплексу «Георг парк». Економіка та суспільство, (36). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-33>

3.3. ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Практична робота 1

Тема. Теоретичні основи екскурсійної справи.

Методичні вказівки до виконання завдань теми:

I етап. Актуалізація опорних знань.

Завдання 1

Запрошуються два студенти для індивідуальної роботи на аркушах паперу. За відповідь можна отримати до 5 балів.

Опишіть шлях становлення поняття «екскурсія» за її цілями, завданнями та формами проведення.

Завдання 2

Студент ставить питання, наведені у завданні для аудиторії. За кожну правильну відповідь студент отримує 1 бал.

1. Слово «екскурсія» з латинської означає...
2. «Екскурсія – прогулянка, вихід на пошук чогось, для збирання трав та ін.» – так казав...
3. Яка повинна бути чисельність екскурсійної групи?
4. Мінімальна тривалість екскурсії...
5. Яка ключова вимога до екскурсії?
6. Основна послуга туристичного продукту –
7. В англomовному середовищі замість слова «екскурсія» набуло поширення словосполучення...
8. Екскурсійна діяльність відбувається зі сторони екскурсовода та...
9. Який компонент є важливою частиною професійної майстерності екскурсовода?
10. Що екскурсовод не може віддавати в «руки аудиторії»?
11. Провідна функція екскурсії –
12. Яка «ненаукова» інформація допускається під час екскурсії?
13. Яка функція має на меті розвиток навичок пізнання, закладає гуманістичні цінності, вчить «бачити прекрасне»?

14. Час, що залишається в розпорядженні людини після робочого дня, –

Підбиття підсумків другого завдання та оцінювання студентів, які працювали індивідуально над першим завданням.

II етап. Групове завдання.

Аудиторія ділиться на 5 груп. Кожній групі дають картку із завданням. За відповідь можна отримати до 3 балів (ураховується швидкість і правильність відповіді).

Завдання 1. Перелічіть загальновизнані ознаки всіх екскурсій.

Завдання 2. Охарактеризуйте специфічні ознаки екскурсій.

Завдання 3. Що таке гіддізм та чим він відрізняється від екскурсії?

Завдання 4. Як визначають поняття «екскурсія» сьогодні?

Завдання 5. Екскурсія як вид діяльності.

Заслуховуємо відповіді груп. Якщо відповідь неповна, заслуховуємо доповнення аудиторії. За доповнення – додається 1 бал.

III етап. Закріплення матеріалу.

Опитування «Вірю – не вірю». Якщо відповідь «не вірю/ні» – її потрібно обґрунтувати. За повну правильну відповідь – 1 бал. За правильну відповідь без обґрунтування – 0,5 бала.

Питання 1. «Екскурсія – відвідування визначних об'єктів, форма і метод набуття знань» – слова В. Даля.

Питання 2. В англomовному середовищі замість слова «екскурсія» набуло поширення словосполучення «тур з гідом», що має такий самий зміст.

Питання 3. Сьогодні екскурсія – це процес пізнання людиною навколишнього світу, який передбачає ознайомлення з об'єктами «наживо».

Питання 4. Екскурсійна діяльність відбувається з трьох сторін.

Питання 5. Спілкування є комунікативною фазою діяльності екскурсовода.

Питання 6. У екскурсії є 5 функцій.

Питання 7. Функція пізнання провідна для екскурсії.

Питання 8. Оцінні судження повинні сприйматися екскурсантами як власні.

Питання 9. Гіддізм розглядається як позитивне явище.

Питання 10. Завдання виховання залежить від складу групи.

Підсумок заняття. Підрахунок балів. Оцінювання студентів.



Тести

1 рівень

1. З самого початку екскурсія була лише прогулянкою, що мала практичні цілі.

а) так;

б) ні.

2. З розвитком поняття «екскурсія» почало залучатись до робочого процесу для підвищення освіченості працівників.

а) так;

б) ні.

3. У 1916 році з'їзд директорів і викладачів Київського навчального округу у своїх резолюціях указав на необхідність залучення до місцевих екскурсій усіх учнів.

а) так;

б) ні.

4. Екскурсія в сучасному розумінні сформувалась після перетворення на обов'язкову форму уроку.

а) так;

б) ні.

5. Екскурсія розглядається як поєднання взаємозалежних і взаємозумовлених дій.

а) так;

б) ні.

6. Слово «екскурсія» походить від латинського «excursio» –
- а) пригода;
 - б) поїздка;
 - в) екскурсія;
 - г) пізнання.
7. В. Даль у своєму словнику у 1882 році тлумачив:
- а) Екскурсія – прогулянка, вихід на пошук чогось, для збирання трав та ін.;
 - б) Екскурсія – туристична послуга, яка забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних та інших потреб туриста або екскурсанта;
 - в) Екскурсія – процес пізнання нової культури та традицій;
 - г) Екскурсія – колективне відвідування музею, пам'ятного місця, виставки, підприємства тощо.
8. У кінці XIX ст. за поняттям «екскурсія» закріплюються такі характеристики:
- а) цілеспрямованість;
 - б) невіддалений характер поїздки;
 - в) короткотривалий характер поїздки;
 - г) усі відповіді правильні.
9. «Екскурсія – поїздка з навчальною або науковою метою» – таке визначення було відображено в словнику за авторством:
- а) Граната;
 - б) Даля;
 - в) Кульчицької;
 - г) Збруча.
10. Після формування поняття «екскурсії» в сучасному розумінні ключовою вимогою до неї стає те, що вона повинна бути:
- а) пізнавальною;
 - б) активною;
 - в) цікавою;
 - г) усі відповіді правильні.
11. Екскурсія є формою ...
- а) прямого спілкування;
 - б) непрямого спілкування;
 - в) лінійного спілкування;
 - г) структурного спілкування.
12. У функції пізнання принцип науковості передбачає:

- а) цікавість матеріалу;
 - б) достовірність матеріалу;
 - в) грамотне оформлення матеріалу;
 - г) чіткість викладення думок.
13. До функцій екскурсії входять:
- а) пізнання, виховання й організація культурного дозвілля;
 - б) пізнання, виховання, організація культурного дозвілля, розширення світогляду та формування інтересів;
 - в) організація культурного дозвілля, покращення власної освіченості, розширення світогляду та формування інтересів;
 - г) усі відповіді правильні.
14. Під дозвіллям розуміють ту частину часу:
- а) яку людина вважає найбільш комфортною для екскурсії;
 - б) яку людина хоче витратити на екскурсію або активний відпочинок;
 - в) яка залишається в розпорядженні людини після виконання всіх робочих і домашніх обов'язків;
 - г) яка залишається в розпорядженні людини після робочого дня.
15. Процес виховання повинен відбуватися ненав'язливо – головне, щоб оцінні судження сприймалися екскурсантами як:
- а) власні;
 - б) приклад емпатичної їм людини;
 - в) приклад зразковості;
 - г) приклад отримання хороших оцінок.

2 рівень

16. Співвіднесіть цілі та форми проведення екскурсії:
- 1. Прикладна в) Прогулянка
 - 2. Навчальна б) Урок поза класним приміщенням
 - 3. Наукова г) Експедиція
 - 4. Культурно-просвітницька та дозвілля а) Бесіда в туристському поході, шляхова екскурсійна інформація, оглядова і тематична екскурсії.
17. Доповніть речення: При прямому спілкуванні не лише здійснюється обмін інформацією, але й ...

18. Дайте розгорнуту відповідь:

Чи може текст екскурсії мати «ненаукову» інформацію і чому?

19. Назвіть загальноновизнані ознаки для всіх екскурсій.

20. Охарактеризуйте, чим у процесі пізнання екскурсовод допомагає екскурсантам.

3 рівень

21. Поясніть таке твердження.

Екскурсійна діяльність відбувається з двох сторін:

- з боку екскурсантів -
- з боку екскурсовода -

22. В яких аспектах розглядається екскурсія у практичній діяльності?

23. У чому полягає принцип популярності екскурсії?

24. Що саме робить екскурсію цікавою? На Вашу думку, який фактор обов'язковий для успішної екскурсії?

25. Співвіднесіть специфічні ознаки кожного виду екскурсій:

1. В автобусних б) обов'язковий вихід для огляду пам'яток;
2. У музейних в) знайомство з матеріалами;
3. У виробничих а) демонстрація об'єктів у дії.

4 рівень

26. Назвіть функції екскурсії. Охарактеризуйте їх.

27. Які ознаки екскурсії Ви знаєте? Дайте їх характеристику.

28. Що таке «комунікативний компонент» і в чому він проявляється?

29. У чому проявляється схема екскурсійного пізнання та як Ви її розумієте?

30. Як змінювалось поняття «екскурсія» з часом? Наведіть приклади.

Практична робота 2

Тема. Класифікація екскурсій

Методичні вказівки до виконання завдань теми:

I етап. Актуалізація опорних знань.

Завдання 1

Запрошуються два студенти для індивідуальної роботи на аркушах паперу. За відповідь можна отримати до 5 балів.

На які групи можна поділити усі екскурсії? Дайте коротку характеристику.

Завдання 2

Студент ставить запитання, наведені у завданні для аудиторії. За кожну правильну відповідь студент отримує 1 бал.

1. За змістом екскурсії поділяються на оглядові і...
 2. На оглядовій екскурсії нерідко передбачається відвідування...
 3. Час, відведений на огляд тієї чи іншої музейної експозиції, не повинен перевищувати...
 4. Як називається музей просто неба?
 5. Найбільша складність в історичній тематиці екскурсії –
 6. Одна з основних тематик природознавчих екскурсій –
 7. Природничі тематики можуть бути зоогеографічними і...
 8. Природознавчі екскурсії, крім пізнання, передбачають...
 9. Літературні екскурсії бувають трьох видів: літературно-біографічні, літературно-історичні та...
 10. Ознайомлення з чим відбувається на виробничих екскурсіях?
 11. На виробничо-економічних екскурсіях відвідуються офісні приміщення й розкриваються такі питання, як...
 12. Для чого існують спеціалізовані виробничі екскурсії?
 13. Ознайомлення з будинками, громадськими спорудами, які мають архітектурну цінність, – це...
 14. Екскурсії церквами і храмами, до монастирів – це...
- Підбиття підсумків другого завдання та оцінювання студентів, які працювали індивідуально над першим завданням.

II етап. Групове завдання.

Аудиторія ділиться на 5 груп. Кожній групі випадково дають картку із завданням. За відповідь можна отримати до 3 балів (враховується швидкість і правильність відповіді).

Питання 1. Охарактеризуйте особливості хронологічних рамок оглядової екскурсії.

Питання 2. Перерахуйте групи тематичних екскурсій.

Питання 3. Опишіть методи розв'язання проблеми унаочнення подій в історичній тематиці.

Питання 4. Опишіть класифікацію тематичних екскурсій відповідно до елементів неживої природи, що являють собою об'єкти пізнання.

Питання 5. Об'єкти показу природознавчих екскурсій часто знаходяться у важкодоступних і навіть небезпечних місцях. Що потрібно взяти до уваги екскурсоводу?

Заслуховуємо відповіді груп. Якщо відповідь неповна, заслуховуємо доповнення аудиторії. За доповнення додається 1 бал.

III етап. Закріплення матеріалу.

Опитування «Вірю – не вірю». Якщо відповідь «не вірю/ні», – її потрібно обґрунтувати. За повну правильну відповідь – 1 бал. За правильну відповідь без обґрунтування – 0,5 балів.

Питання 1. Оглядова екскурсія розкриває кілька тем одразу.

Питання 2. Тематичні екскурсії становлять більший інтерес, ніж оглядові.

Питання 3. Головне завдання оглядової екскурсії – дати загальне уявлення про місто.

Питання 4. Залежно від місця проведення оглядові екскурсії мають різну структуру.

Питання 5. Тематичні екскурсії рідко відбуваються ізольовано.

Питання 6. Етнографічні екскурсії побудовані на показі артефактів, виявлених у місцях розкопок стародавніх поселень, поховань, городищ тощо.

Питання 7. Мистецтвознавчі екскурсії поділяються на 4 групи.

Питання 8. Головною ознакою культово-релігійних екскурсій є те, що на передній план виходить культове значення об'єкта, а не його архітектурна чи історична цінність.

Питання 9. Особливістю відвідин соборів і церков є «дрескод».

Питання 10. На виробничо-економічних екскурсіях передбачається показ технологічного процесу, роботи окремих цехів, ділянок.

Підсумок заняття. Підрахунок балів. Оцінювання студентів.



Тести

1 рівень

1. За змістом екскурсії поділяються на оглядові і тематичні.
 - а) так;
 - б) ні.
2. Хронологічні межі оглядової екскурсії – від часу заснування до сьогодення з обов'язковим «поглядом у майбутнє».
 - а) так;
 - б) ні.
3. Оглядова екскурсія розкриває лише одну тему.
 - а) так;
 - б) ні.
4. Залежно від місця проведення оглядові екскурсії мають різну структуру.
 - а) так;
 - б) ні.
5. Одна з основних тематик природознавчих екскурсій – природоохоронна.
 - а) так;
 - б) ні.
6. На оглядовій екскурсії передбачається відвідування музею ...
 - а) коли у місті надто мала кількість історичних і культурних пам'яток;
 - б) для збільшення таймінгу екскурсії;
 - в) коли зоровий ряд на вулицях міста недостатній або маловиразний;
 - г) усі відповіді правильні.

7. Оберіть правильне твердження, що тематичні екскурсії:
- а) часто існують ізольовано;
 - б) постійно існують ізольовано;
 - в) ніколи не існують ізольовано;
 - г) рідко існують ізольовано;
8. Історичні екскурсії можуть бути:
- а) археологічними й етнографічними;
 - б) військово-історичними та біографічними;
 - в) правильної відповіді нема;
 - г) усі відповіді правильні.
9. Скансен – це музей:
- а) просто неба;
 - б) військової атрибутики;
 - в) присвячений історичній постаті;
 - г) народного мистецтва.
10. Природознавчі екскурсії, крім пізнання, передбачають отримання ...
- а) натхнення;
 - б) естетичної насолоди;
 - в) мотивації до охорони природи;
 - г) усі відповіді правильні.
11. Мистецтвознавчі екскурсії поділяють на:
- а) театральні, кінематографічні, музичні;
 - б) театральні, кінематографічні, образотворчі;
 - в) музичні, історичні, образотворчі;
 - г) правильної відповіді нема.
12. Культово-релігійні екскурсії – це екскурсії:
- а) основною метою яких є духовна апропріація;
 - б) основною метою яких є духовне натхнення;
 - в) церквами і храмами, до монастирів;
 - г) священними для екскурсанта місцями.
13. Особливістю відвідин церков і соборів є:
- а) дрескод;
 - б) обов'язкова молитва;
 - в) наявність у жінок хустинки;
 - г) усі відповіді правильні.
14. Міські екскурсії бувають:
- а) загальними і тематичними;

- б) оглядовими і тематичними;
- в) історичного спрямування і культурними;
- г) пішими та автобусними.

15. Так званий екскурсійний радіус не повинен перевищувати:

- а) 250 км;
- б) 125 км;
- в) 100 км;
- г) 75 км.

2 рівень

16. Назвіть критерії поділу екскурсій на групи.

17. При оглядовій екскурсії не завжди вдається охопити всі пам'ятки, проте до них екскурсанти можуть проявляти інтерес. Що робити в такому випадку?

18. На які групи поділяються тематичні екскурсії?

19. Що таке спеціалізовані виробничі екскурсії та навіщо вони проводяться?

20. Залежно від профілю музею музейні екскурсії поділяють на...

3 рівень:

21. Відповідно до елементів неживої природи, що являють собою об'єкти пізнання, ці природознавчі екскурсії можна поділити на ...

22. З чим пов'язана одна з особливостей природознавчих екскурсій? Як можна з нею впоратись?

23. Дайте визначення таким поняттям: «архітектурні екскурсії», «навчальні екскурсії», «скансен».

24. Як поділяються заміські екскурсії та як їх характеризують?

25. Де часто використовуються навчальні екскурсії? Наведіть приклади їх використання.

4 рівень

26. За якими характеристиками класифікуються екскурсії?

27. Розкрийте класифікацію екскурсій за місцем проведення.

28. Які особливості релігійних екскурсій?
29. Охарактеризуйте екскурсії з використанням аудіо- та відеоматеріалів. Наведіть приклади їх використання.
30. Що таке комбіновані екскурсії та які переваги вони мають?

Практична робота 3

Тема. Технологія підготовки екскурсії.

Методичні вказівки до виконання завдань теми:

I етап. Актуалізація опорних знань.

Завдання 1

Запрошуються два студенти для індивідуальної роботи на аркушах паперу. За відповідь можна отримати до 5 балів.

Дайте визначення поняття «об'єкти екскурсії» та охарактеризуйте їх.

Завдання 2

Студент ставить запитання, наведені у завданні для аудиторії. За кожну правильну відповідь, студент отримує 1 бал.

1. Групі зі скількох осіб доручається підготовка нової екскурсії?
2. На етапі захисту екскурсії потрібно виконати завдання: приймання екскурсії та її...
3. Робота над будь-якою екскурсією починається з...
4. Те, заради чого показуються об'єкти, з якою метою ведеться розповідь –
5. Чим закінчується процес визначення теми?
6. Що потенційний «клієнт» повинен зрозуміти через назву екскурсії?
7. Зоровий матеріал, на основі якого вибудовується розповідь і, отже, розкривається тема, – це...
8. Як поділяють екскурсійні об'єкти за змістом?
9. Як поділяють екскурсійні об'єкти за функціональним призначенням?
10. Найзручніший шлях руху екскурсійної групи від однієї локації до іншої заздалегідь визначеними дорогами, вулицями та іншими транспортними «артеріями», – це

11. Головне завдання маршруту екскурсії –
12. Скільки хвилин допускається при переїзді чи переході між об'єктами однієї підтеми?
13. Що відіграє першочергову роль, якщо розглядати транспортну складову маршруту?
14. Назвіть завершальний етап екскурсії.

Підбиття підсумків другого завдання та оцінювання студентів, що працювали індивідуально над першим завданням.

II етап. Групове завдання.

Аудиторія ділиться на 5 груп. Кожній групі випадково дають картку із завданням. За відповідь можна отримати до 3 балів (враховується швидкість та правильність відповіді).

Завдання 1. Охарактеризуйте етапи підготовки нової екскурсії.

Завдання 2. Цілі екскурсії – назвіть кілька з них.

Завдання 3. Перелічіть ключові критерії оцінювання екскурсійних об'єктів.

Завдання 4. Екскурсійні маршрути, як правило, вибудовуються за хронологічним, тематичним і комплексним тематико-хронологічним принципом. Опишіть їх.

Завдання 5. Які завдання під час розробки маршруту повинен виконати екскурсовод?

Заслуховуємо відповіді груп. Якщо відповідь неповна, заслуховуємо доповнення аудиторії. За доповнення – додається 1 бал.

III етап. Закріплення матеріалу.

Опитування «Вірю – не вірю». Якщо відповідь «не вірю/ні», – її потрібно обґрунтувати. За повну правильну відповідь – 1 бал. За правильну відповідь без обґрунтування – 0,5 балів.

Питання 1. При підготовці екскурсії виділяють 12 найголовніших завдань.

Питання 2. Вибір теми залежить від потенційного попиту або конкретного замовлення та від наявних об'єктів показу.

Питання 3. Назва екскурсії повинна відобразити тематичну спрямованість, прив'язуватися до місцевості чи відвідуваних об'єктів.

Питання 4. Промислові об'єкти, такі як заводи, фабрики, вокзали, можуть бути об'єктами екскурсії.

Питання 5. Оцінка екскурсійних об'єктів проводиться досить рідко та із залученням фахівців.

Питання 6. Картка об'єкта найчастіше робиться на аркуші формату А3.

Питання 7. Маршрут екскурсії може охоплювати пам'ятки однієї групи задля уникнення відчуття плутанини.

Питання 8. Основні екскурсійні об'єкти на маршруті потребують обов'язкових зупинок біля них.

Завдання 9. Одним із головних параметрів маршруту є його загальна протяжність.

Завдання 10. Розробка маршруту закінчується вимірюванням загальної протяжності. Підсумок заняття. Підрахунок балів. Оцінювання студентів.



Тести

1 рівень

1. Процес визначення теми екскурсії закінчується формулюванням її назви.

- а) так;
- б) ні.

2. За функціональним призначенням об'єкти екскурсії поділяються на головні та допоміжні.

- а) так;
- б) ні.

3. Головне завдання при розробці маршруту – логістично грамотно побудувати його, щоб мінімізувати витрати часу та сил екскурсантів.

- а) так;
- б) ні.

4. Одним із головних параметрів маршруту є його протяжність.

- а) так;
 - б) ні.
5. Розробка маршруту закінчується створенням його карто-схеми.
- а) так;
 - б) ні.
6. Створення нової екскурсії за будь-якою тематикою –
- а) комплексний та простий процес;
 - б) багатогранний та багатофункціональний процес;
 - в) складний трудомісткий процес;
 - г) правильної відповіді нема.
7. Підготовка нової екскурсії доручається:
- а) вищому керівництву;
 - б) історикам або фахівцям;
 - в) творчій групі у складі 3-5 осіб;
 - г) творчій групі у складі 6-10 осіб.
8. Мета екскурсії:
- а) виховання любові та пошани до своєї країни чи рідного краю;
 - б) організація культурного дозвілля;
 - в) розширення загального світогляду людини;
 - г) усі відповіді правильні.
9. Досягнути цілей екскурсії можна:
- а) частково за допомогою розкриття теми;
 - б) лише через розкриття теми;
 - в) за допомогою цікавості екскурсорода;
 - г) правильної відповіді немає.
10. Вибір теми екскурсії залежить від:
- а) потенційного попиту;
 - б) конкретного замовлення;
 - в) наявних об'єктів показу;
 - г) усі відповіді правильні.
11. Через назву екскурсії потенційний клієнти повинен зро-зуміти:
- а) де відбувається екскурсія та чому вона присвячена;
 - б) характер та основне завдання екскурсії;
 - в) тип екскурсії (пішохідна, автобусна);
 - г) основні постаті, які фігуруватимуть у екскурсії.

12. За змістом усі екскурсійні об'єкти поділяють на:
- а) однофакторні та багатфакторні;
 - б) однопланові та диференційовані;
 - в) однопланові та багатопланові;
 - г) правильної відповіді нема;
13. Найліпше, якщо процес пізнання триває ...
- а) одну академічну годину;
 - б) 2-4 академічні години;
 - в) 2-4 календарні години;
 - г) 5-7 академічних годин.
14. Об'їзд маршруту – це:
- а) завершальний етап;
 - б) передостанній етап;
 - в) не обов'язковий етап;
 - г) етап, який не має чіткої мети.
15. У картку об'єкта входить:
- а) опис об'єкта;
 - б) історичні події та персоналії, пов'язані з об'єктом;
 - в) джерела відомостей про об'єкт;
 - г) усі відповіді правильні.

2 рівень

16. Назвіть основні етапи підготовки екскурсії та дайте їх коротку характеристику.

17. Питання відбору літератури та різних джерел для студентів досить знайоме. Охарактеризуйте особливості відбору матеріалів для екскурсії.

18. Назвіть і охарактеризуйте об'єкти екскурсії.

19. Коротко опишіть суть хронологічного, тематичного та комплексного тематично-хронологічного принципів екскурсії.

20. Об'їзд маршруту – це етап, який має на меті...

3 рівень

21. Дайте визначення поняттям: «Об'єкти екскурсії», «маршрут екскурсії», «індивідуальний текст».

22. Назвіть усі 9 пунктів, які повинні входити до картки об'єкта.

23. Які завдання повинен виконати екскурсовод під час розробки маршруту?

24. Навіщо потрібні спеціальні картки екскурсоводові і що це таке?

25. З яких етапів складається підготовка нової екскурсії?

4 рівень

26. Які завдання кожного з етапів підготовки екскурсії? Наведіть приклади.

27. Які критерії оцінки екскурсійних об'єктів? Дайте їх характеристику.

28. Що таке «індивідуальний текст» екскурсовода? Опишіть особливості його розробки та його складові.

29. Як належить будувати логічні переходи від однієї теми до іншої? Наведіть приклади.

30. З чого складається попередня робота над екскурсією?

Практична робота 4

Тема. Методика проведення екскурсії.

Заняття за технологією «мозковий штурм».

Методичні вказівки до виконання завдань теми:

I етап. Актуалізація опорних знань.

Завдання 1

Охарактеризуйте загальноприйнятту схему пізнання об'єкта екскурсії (запрошуються два студенти: 1-ий працює на дошці, 2-ий використовує чистий аркуш паперу).

Розминка (*завдання 2-3*) (2 студенти по черзі ставлять описані у бліці запитання для аудиторії).

Завдання 2

Студент ставить запитання, наведені у завданні для аудиторії. За кожну правильну відповідь студент отримує 1 бал.

1. Що передбачає зорове ознайомлення з об'єктами живо, діяльність екскурсовода, спрямована на отримання екскурсантами візуальної інформації під час спостереження об'єкта?

2. Скільки видів показу характерні для автобусної екскурсії?

3. Назвіть прийом, який є початковим шаблоном в ознайом-

ленні з об'єктом, він використовується тоді, коли екскурсанти підійшли до пам'ятки, і триває не більше двох хвилин.

4. Який прийом застосовується при спостереженні з підвищень місцевості, якою пролягає маршрут екскурсії?

5. Який прийом широко використовується в екскурсіях, у яких ведеться показ пам'яток архітектури та інших об'єктів з минулого?

6. Що є варіантом зорової реконструкції, який передбачає відтворення подібного образу об'єкта шляхом монтажу з окремих фрагментів?

7. Який прийом ґрунтується на тому, що екскурсантам пропонується порівняти об'єкт, який знаходиться перед очима, з іншим, розташованим поруч?

Завдання 3

1. Цей прийом застосували під час оглядової екскурсії Чернівцями та відтворили події Буковинського віча.

2. Умовна назва комплексу наочного приладдя, який використовують екскурсанти під час проведення екскурсії.

3. Лише завдяки цьому показ набуває змісту та є основною ланкою процесу пізнання на екскурсії.

4. Залежність від швидкості пересування групи, підпорядкованість показу, об'єктна спрямованість, тематична спрямованість – це все належить до...

5. Містить тільки основні відомості про пам'ятку: назву та призначення, ким і коли була створена, її розміри та ін.

6. Для якого прийому характерні ці рядки: «Будівля Чернівецької міської ратуші зведена у 1847 році під керівництвом окружного інженера Адольфа Маріна й наглядом камерального архітектора Андреаса Микулича»?

7. Наведіть приклади прийому характеристики й охарактеризуйте їх.

II етап. Завдання.

Картки з завданнями роздаються студентам на 5 хв. За час підготовки студентами завдань, решта аудиторії працює з наступним завданням.

Завдання 1. Відомо, що коментар використовується для тлумачення того, що відбувається перед екскурсантами. Обґрунтуйте прийом коментування та наведіть власні приклади коментування, будучи у ролі екскурсовода.

Завдання 2. Які якості екскурсовода відштовхують від нього людей?

Завдання 3. Охарактеризуйте прийом питання-відповідь і наведіть приклади питань, які ставить екскурсовод.

Завдання 4. Який захід проводиться з метою глибшого розкриття теми? Також він робить екскурсію цікавішою, вносить у процес пізнання поживлення, створює ефект «почутого з перших уст».

Завдання 5. Скільки налічується особливих методичних прийомів на екскурсії?

Відповідь студентів на завдання повинна бути обґрунтована, якщо відповідь неповна, заслуховуємо доповнення аудиторії.

III етап. Закріплення матеріалу.

Опитування «вірю-не вірю» з обґрунтуванням відповіді:

Питання 1. Чи згодні Ви з твердженням, що: методика проведення екскурсії спрямована на полегшення засвоєння її змісту і головне її завдання полягає в тому, щоб налагодити комунікацію?

Питання 2. Чи вірите Ви, що показ спрямований на те, щоб допомогти групі побачити об'єкт так, як це потрібно екскурсоводу?

Питання 3. Чи правильне твердження, що усі питання, які ставить екскурсовод, можна розділити на такі види, як: риторичні питання, уточнюючі питання, коректні й некоректні питання?

Питання 4. Чи вірите ви, що існує 10 видів особливих методичних прийомів на екскурсіях?

Питання 5. Портфель екскурсовода розкриває внутрішні зв'язки об'єкта та допомагає з'ясувати причини якоїсь події чи явища?

Питання 6. Чи вірите Ви, що прийом зорового порівняння ґрунтується на тому, що екскурсантам пропонується порівняти

об'єкт, який знаходиться перед очима, з іншим, розташованим поруч?

Питання 7. Чи правильне твердження, що існує три види показу для автобусної екскурсії?

Питання 8. Прийом панорамного показу застосовується при спостереженні з підвищень місцевості, якою пролягає маршрут екскурсії?

Питання 9. Чи вірите Ви, що для сприйняття широкої панорамної картини, що містить чимало об'єктів, необхідно виявити композиційний центр і висотні доміанти, які формують слайд міста?

Питання 10. Чи правильне твердження, що розповідь містить тільки основні відомості про пам'ятку?

Підсумок заняття. Підрахунок балів. Оцінювання студентів.



Тести

1 рівень

1. Чи справді методика проведення екскурсії спрямована на полегшення засвоєння її змісту?

- а) так;
- б) ні.

2. Чи справді головне завдання методики проведення екскурсії полягає в тому, щоб налагодити комунікацію, викликати інтерес, утримати увагу?

- а) так;
- б) ні.

3. Чи правильне твердження, що екскурсійна методика охоплює низку прийомів показу, розповіді та ін.?

- а) так;
- б) ні.

4. Чи справді загальноприйнята схема пізнання об'єкта є одним із головних пунктів у методиці?

- а) так;
- б) ні.

5. Показ об'єкта – це:

- а) обов'язкова система дій екскурсантів;

- б) наявність екскурсійного матеріалу щодо показу;
 - в) система цілеспрямованих дій екскурсовода й екскурсантів, спостереження об'єктів під керівництвом фахівця;
 - г) будь-яка форма дій екскурсовода щодо демонстрації об'єктів.
6. До умов показу належать:
- а) правильно обрані точки показу;
 - б) споглядання;
 - в) одиничні прийоми;
 - г) вказівки екскурсантів.
7. При показі об'єкта екскурсовод користується:
- а) схемою послідовності дій;
 - б) навичками екскурсовода;
 - в) довідкою;
 - г) часом показу.
8. Попередній огляд використовується у той момент, коли екскурсанти:
- а) перебувають на місці розташування пам'ятника;
 - б) перебувають в автобусі;
 - в) вирушають до місця розташування пам'ятника;
 - г) розглядають буклети.
9. Згідно з класифікацією методичних прийомів екскурсії, прийом характеристики – це:
- а) визначення відмітних властивостей та якостей предмета;
 - б) форма викладу матеріалу;
 - в) довідка про історичну подію;
 - г) довідка про зовнішні сторони об'єкта.
10. Виберіть твердження, які характерні для автобусного показу:
- а) під час руху автобуса зі швидкістю 50-60 км/год екскурсовод коментує те, що видно з вікон транспортного засобу. Такий спосіб пізнання на екскурсії отримав назву шляхової інформації;
 - б) спостереження з вікон автобуса під час руху зі значним уповільненням або зупинкою біля об'єктів. Це забезпечує лише поверхневий огляд пам'яток.

- в) на зупинці з виходом екскурсантів з автобуса, у такому випадку відбувається повноцінний показ.
 - г) усі відповіді правильні.
11. Виберіть правильне твердження щодо прийому панорамного показу:
- а) використовується у той момент, коли екскурсанти перебувають у автобусі;
 - б) використовується при спостереженні з підвищень місцевості;
 - в) використовується у той момент, коли екскурсанти вирушають до місця розташування пам'ятника;
 - г) використовується у той момент, коли екскурсанти розглядають буклети.
12. Варіантом зорової реконструкції є прийом:
- а) зорового монтажу;
 - б) локалізації події;
 - в) зорового порівняння;
 - г) показу наочних матеріалів.
13. Використання якого прийому допомагає заповнити прогалини в зоровому ряді ілюстраціями з портфеля екскурсовода?
- а) прийом попереднього показу;
 - б) прийом наочних матеріалів;
 - в) прийом з меморіальною дошкою;
 - г) правильної відповіді немає.
14. Доповніть речення: «Прийом руху біля об'єкта»:
- а) використовується під час огляду архітектурних ансамблів, фортець, природних комплексів та ін.;
 - б) допомагає заповнити прогалини в зоровому ряді ілюстраціями з «портфеля екскурсовода»;
 - в) застосовується при спостереженні з підвищень місцевості, якою пролягає маршрут екскурсії.
 - г) усі відповіді правильні.
15. Загальноприйнята схема пізнання об'єкта складається з:
- а) визначення та довідки;
 - б) опису та характеристики;
 - в) екскурсійного аналізу та порівняння;
 - г) усі відповіді правильні.

2 рівень

16. Продовжіть визначення: «Акцентування на відмінностях необхідне для виявлення ... пам'ятки, її оригінальності й унікальності. Зіставлення за подібністю притаманне для такого прийому, як ...».

17. Продовжіть речення: «Використання прийому показу наочних матеріалів допомагає заповнити прогалини в ... ілюстраціями з ...».

18. У чому полягає завдання «портфеля екскурсовода?»

- а) у показі наочних матеріалів;
- б) у відновленні при показі відсутніх ланок, необхідних для розкриття теми;
- в) в екскурсійному порівнянні;
- г) правильної відповіді немає.

19. Який прийом показу зазвичай застосовують при демонстрації перебудованих чи частково зруйнованих об'єктів?

- а) локалізації подій;
- б) зорової реконструкції;
- в) зорового аналізу;
- г) абстрагування.

20. Який з наведених прийомів не належить до методичних прийомів показу?

- а) локалізація подій;
- б) попередній огляд;
- в) опис;
- г) екскурсійний аналіз.

3 рівень

21. Виберіть правильне твердження щодо особливості розповіді на екскурсії:

- а) підпорядкування розповіді показу;
- б) залежить від швидкості пересування групи;
- в) використовується в розповіді зорових доказів;
- г) усі відповіді правильні.

22. Що передбачає прийом цитування?

- а) використання в розповіді уривків з історичних документів, літературних творів, архівних матеріалів та ін.
- б) використовує уривки з художніх творів одного чи кількох авторів, спогадів, документів.

в) використовується для тлумачення того, що відбувається перед екскурсантами.

г) правильної відповіді немає.

23. Який прийом зазвичай, застосовується при роботі з дитячими групами з метою активного залучення екскурсантів до пізнавального процесу?

а) прийом попереднього огляду;

б) прийом коментування;

в) прийом дослідження і завдання;

г) немає правильної відповіді.

24. Охарактеризуйте загальноприйнятую схему пізнання об'єкта.

25. Який прийом передбачає зорове ознайомлення з об'єктами живою, а діяльність екскурсовода спрямована на отримання екскурсантами візуальної інформації під час спостереження об'єкта?

26. Який прийом застосовує з метою глибшого розкриття теми? Також, він робить екскурсію цікавішою, вносить у процес пізнання позитив, створює ефект «почутого з перших уст».

27. Для якого прийому характерні ці рядки: «Будівля Чернівецької міської ратуші зведена у 1847 році під керівництвом окружного інженера Адольфа Маріна й наглядом камерального архітектора Андреаса Микулича?»

28. Залежність від швидкості пересування групи, підпорядкованість показу, об'єктна спрямованість, тематична спрямованість – це все належить до...

Практична робота 5

Тема. Методична розробка екскурсії.

Заняття за технологією «мозковий штурм».

Методичні вказівки до виконання завдань теми:

I етап. Актуалізація опорних знань.

Завдання 1

Охарактеризуйте всі пункти техніки проведення екскурсії.

(запрошуються два студенти: 1-й працює на дошці, 2-й використовує чистий аркуш паперу).

Завдання 2

1. Що впливає на ефективність проведення екскурсії?
2. Скільки налічується головних пунктів у техніці проведення екскурсії?
3. Заздалегідь визначений чи накреслений шлях (дорога), план проходження, руху.
4. Хто є головною особою в автобусі під час проведення екскурсії?
5. Яка ознака не є обов'язковою для всіх екскурсій?
6. Тут передбачено все: показ об'єктів, розповідь екскурсовода, пересування по маршруту до наступного і рух групи близько спостережуваних об'єктів.
7. Що найважливіше у техніці проведення екскурсій?

Завдання 3

1. Це документ, що визначає, як провести дану екскурсію, як організувати показ об'єктів і розповідь про них, яку методику і техніку ведення належить застосувати, щоб екскурсія пройшла найбільш успішно.
2. Зі скількох розділів складається методична розробка екскурсії?
3. На титульному аркуші зазначаються відомості про туристичну установу, назва теми та вид екскурсії, протяжність маршруту (автобусом і пішки), тривалість у годинах (екскурсійних і супроводу), на який склад групи розрахована екскурсія, ким і коли розроблена.
4. У якому виді оформлюється основна частина методичної розробки?
5. Це місця, де зупиняється група для огляду основних об'єктів. Тут, як правило, розкривається одна чи кілька підтем екскурсії.
6. На яких маршрутах використовують топонім з описом місцевості та GPS?
7. Що зазначається у стовпчику «об'єкти показу?»

II етап. Завдання.

Картки із завданнями роздаються студентам на 5 хв. За час підготовки студентами завдань, решта аудиторії працює з наступним завданням.

Завдання 4. Що вказує на час початку певного етапу екскурсії, який виділяється в методичній розробці окремим рядком?

Завдання 5. Це тривалість даного етапу екскурсії, тобто скільки триватиме перехід групи на маршруті чи зупинка для ознайомлення з об'єктами, розкриття окремого питання та самостійний огляд пам'яток.

Завдання 6. Що перераховується у стовпчику методичної розробки «Основні питання?» Дайте розгорнуту відповідь.

Завдання 7. Що перераховується у стовпчику методичної розробки «Організаційні вказівки?» Дайте розгорнуту відповідь.

Завдання 8. Що перераховується у стовпчику методичної розробки «Методичні вказівки?» Дайте розгорнуту відповідь.

Відповідь студентів на завдання повинна бути обґрунтована, якщо відповідь неповна, заслуховуємо доповнення аудиторії.

III етап. Закріплення матеріалу.

Опитування «вірю – не вірю» з обґрунтуванням відповіді:

Питання 1. Чи вірите Ви, що активна діяльність учасників не є обов'язковою ознакою для всіх екскурсій?

Питання 2. Чи вірите Ви, що головними особами у автобусі під час проведення екскурсії є туристи?

Питання 3. Чи вірите Ви, що хронометраж – це тривалість даного етапу екскурсії?

Питання 4. Чи правильне твердження, що методична розробка екскурсії складається з 10 розділів?

Питання 5. Чи у вимогах до оформлення методичної розробки вказується дата, час і місце проведення екскурсії?

Питання 6. Маршрут вказує на час початку певного етапу екскурсії, що виділяється в методичній розробці окремим рядком?

Питання 7. Зупинка на маршруті – це місця, де зупиняється група для огляду основних об'єктів.

Питання 8. Чи правильно те, що на міських маршрутах використовують топонім з описом місцевості та GPS?

Питання 9. Чи правильно те, що основна частина методичної розробки оформлюється у виді діаграми?

Питання 10. Методична розробка – це документ, що визначає, як провести дану екскурсію, як організувати показ об'єктів і розповідь про них?

Підсумок заняття. Підрахунок балів. Оцінювання студентів.



Тести

1 рівень

1. Екскурсійна методика – це:
 - а) сукупність ознак екскурсії;
 - б) основні і додаткові методи;
 - в) стандартні методи ведення екскурсії;
 - г) сукупність чітких правил і вимог, які стосуються екскурсії.
2. Методичні прийоми, що використовуватимуться в майбутній екскурсії, обирають під час:
 - а) складання маршруту;
 - б) об'їзду маршруту;
 - в) складання контрольного тексту;
 - г) визначення техніки проведення екскурсії.
3. Документом, що встановлює послідовність проведення екскурсії, є:
 - а) посадові інструкції екскурсовода;
 - б) технологічна карта;
 - в) індивідуальний текст;
 - г) контрольний текст.
4. Екскурсовод повинен обов'язково:
 - а) проводити екскурсію, забезпечуючи зміст відповідно до контрольного тексту та технологічної карти екскурсії;
 - б) проводити екскурсію згідно з індивідуальним текстом екскурсії та технологічною картою екскурсії;
 - в) проводити екскурсію згідно з технологічною картою та темою;
 - г) проводити екскурсію згідно з маршрутом.
5. Яку графу не містить методична розробка екскурсії?
 - а) «зупинки»;

- б) «об'єкт показу»;
 - в) «методичні вказівки»;
 - г) «опис об'єкта».
6. Що впливає на ефективність проведення екскурсії?
- а) техніка проведення;
 - б) екскурсовод з досвідом роботи;
 - в) кількість туристів;
 - г) немає правильної відповіді.
7. Скільки налічується головних пунктів у техніці проведення екскурсії?
- а) 25;
 - б) 18;
 - в) 10;
 - г) 15.
8. Маршрут – це:
- а) заздалегідь визначений чи накреслений шлях (дорога), план проходження, руху, когось або чогось;
 - б) це місця, де зупиняється група для огляду основних об'єктів;
 - в) пересування по маршруту до наступного і рух групи поблизу спостережуваних об'єктів.
 - г) усі відповіді правильні.
9. Хто є головною особою в автобусі під час проведення екскурсії?
- а) туристи;
 - б) екскурсовод;
 - в) водій;
 - г) правильної відповіді немає.
10. Яка ознака не обов'язкова для всіх екскурсій?
- а) активна діяльність учасників;
 - б) наявність розробленого маршруту;
 - в) наявність технічного паспорту;
 - г) наявність екскурсовода.
11. Зі скількох розділів складається методична розробка екскурсії?
- а) 3;
 - б) 5;
 - в) 7;
 - г) 10.

12. У якому вигляді оформлюється основна частина методичної розробки?
- а) у письмовому;
 - б) у вигляді діаграми;
 - в) у вигляді таблиці;
 - г) правильної відповіді немає.
13. Що зазначається у стовпчику «об'єкти показу?»
- а) пам'ятки, з якими група ознайомлюється на певній зупинці маршруту;
 - б) маршрут екскурсії;
 - в) тільки історичні пам'ятки;
 - г) усі відповіді правильні.
14. На яких маршрутах використовують топонім з описом місцевості та GPS?
- а) на міських маршрутах;
 - б) на замських маршрутах, насамперед природничих;
 - в) у великих мегаполісах;
 - г) у горах.
15. Що найважливіше у техніці проведення екскурсій?
- а) вдало прокладений маршрут;
 - б) безпека туристів;
 - в) організація туру;
 - г) правильної відповіді немає.
16. Який документ екскурсії носить обов'язковий характер?
- а) картки екскурсійних об'єктів;
 - б) схема транспортного маршруту;
 - в) індивідуальний текст;
 - г) посадові інструкції екскурсовода.
17. Яку назву має комплекс заходів, спрямований на організацію проведення екскурсії та створення сприятливих умов для сприйняття матеріалу?
- а) техніка проведення екскурсії;
 - б) екскурсійна методика;
 - в) екскурсійна діяльність;
 - г) технологія обслуговування.
18. Тут передбачено все: показ об'єктів, розповідь екскурсовода, пересування по маршруту до наступного і рух групи поблизу спостережуваних об'єктів.

- а) дотримання часу проведення екскурсії;
 - б) план маршруту;
 - в) методичні вказівки щодо екскурсії;
 - г) правильної відповіді немає.
19. Що зазначається у розділі організаційні вказівки?
- а) методичні прийоми, які варто використовувати під час показу та розповіді;
 - б) усі моменти, пов'язані з безпекою та порядком пересування на окремих ділянках маршруту, розташуванням групи біля об'єктів та ін.;
 - в) назви основних питань з індивідуального тексту екскурсії;
 - г) додаткові об'єкти, з якими екскурсанти зустрічаються на окремих ділянках.

3 рівень

26. Що вказує на час початку певного етапу екскурсії, який виділяється в методичній розробці окремим рядком?

27. Це тривалість даного етапу екскурсії, тобто скільки триватиме перехід групи на маршруті чи зупинка для ознайомлення з об'єктами, розкриття окремого питання та самостійний огляд пам'яток?

28. Що перераховується у стовпчику методички «Методичні вказівки?»

29. Зупинка на маршруті – це місця, де зупиняється група для огляду основних об'єктів?

30. Дайте визначення слову хронометраж.

Практична робота 6

Тема. Екскурсійний тур і його розробка.

Заняття за технологією «мозковий штурм».

Методичні вказівки до виконання завдань теми:

Гра складається з трьох етапів. Виграє той, хто набирає найбільшу кількість балів.

I етап. Актуалізація опорних знань.

Завдання 1

Коротко охарактеризуйте розробку екскурсійних турів (запрошується два студенти: 1-й працює на дошці, 2-й використовує чистий аркуш паперу).

Завдання 2

1. Це туристична поїздка тривалістю більше одного дня, яка передбачає екскурсійне обслуговування.

2. З чого починається розробка екскурсійного туру?

3. Населений пункт, звідки групу забирають і куди її повертають. Найчастіше це поселення, де туристи проживають чи постійно перебувають.

4. Що таке дестинація?

5. Відвідуються заради ознайомлення з визначними пам'ятками, туристи перебувають тут від кількох годин до одного дня.

6. У цих дестинаціях група зупиняється на кілька днів, тобто тут здійснюється принаймні одна ночівля, тому програма перебування в таких місцях потребує певної інфраструктури.

7. З чого починається розробка маршруту?

Завдання 3

1. Які маршрути передбачають послідовне відвідування дестинацій?

2. Цей маршрут характерний переважно для замських екскурсійних поїздок. Він як «промінчик сонця» розходитьсь від туристичної дестинації та передбачає повернення тією ж дорогою.

3. Шлях пересування, який складається з елементів лінійного, кільцевого або радіального маршрутів у певній комбінації.

4. Чим завершується розробка автобусного маршруту?

5. Щоденний розпорядок усіх заходів, що забезпечує туристичне підприємство та які внесені у вартість поїздки. Вони, насамперед, повинні задовольняти такі базові потреби подорожувачих, як сон та їжа.

6. Скільки годин у програмі повинен тривати нічний час?

7. Які переїзди варто здійснювати у два етапи з проміжною зупинкою на перепочинок, де можна провести екскурсію?

II етап. Завдання.

Картки із завданнями роздаються студентам на 5 хв. За час підготовки студентами завдань решта аудиторії працює з наступним завданням.

Завдання 4. Охарактеризуйте обмеження екскурсійної програми і дайте чітку відповідь.

Завдання 5. Відомо, що програма туру складається у два етапи. Охарактеризуйте ці етапи і дайте розгорнуту відповідь.

Завдання 6. Схематично зобразіть лінійний та кільцевий маршрут.

Завдання 7. Схематично зобразіть комбінований маршрут.

Завдання 8. Схематично зобразіть радіальний маршрут.

Відповідь студентів на завдання повинна бути обґрунтована, якщо відповідь неповна, заслуховуємо доповнення аудиторії.

III етап. Закріплення матеріалу.

Опитування «вірю – не вірю» з обґрунтуванням відповіді:

Питання 1. Екскурсійний тур – це місце призначення, в якому відвідувач проводить не менше однієї доби?

Питання 2. Чи правильно те, що комбінований маршрут передбачає послідовне відвідування DESTИНАЦІЙ?

Питання 3. Дестинація – це туристична поїздка тривалістю більше одного дня, яка передбачає екскурсійне обслуговування?

Питання 4. Чи є правильне твердження, що переїзди тривалістю більше 4-5 годин варто здійснювати у два етапи з проміжною зупинкою на перепочинок?

Питання 5. Радіальний маршрут характерний переважно для замських екскурсійних поїздок?

Питання 6. Місце початку і завершення туру – це населений пункт, звідки групу забирають і куди її повертають?

Питання 7. Забезпечуючи туристів послугами розміщення, потрібно зважати на розрахункову годину, що діє в готельному підприємстві?

Питання 8. Упродовж одного дня доцільно проводити не більше двох екскурсій загальною тривалістю пізнавального процесу до 7-8 годин?

Питання 9. Програма туру складається у два етапи?

Питання 10. Тур – це щоденний розпорядок усіх заходів, що забезпечує туристичне підприємство та які внесені у вартість поїздки?

Підсумок заняття. Підрахунок балів. Оцінювання студентів.



Тести

1 рівень

1. Екскурсія – це
 - а) прогулянка, вихід на пошук чогось, для збирання трав та ін;
 - б) сума знань, які в специфічній формі повідомляються групі людей, і певна система дій з їх передачі
 - в) методично продуманий показ визначних місць, пам'ятників історії і культури, в основі якого аналіз об'єктів, що знаходяться перед очима екскурсантів, а також уміла розповідь про події, пов'язані з ними.
 - г) усі варіанти правильні.
2. До процесу підготовки нової екскурсії не належить:
 - а) визначення теми, постановка мети і завдань екскурсії;
 - б) знайомство екскурсовода з групою;
 - в) вивчення і відбір екскурсійних об'єктів;
 - г) складання маршруту екскурсії.
3. Що таке екскурсійний тур?
 - а) туристична поїздка тривалістю більше одного дня, яка передбачає екскурсійне обслуговування;
 - б) населений пункт, звідки групу забирають і куди її повертають;
 - в) розробка маршруту, яким будуть проходити туристи.
 - г) правильної відповіді немає.
4. З чого розпочинається розробка екскурсійного туру?
 - а) з бронювання готелю;
 - б) з прокладання маршруту;
 - в) з організації поїздки;
 - г) всі відповіді вірні.
5. До техніки ведення екскурсії не входить:
 - а) знайомство екскурсовода з групою та правильна розстановка групи біля об'єкта;

- б) вихід екскурсантів з автобуса і повернення в автобус (інший транспортний засіб);
 - в) дотримання часу, відведеного на екскурсію в цілому і розкриття окремих підтем;
 - г) складання технологічної карти екскурсії.
6. Що відображає назва екскурсії?
- а) розташування, послідовність і співвідношення підтем, основних питань, вступу і заключної частини екскурсії;
 - б) композиційний центр екскурсії, навколо якого будується вся розповідь екскурсії;
 - в) мовне вираження, що в прямій і непрямій формі позначає зміст;
 - г) послідовність і логічність розкриття змісту екскурсії.
7. Що є головною особливістю в екскурсії?
- а) поєднання розповіді показу;
 - б) ясність;
 - в) точність;
 - г) трансформація усного мовлення у зорові образи.
8. Яка мінімальна тривалість проведення екскурсії?
- а) 45 хв.
 - б) 60 хв.
 - в) 90 хв.
 - г) 120 хв.
9. Дестинація як туристичний продукт має такі властивості:
- а) системність;
 - б) комплексність;
 - в) географічна єдність;
 - г) динаміка.
10. Що передбачає екскурсійна дестинація?
- а) вони відвідуються заради ознайомлення з визначними пам'ятками, туристи перебувають тут від кількох годин до одного дня;
 - б) відвідуються для відпочинку і перебувають тут 2 години;
 - в) відвідуються для лікування і перебувають тут від 10 днів.
 - г) немає правильної відповіді.
11. Який маршрут називають промінчиком сонця?
- а) радіальний;
 - б) комбінований;

- в) лінійний;
 - г) кільцевий.
12. Програма – це:
- а) маршрут характерний переважно для замських екскурсійних поїздок;
 - б) шлях пересування, який складається з елементів лінійного, кільцевого або радіального маршрутів у певній комбінації;
 - в) щоденний розпорядок усіх заходів, що забезпечує туристичне підприємство та які внесені у вартість поїздки;
 - г) усі відповіді правильні.
13. Чим характеризується лінійний і кільцевий маршрут?
- а) характерний переважно для замських екскурсійних поїздок;
 - б) передбачає послідовне відвідування destinations;
 - в) характерний для всіх типів маршруту;
 - г) немає правильної відповіді.
14. Чим завершується розробка автобусного маршруту?
- а) узгодженням і затвердженням його паспорта та схеми, розрахунку кілометражу й часу використання авто-транспорту;
 - б) узгодженням між туристом і екскурсоводом;
 - в) узгодженням між екскурсоводом і водієм маршруту;
 - г) усі відповіді правильні.
15. За змістом екскурсії класифікують за такими критеріями:
- а) оглядові і тематичні;
 - б) музейні, виробничі, міські
 - в) навчальні, спеціальні, пробні;
 - г) військово-історичні.

2 рівень

16. Скільки годин повинен тривати нічний час?
- а) не менше 6;
 - б) не менше 8;
 - в) не менше 10;
 - г) правильної відповіді немає.

17. Скільки хвилин потрібно відводити для сніданку, обіду і вечері?

- а) сніданок – 30 хв., обід – 60 хв., вечеря – 45 хв.
- б) сніданок – 60 хв., обід – 60 хв., вечеря – 60 хв.
- в) сніданок – 30 хв., обід – 60 хв., вечеря – 30 хв.
- г) правильної відповіді немає.

18. З чого починається розробка маршруту?

- а) з узгодження з екскурсоводом;
- б) з вибору дестинацій;
- в) з вибору дестинацій із урахуванням шляхів сполучення та часу.
- г) усі відповіді правильні.

19. Населений пункт, звідки групу забирають і куди її повертають. Найчастіше це поселення, де туристи проживають чи постійно перебувають.

- а) місце призначення туристів;
- б) місце початку і завершення туру;
- в) місце перепочинку;
- г) всі відповіді вірні.

3 рівень

20. У цих дестинаціях група зупиняється на кілька днів, тобто тут здійснюється принаймні одна ночівля, тому програма перебування в таких місцях потребує певної інфраструктури.

27. Відомо, що програма туру складається у два етапи. Охарактеризуйте ці етапи і дайте розгорнуту відповідь.

28. Схематично зобразіть лінійний та кільцевий маршрут.

29. Схематично зобразіть комбінований маршрут.

30. Схематично зобразіть радіальний маршрут.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабарицька В. Екскурсознавство і музеєзнавство: навчальний посібник / В. Бабарицька, А. Короткова, О. Малиновська. 2-ге, перероб. і доп. К.: Альтерпрес РА, 2012. 444 с.

2. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. К.: Центр учбової літератури, 2013. 178 с.

3. Любіцева О. О. Методика розробки турів: навчальний посібник / О. О. Любіцева. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Альтерпрес, 2008. 300 с.

4. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України: навчальний посібник / О. О. Любіцева, В. Є. Панкова, Є. В. Стафійчук. К.: Альтерпрес, 2007. 369 с.

5. Мальська М.П. Планування туристичної діяльності: підручник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун; Міністерство Освіти і науки України. К.: Знання, 2010. 310 с.

6. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності / Т. Г. Сокол; за заг. ред. Орлова В. Ф. К.: Грамота, 2006. 264 с.

7. Зінченко В. А. Екскурсологія як туризмологічна наука / В. А. Зінченко // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. 2010. Випуск 8. С. 211-223 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tourlib.net

3.4. УПРАВЛІННЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПРИРОДООХОРОННИХ ТЕРИТОРІЯХ

Вступ

Інтенсивний розвиток процесів індустріалізації та урбанізації, соціоекологічні проблеми, пов'язані з будівництвом та експлуатацією газо- і нафтопроводів, високовольтних ліній електропередач різко посилили антропогенну дію на природне середовище. Взаємодія суспільства і природи призводить до забруднювання і порушення навколишнього середовища, що вимагає раціонального, зваженого підходу до охорони природи та організації рекреації. Туризм є основною складовою одиницею рекреації, під якою розуміється відтворення у вільний час витрачених у процесі життєдіяльності (трудової, навчальної, побутової) розумових, духовних і фізичних сил людини, що здійснюється шляхом загальнооздоровчого, культурно-розважального і пізнавального відпочинку, туризму, санаторно-курортного лікування, мисливства, рибальства, фізичної культури і спорту. Таку соціально-економічну функцію відтворення та відновлення життєвої енергії людини покликаний виконувати, перш за все, рекреаційний ландшафт.

Принцип розвитку туризму – це взаємозв'язок природного комплексу, технічних систем – матеріальної бази й рекреаційної інфраструктури, обслуговуючого персоналу, туристів та органів управління. Однією зі значних складових туристичного ринку є рекреація на природно-заповідних територіях та об'єктах, зокрема національних природних і регіональних ландшафтних парків за умови дотримання природоохоронного режиму, встановленого Законом України «Про природно-заповідний фонд України» та іншими актами чинного законодавства України.

Рекреаційні природно-заповідні території в контексті розвитку туризму виконують компромісну функцію погодження інтересів туристів в активному відпочинку та природного ландшафту в збереженні його цілісності і первинності. Найбільш вдало ця філософська проблема суперечності між збереженням земного природного розмаїття та його рекреаційним використанням для

організованого масового відпочинку і туризму практично реалізується в категоріях національного природного і регіонального ландшафтного парків.

Інтенсивне рекреаційне використання вимагає відповідного інтенсивного управління, тобто чим вища управлінська діяльність, забезпечення висококваліфікованими кадрами туристичної галузі, тим вища якість рекреаційно-туристичної діяльності на територіях природо-заповідного фонду.

Практична робота 1

Тема. Порівняльна характеристика категорій природно-заповідного фонду України та Міжнародного союзу охорони природи.

Мета. Ознайомитись з категоріями природно-заповідних територій та об'єктів України та класифікацією заповідних територій Міжнародного союзу охорони природи.

? Запитання

1. На основі лекційного матеріалу дайте відповіді на запитання:

- Назвіть категорії територій та об'єктів природно-заповідного фонду України;

- Які категорії природно-заповідних територій та об'єктів України, бувають загальнодержавного значення?

- Які категорії природно-заповідних територій та об'єктів України, бувають лише місцевого значення?

2. Які природно-заповідні території ви знаєте?

3. Які функції виконує туризм на природно-заповідних територіях? Розкрийте зміст цих функцій.

☑ Завдання

Завдання 1.

Використовуючи різні інформаційні джерела, заповніть табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Площа заповідних територій

Категорія ПЗФ	Площа, га	% від загальної заповідної площі
Біосферні заповідники		
Природні заповідники		
Національні природні парки		
Регіональні ландшафтні парки		
Заказники		
Пам'ятки природи		
Заповідні урочища		
Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва		
Дендрологічні парки		
Зоологічні парки		
Ботанічні сади		
Разом		

Завдання 2. У вигляді таблиці проведіть порівняння класифікації заповідних територій за МСОП та класифікації природно-заповідного фонду України (табл. 3.3.)

Таблиця 3.3

Класифікації заповідних територій

Класифікація заповідних територій за МСОП				Аналог категорій ПЗФ України
Індекс категорії	назва		Характер управління	
	англійською	українською		

Завдання 3. Нанесіть на контурну карту України (рис. 3.1) існуючі та перспективні транскордонні природоохоронні території.

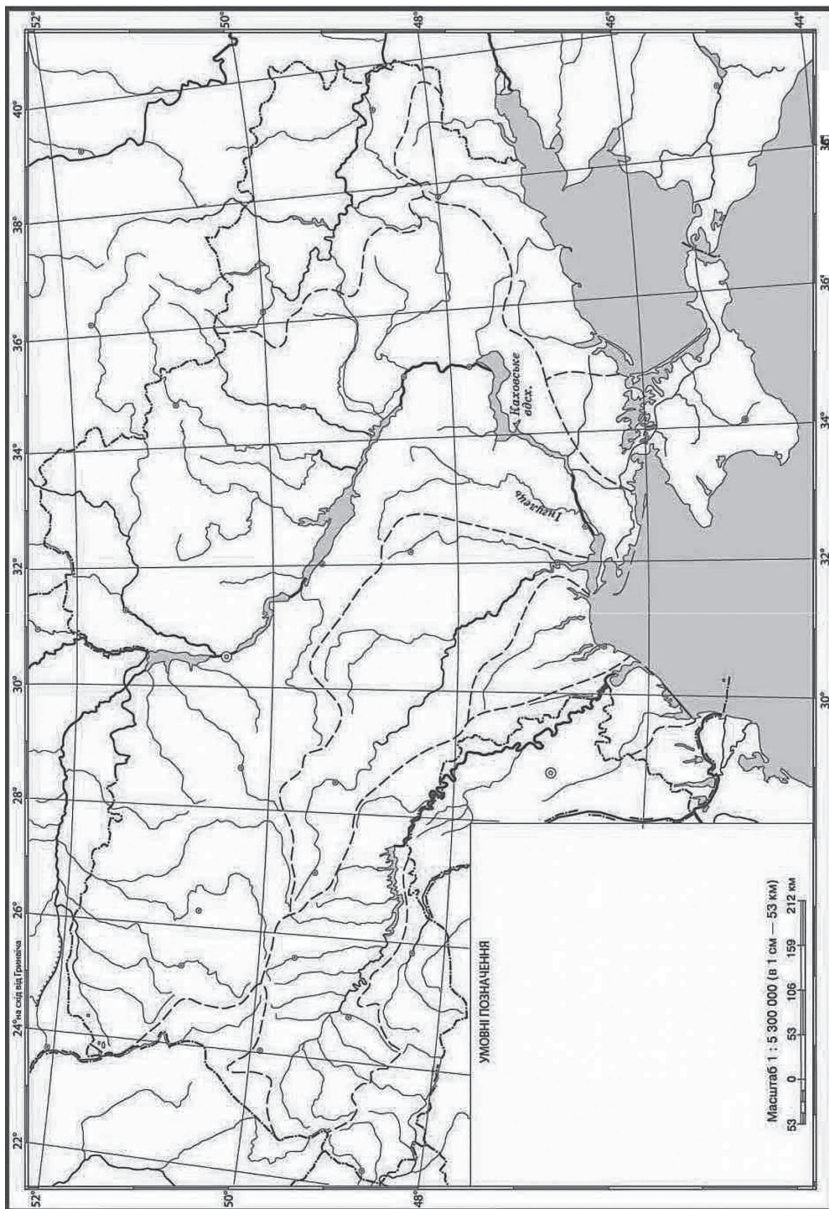


Рис. 3.1. Контурна карта України

Завдання для самостійної роботи

1. Дізнатись, які природно-заповідні території знаходяться у межах міста Чернівці та прилеглий території.
2. Дізнатись, які природно-заповідні території знаходяться у межах вашого населеного пункту та прилеглий території.

Практична робота 2

Тема. Міжнародні природоохоронні конвенції та угоди щодо збереження біотичного та ландшафтного різноманіття.

Мета. Вивчити конвенції та угоди, ратифіковані верховною радою України. Розглянути основні питання базових міжнародних конвенцій, угод та інших правових механізмів щодо збереження біотичного та ландшафтного різноманіття. Сформувати у студентів цілісне уявлення про правові механізми врегулювання міждержавних питань щодо збереження біотичного та ландшафтного різноманіття

? Запитання

1. Який формат конвенцій та угод?
2. Які цілі ставить перед собою Конвенція про біологічне різноманіття (1992 р.)?
3. У чому полягають головні завдання Бернської (1979 р.) конвенції?
4. У чому різниця між Протоколом Монтере та Протоколом Сан-Хосе?
5. Яке відношення до організації заповідної справи в Україні мають Рамкова конвенція ООН про зміну клімату та Віденська конвенція про охорону озонового шару атмосфери?

Завдання

Завдання 1

Заповніть таблицю, використовуючи роздатковий матеріал «Конвенції та угоди»

Таблиця 3.4

Перелік всесвітніх базових міжнародних конвенцій
про збереження біотичного і ландшафтного різноманіття

Назва, місце і рік започаткування конвенції, угоди	Правовий документ щодо участі України	Мета конвенції, угоди
Конвенція про біологічне різноманіття (CBD@ м. Ріо-деЖанейро, Бразилія, 1992 р.)	Закон України про ратифікацію конвенції від 29.11.1994 р.	
Конвенція про міжнародну торгівлю видами дикої фауни і флори, що знаходяться під загрозою зникнення (CITES@ Вашингтон, США, 1973 р.)	Закон України про приєднання до конвенції від 14.05.1999 р.	
Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини (Конвенція про спадщину@ Париж, Франція, 1972 р.)	Указ Президії Верховної Ради УРСР про ратифікацію конвенції від 04.10.1988 р.	
Конвенція про водно-болотні угіддя, що мають міжнародне значення головним чином як середовище існування	Закон України про приєднання до конвенції від 29.10.1996 р.	
Конвенція про збереження мігруючих видів диких тварин (Боннська конвенція@ м.Бонн, ФРН, 1979 р.)	Закон України про приєднання до конвенції від 19.03.1999 р.	
Конвенція про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з	Закон України про ратифікацію конвенції від 06.07.1999 р.	

Назва, місце і рік за- початкування конвенції, угоди	Правовий документ щодо участі України	Мета кон- венції, угоди
питань, що стосуються довкілля (Орхус, Данія, 1998 р.)		
Конвенція про охорону та використання транскордонних водотоків та міжнародних озер (Гельсінкі, 1992р.)	Закон України про ратифікацію конвенції від 19.03.1999 р.	
Конвенція ООН про боротьбу з опустелюванням у тих країнах, що потерпають від серйозної посухи та/або опустелювання, особливо в Африці (м. Париж, Франція, 1994.	Закон України про приєднання до конвенції від 04.07.2002 р.	

Завдання 2

Заповніть табл. 3.5, використовуючи роздатковий матеріал «Конвенції та угоди».

Таблиця 3.5

Перелік всеєвропейських базових міжнародних конвенцій та угод про збереження біологічного та ландшафтного різноманіття

Назва, місце і рік за- початкування кон- венції, угоди	Назва, місце і рік за- початкування конвенції, угоди	Мета кон- венції, угоди
Конвенція про охорону дикої флори і фауни та природних середовищ існування в Європі (Бернська конвенція м. Берн, Швейцарія 1979 р.)	Закон України про приєднання до конвенції від 29.10.1996 р.*	

Європейська ландшафтна конвенція (м. Флоренція, Італія, 2000 р.)		
Угода про збереження афро-євразійських мігруючих водно-болотних птахів (AEWA діє у рамках Боннської конвенції м. Гаага, Нідерланди, 1995 р.)	Закон України про приєднання до конвенції від 04.07.2002 р.	
Угода про збереження кажанів в Європі (EUROBATS діє у рамках Боннської конвенції м. Лондон, Великобританія, 1991 р.)	Закон України про приєднання до конвенції від 14.05.1999 р.	
Всеєвропейська стратегія збереження біологічного та ландшафтного різноманіття (м. Софія, Болгарія, 1995 р.)	Підписано Міністром охорони навколишнього природного середовища України у 1995 р., ратифікація конвенції не потребується, бо в основі Всеєвропейської стратегії лежать існуючі міжнародні конвенції, угоди.	

Завдання 3

Заповніть табл. 3.6, використовуючи роздатковий матеріал «Конвенції та угоди».

Таблиця 3.6

Перелік регіональних базових конвенцій, угод, директив щодо збереження біотичного та ландшафтного різноманіття

Назва, місце і рік започаткування конвенції, угоди	Мета конвенції, угоди
Конвенція про захист Чорного моря від забруднення (Бухарестська конвенція, 1992 р.)	

Назва, місце і рік започаткування конвенції, угоди	Мета конвенції, угоди
Конвенція щодо співробітництва по охороні та сталому використанню ріки Дунай (м. Софія, Болгарія, 1994 р.)	
Рамкова конвенція про охорону та сталий розвиток Карпат (м. Київ, Україна, 2003 р.)	
Угода про збереження китоподібних Чорного моря, Середземного моря та прилеглої акваторії Атлантичного океану (діє у рамках Боннської конвенції м. Монако, 1996 р.)	
Директива Європейського союзу 79/409/ЕЕС про охорону диких птахів (Директива ЄС щодо диких птахів)	
Директива Європейського союзу 92/43/ЕЕС про охорону середовищ існування та дикої фауни і флори (Директива ЄС щодо середовищ існування)	
Директива ЄС № 338/97 від 9 грудня 1996 щодо охорони видів дикої фауни і флори шляхом регулювання торгівлі	
Положення Європейського союзу 2078/92/ЕЕС про агроекологічні правила	
Директива Європейського союзу 2000/60/ЄС, якою встановлюються рамки дій союзу щодо політики у сфері водного господарства	

Завдання для самостійної роботи

1. Підготуйте повідомлення у вигляді мультимедійної презентації про діяльність національних і міжнародних організацій з охорони природи
2. Зберіть інформацію про порушення, які відбуваються на територіях та об'єктах природно-заповідного фонду України

Практична робота 3

Тема. Природно-заповідні території: характеристика та функції.

Мета. Ознайомитись з категоріями природно-заповідних територій та об'єктів України. Розглянути характеристики та функції природно-заповідних територій та об'єктів. Виховувати дбайливе ставлення до територій та об'єктів ПЗФ свого краю.

? Запитання

1. Класифікація природоохоронних територій.
 - 1.1. Природні території та об'єкти.
 - 1.2. Штучно створені об'єкти.
2. Функції заповідних систем різних категорій
 - 2.1. Прямі функції.
 - 2.2. Непрямі функції.

Завдання 1

Використовуючи різні інформаційні джерела, заповніть табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Категорії територій та об'єктів ПЗФ України

Категорії територій і об'єктів ПЗФ	Характеристика
Природні заповідники	
Біосферні заповідники	
Національні природні парки	
Регіональні ландшафтні парки	
Заказники:	
ландшафтні ботанічні	
загальнозоологічні	
орнітологічні	
ентомологічні	
іхтіологічні	

Категорії територій і об'єктів ПЗФ	Характеристика
гідрологічні	
загальногеологічні	
палеонтологічні	
карстово-спелеологічні	
лісові	
Пам'ятки природи:	
комплексні ботанічні	
зоологічні	
гідрологічні геологічні	
Заповідні урочища	
Ботанічні сади	
Дендрологічні парки	
Зоологічні парки	
Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва	

Завдання 2

Використовуючи різні інформаційні джерела, заповніть табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Функції територій та об'єктів ПЗФ України

Функції територій і об'єктів ПЗФ	Характеристика

Завдання 3

Використовуючи реєстр територій та об'єктів природно-заповідного фонду України, нанесіть на контурну карту України (рис 3.1): природні заповідні об'єкти, природні заповідники, біосферні заповідники, транснаціональні біосферні резерва-

ти, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники загальнодержавного значення (по 5 видів кожного), пам'ятки природи загальнодержавного значення (по 5 видів кожної), заповідні урочища (5 об'єктів), штучні заповідні об'єкти, ботанічні сади, дендрологічні парки, зоологічні парки, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення (по 5 об'єктів).

Завдання 4

Використовуючи реєстр територій та об'єктів природно-заповідного фонду своєї області, нанесіть на контурну карту (рис. 3.1.) природні та штучні заповідні об'єкти на території свого району.

Завдання для самостійної роботи

1. Підготуйте повідомлення у вигляді мультимедійної презентації про будь-який природоохоронний об'єкт свого краю.
2. Зберіть інформацію про порушення, які відбуваються на територіях та об'єктах природно-заповідного фонду краю.

Практична робота 4

Тема. Території та об'єкти природно-заповідного фонду як елементи національної екомережі

Мета. Ознайомитись з концептуальними основами створення екомереж. Розглянути функціонально-структурні особливості екомережі та базові критерії їх відбору.

? Запитання

1. Історичні аспекти становлення та розвитку екомереж.
2. Функції та значення екомережі.
3. Мета та принципи створення екомережі.
4. Територіальні рівні створення екомереж.
5. Основні структурні елементи екомережі.
6. Типи екологічних коридорів.
7. Базові критерії відбору ключових територій.

8. Базові критерії відбору сполучних територій.
 9. Складові структурних елементів екомережі України.

Завдання 1.

Дайте характеристику основним елементам національної екологічної мережі та вкажіть до якого екологічного елементу екологічної мережі вони належать. Заповніть табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Основні елементи національної екомережі
загальнодержавного значення

Основні території та об'єкти – складові екомережі	Елемент екомережі
Біосферні заповідники: Карпатський, Розточанський, Східні Карпати; При- родний заповідник Горгани;	
Природні національні парки: Синевір, Карпатський, Ужанський, Сколівські Бес- киди, Гуцульщина Природний національний парк Галицький	
Природні заповідники: Кримський, Ялтинський, Карадазький, Опукський;	
Природні національні парки: Севастопольський, Чатир-Даг.	
Біосферний заповідник Західне Полісся;	
Природні заповідники: Черемський, Рівненський, Південнополіський.	
Біосферний заповідник Поліський;	
Природні заповідники: Дніпровський, Деснянський;	
Природні національні парки: Мезинський, Коростишівський, Ічнянський, Голо- сіївський ліс.	

Основні території та об'єкти – складові екомережі	Елемент екомережі
Природні національні парки: Середньосеймський, Деснянсько-Старогутський, ТростянецькоВорсклянський;	
Природний заповідникМедобори;	
Природні національні парки: Подільські Товтри, Кременецькі Гори, Централь- но-Подільський, Савранський ліс, Дністровський каньйон.	
Український лісостеповий біосферний заповідник;	
Національні природні парки: Черкаський Бір, Холодний Яр, Середньо-Придні- провський, Трахтемирівський, Преяслав-Хмель- ницький, Черноліський;	
Національний природний парки: Святі Гори, Сіверсько-Донецький, Слобожанський, Гомольшанський.	
Український степовий природний заповідник;	
Національні природні парки: Приазовський Меотида.	
Біосферні заповідники: Чорноморський, Асканія Нова;	
Національні природні парки: Нижньодніпровський, Азово-Сиваський.	
Нижньодніпровський природний національний парк.	
Дунайський біосферний заповідник.	
Казантипський, Опукськийприродні заповідники;	
Національні природні парки: Азово-Сиваський, Меотида.	
Національні природні парки: Велике філофорне поле, Зернова, Мале філофор- не поле, Кінбурська коса.	

Завдання для самостійної роботи

1. Поясніть такі терміни: созологія, ключова та сполучна територія, буферна зона, екокоридор, екомережа, новий світогляд, принципи виділення територій для організації екомережі; наукові підходи – раритетний, категоріальний, режимний, моніторинговий.
2. Зробіть аналіз динаміки площ рекреаційних заповідних територій за 5 років по адміністративних районах Чернівецької області.



Тести

І рівень

1. Найбільш поширеною формою організацій природоохоронних територій є:
 - а) біосферні заповідники;
 - б) національні природні парки;
 - в) заповідні урочища;
 - г) пам'ятки природи.
2. За останнє десятиліття площа природоохоронних територій збільшилась:
 - а) удвічі;
 - б) утричі;
 - в) не змінилась.
3. Укажіть кількість категорій природних територій та об'єктів на території України:
 - а) 6;
 - б) 8;
 - в) 7;
 - г) 5.
4. До категорій штучно створених об'єктів відносять:
 - а) Дендрологічні парки;
 - б) Пам'ятки природи;
 - в) Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва;
 - г) Заповідні урочища.
5. Створення біосферних заповідників у світі розпочато у:
 - а) ХХ ст.;

б) XXI ст.;

в) XIX ст.

6. Національний природний парк гірської Львівщини, що користується славою одного з найпопулярніших центрів гірського туризму України:

а) Ужанський,

б) Розточанський,

в) Сколівські Бескиди,

г) Синевир,

д) Вижницький.

7. Популярний туристичний центр Надчорномор'я – місто, яке називають «українською Венецією», – знаходиться в межах:

а) Дунайського БЗ,

б) Чорноморського БЗ,

в) Азово-Сиваського НПП.

8. Один з найвідоміших осередків екотуризму в державі – Дунайський БЗ знаходиться на:

а) Одещині,

б) Херсонщині,

в) Миколаївщині,

9. Лікувальний і профілактичний вплив свіжого повітря – це:

а) аеротерапія;

б) геліотерапія;

в) таласотерапія

10. Один з найпопулярніших осередків культурно-пізнавального й екотуризму в Україні – НПП «Святі гори» розташований на:

а) Закарпатті,

б) Покутті,

в) Буковині,

г) Тернопільщині,

д) Хмельниччині,

е) Київщині,

ж) Черкащині,

з) Харківщині,

к) Донеччині,

л) у Криму.

II рівень

1. Природно-заповідний фонд – це:

- а) ділянки суші і водного простору, природні комплекси та об'єкти, які мають особливу природоохоронну, наукову, естетичну, рекреаційну та іншу цінність і виділені з метою збереження природної різноманітності ландшафтів, генофонду тваринного і рослинного світу, підтримання загального екологічного балансу та забезпечення фонового моніторингу навколишнього природного середовища;
- б) території з мінімальним техногенним навантаженням, які максимально зберегли природні якості ландшафтів, мають істотні оздоровчі властивості і можуть забезпечити систему довгострокових ефективних оздоровчих заходів;
- в) географічна система, яка складається із взаємопов'язаних підсистем: природних і культурних комплексів, інженерних споруд, обслуговуючого персоналу, органу управління та відпочиваючих (рекреантів), характеризується функціональною та територіальною цілісністю.

2. Яка країна в Африці є колыскою зародження національних парків?

- а) Зімбабве;
- б) Кенія;
- в) Танзанія;
- г) ПАР.

3. Рекреація – це:

- а) система заходів, пов'язана з використанням вільного часу людей для їх оздоровчої, культурно-ознайомчої та спортивної діяльності на спеціалізованих територіях, які знаходяться поза їх постійним помешканням;
- б) забезпечення попиту населення в оздоровленні та відпочинку, туризмі, санаторно-курортному лікуванні, любительському та спортивному рибальстві і полюванні тощо;
- в) відвідування національних парків (інших рекреаційних об'єктів ПЗФ), яке найповніше ознайомлює з місцеві-

ми ландшафтами, цінними природними та культурними об'єктами тощо.

4. Туристичний маршрут – це:

- а) заздалегідь накреслений суб'єкт туристичної діяльності на планово-картографічній основі і відповідно чином обладнаний туристичними знаками й елементами інфраструктури, шлях туристичної подорожі з визначеною послідовністю активного переміщення туристів через географічні пункти та запланованим комплексом туристичних послуг;
- б) спеціальний маршрут, який створюється на природно-заповідних територіях з метою демонстрації природоохоронних, естетичних і культурних цінностей.

5. Найбільш популярні регіони для розвитку орнітологічного туризму:

- а) південь України;
- б) захід України;
- в) північ України.

6. Національний парк Ужанський є складовою частиною першого у світі міжнародного резервату «Східні Карпати», до якого входять землі ПЗФ:

- а) України;
- б) Угорщини;
- в) Польщі;
- г) Словаччини;
- д) Словенії.

7. Карпатський національний природний парк розташований на території:

- а) Міжгірського району Закарпатської області;
- б) Путильського району Чернівецької області;
- в) Косівського району Івано-Франківської області;
- г) Верховинського району Івано-Франківської області.

8. З метою збереження і вивчення у спеціальних умовах різноманітних видів дерев і чагарників та їх композицій для більш ефективного наукового, культурного, рекреаційного та іншого використання створюються:

- а) дендрологічні парки;
- б) зоологічні парки;

- в) ботанічні сади;
 - г) заповідні урочища.
9. Під рекреаційною функцією лісів розуміють
- а) рекреаційну (оздоровчу) цінність лісових масивів;
 - б) захист ґрунтів від ерозії;
 - в) підвищення врожайності сільськогосподарських культур;
 - г) регулювання водостоку.
 - д) продукування кисню та ін.
10. Лісові рекреаційні системи формуються для реалізації потреб у відпочинку у вихідні дні, як:
- а) міські (маленькі ліси, парки, сквери, сади);
 - б) заміські і ближні приміські (парки і лісопарки, дендропарки, ботанічні сади);
 - в) автономні стаціонарні системи.

III рівень

1. Укажіть регіони, які у міжнародному природному туризмі генерують попит:
- а) Африка;
 - б) Західна Європа;
 - в) Австралія та Океанія;
 - г) Північна Америка.
2. Які соціально-економічні та політичні чинники істотно впливають на географію екотуризму?
- а) екологічні проблеми;
 - б) природні катаклізми та катастрофи;
 - в) хвороби та епідемії;
 - г) злочинність.
3. У яких регіонах, крім міжнародного, популярний внутрішній екотуризм?
- а) Австрія;
 - б) США;
 - в) Канада;
 - г) Австралія.
4. Екотуристичний потенціал природоохоронної території – це:
- а) сукупність усіх природних й антропогенних об'єктів, явищ, властивостей, засобів, можливостей та умов,

- придатних для формування екотуристичного продукту і здійснення відповідних екологічних турів, екскурсій, програм;
- б) сукупність усіх засобів, умов, можливостей, які використовуються для досягнення певної мети.
5. Які природні умови є одним із провідних чинників, що забезпечують організацію екологічного туризму?
- а) гідрологічні;
б) кліматичні;
в) флористичні.
6. Що належить до засобів екотуризму?
- а) обладнані наметові містечка, пристанища, хатинки лісника, екокемпінги тощо;
б) екологічні види транспорту (катамарани, човни, байдарки та ін.);
в) екологічні продукти харчування, у забезпеченні якими належить відзначити роль місцевого населення.
7. Метою якої подорожі є вивчення, аналіз, певна етнографічна група для подальшого дослідження її традиційно-побутової культури?
- а) екологічного;
б) етнічного;
в) зеленого.
8. Національний парк Косцюшко знаходиться на території:
- а) Росії;
б) Великобританії;
в) Австрії;
г) Австралії;
д) України.
9. Біосферні заповідники – це:
- а) природоохоронні, науково-дослідні установи міжнародного значення, що створюються з метою збереження в природному стані найбільш типових природних комплексів біосфери, здійснення фонового екологічного моніторингу, вивчення навколишнього природного середовища, його змін під дією антропогенних чинників;

- б) природоохоронні, рекреаційні, культурно-освітні, науково-дослідні установи загальнодержавного значення, що створюються з метою збереження, відтворення та ефективного використання природних комплексів і об'єкти, які мають особливу природоохоронну, оздоровчу, історико-культурну, наукову, освітню та естетичну цінність;
- в) природоохоронні, рекреаційні установи місцевого чи регіонального значення, створюються з метою збереження в природному стані типових або унікальних природних комплексів та об'єктів, а також для забезпечення умов для організованого відпочинку населення.

10. Оздоровчий комплекс, розташований на території з унікальними рекреаційними ресурсами, які виступають основним компонентом технології інтенсивного оздоровлення рекреантів, називається:

- а) санаторій (або пансіонат) з лікуванням,
- б) санаторій-профілакторій,
- в) будинок чи пансіонат відпочинку,
- г) база відпочинку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрієнко Т. Л., Онищенко В. А., Клестов М. Л., Прядко О. І., Арап Р. Я. Система категорій природно-заповідного фонду України та питання її оптимізації (за ред. д.б.н. проф. Т. Л. Андрієнко). К.: Фітосоціоцентр, 2001. 60 с.

2. Буре Г. С. Роль в Україні Конвенції про охорону дикої флори, фауни та природних середовищ існування в Європі (Бернська конвенція) Збереження і моніторинг біологічного та ландшафтного різноманіття в Україні. К.: Національний екологічний центр України, 2000. С.15-18.

3. Всеєвропейська стратегія збереження біологічного та ландшафтного різноманіття (переклад українською мовою). Київ: Авалон, 1998. 52 с.

4. Заповідники і національні природні парки України. К., 1999.

5. Заповідна справа в Україні: Навчальний посібник. / За загальною редакцією М. Д. Гродзинського, М. П. Стеценка. К.: 2003. 306 с.

6. Ковальчук А. А. Заповідна справа: науково-довідкове видання. Ужгород: підприємство «Ліра», 2002. 312 с.
7. Подобайло А. В., Яненко В. О. Охорона природи: Навчальний посібник до курсу «Охорона природи». К.: ТОФІ КІМЕ, 2014. 208 с.
8. Попович С. Ю. Природно-заповідна справа: навч. посібник. К.: Арістей, 2007. 480 с.
9. Ричард Примак. Основы сохранения биоразнообразия. М.: Изд-во НУМЦ, 2002. 256 с.
10. Меллума А. Ж. Особо охраняемые природны еобъекты на староосвоенных территориях. Рига, 1988.
11. Міждержавні природно-заповідні території. / Під загальною ред. Т. Л. Андрієнко. Міжвідомча комплексна лабораторія наукових основ заповідної справи НАН України та Мінекобезпеки України. Київ, 1998. 132 с.
12. Проблеми збереження та відновлення біорізноманіття в Україні. К, 2001
13. Програма Літопису природи для заповідників та національних природних парків. / За ред. Т. Л. Андрієнко. К.: Академперіодика, 2002. 103 с.
14. Розбудова екомережі України. / Під наук. ред. Ю. Р. Шеляг-Сосонко. К.: Програма розвитку ООН (UNDP), 1999. 127 с.

Частина 4

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

4.1. ТУРИСТИЧНИЙ АСПЕКТ У РЕГІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Вступ

Обґрунтування змісту практичної роботи. Виконання практичної роботи «Теоретико-методичні та методологічні основи менеджменту туристичної індустрії» передбачає поділ нижчезазначених завдань на два варіанти. Кожен з варіантів практичної міститиме:

- 1) кейси;
- 2) діагностичне завдання;
- 3) ситуативні завдання;
- 4) аналітично-розрахункову задачу;
- 5) тестові завдання;
- 6) питання для самоконтролю.

Структура кейсу містить змістовий опис ситуації і типові питання для обговорення, на які потрібно знайти виважені рішення. Розв'язки ситуативних завдань можуть містити короткі обґрунтовані відповіді, сформовані на основі здобутих знань.

Для розв'язку аналітично-розрахункової задачі потрібно мати калькулятор для проведення розрахунків, можливість доступу до Інтернету, а також для формування повної відповіді варто відвідати сайти як підприємств туристичної індустрії, які аналізуються, так і офіційні, зокрема Державної служби статистики. Якісне засвоєння навчального матеріалу за темами перевіряється через контроль на основі формування обґрунтованих відповідей на поставлені запитання, виконання тестових завдань.

За результатами роботи над кожним із завдань практичної необхідно робити відповідні висновки.

Практична робота 1



Кейс

Сутність концепції «Конкуренція європейських міст», авторами якої є К. Джексон-Батлер, Шачер, Л. Висент полягає у тому, що диверсифікація соціально-економічного розвитку провідних європейських міст призводить до виникнення супер-активних центрів.

1. Визначте співвідношення між різними видами діяльності провідних європейських міст (Берлін, Варшава, Хельсенкі, Мадрид, Бухарест) за останні 10 років, використовуючи матеріали www.urbanaudit.org.

2. Зробіть рейтинг вищевказаних міст за такими показниками (враховуючи динаміку їх змін):

- чисельність населення (total resident population),
- валовий продукт на душу населення (GDP per head),
- рівень безробіття (unemployment rate),
- середній дохід домогосподарства (average household income),
- частка домогосподарств, що мають дохід нижче середнього (percentage of households receiving less than half of the national average household income).

Для узагальнення результатів скористуйтеся табл 4.1.

3. Обґрунтуйте позицію кожного міста у рейтингу, використовуючи теорію конкуренції європейських міст.

4. Виокреміть загрози асиметричного розвитку країн проаналізованих міст.

Таблиця 4.1

№	Назва міста	Рейтингова оцінка					
		чисельність населення	валовий продукт на душу населення	рівень безробіття	середній дохід домогосподарства	частка домогосподарств, що мають дохід нижче середнього	Загальний рейтинг
1	Відень						
2	Варшава						
3	Осло						
4	Рим						
5	Будапешт						

Практична робота 2

Діагностичне завдання 1

Тема. Асиметричність регіонального розвитку.

Використовуючи дані табл. 4.2, визначте: 3 центри активно-го та 3 центри депресивного розвитку за результатами 2009 і 2021 років.

Діагностичне завдання 2

Тема. Статистичне спостереження щодо визначення якості надання туристичних послуг.

Завдання. Скласти формуляр статистичного обстеження та інструкцію до нього з опитування якості надання туристичних послуг з урахуванням віку, статі респондентів, їх вимог та побажань.

Таблиця 4.2

Валовий регіональний продукт у розрізі адміністративних областей України
за 2009–2021 р.р., млн грн

	Валовий регіональний продукт (млн. грн)												
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Україна	345113	441452	544153	720731	948056	913345	1082569	1302079	1459096	1522657	1586915	1988544	2385367
Автономна Республіка Крим	9901	12848	16044	20874	27365	27396	32426	38220	44536	46393
Вінницька	8123	10207	12414	15381	20094	20104	23589	29099	33024	36191	43990	59871	74411
Волинська	4994	6553	7687	10072	12784	12225	14429	17637	20005	20622	24195	31688	35744
Дніпропетровська	30040	41227	52347	71173	1E+05	93331	116136	140020	147970	152905	176540	215206	244478
Донецька	45617	58044	72361	92093	1E+05	1E+05	128986	161021	170775	164926	119983	115012	137500
Житомирська	5947	7430	8784	11127	15008	14731	18743	21928	24849	25676	29815	38425	47919
Закарпатська	5297	6700	8185	10508	13208	12542	15299	18054	21404	21400	24120	28952	32390
Запорізька	15255	19968	24787	33158	42445	37446	42736	49525	54828	54352	65968	89061	104323
Івано-Франківська	7311	9622	11316	13916	17883	17241	20446	26752	32286	33196	37643	45854	51404
Київська	11883	15362	19188	26221	35687	37548	44953	59154	69663	68931	79561	104030	128638
Кіровоградська	5594	6877	8187	9989	13961	13389	15749	20041	22056	25313	28758	38447	46021
Луганська	14672	19716	24159	32280	42985	38451	45541	57202	58767	55108	31393	23849	31356
Львівська	13992	17192	21486	27987	35534	35955	41655	52103	61962	63329	72923	94690	114842

	Валовий регіональний продукт (млн. грн)												
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Миколаївська	7934	9553	11876	14767	19410	20336	24055	27633	29205	32030	35408	48195	57815
Одеська	17029	20762	24898	33116	46994	48647	53878	61499	64743	69760	74934	99761	119800
Полтавська	13983	18099	22179	28355	34118	33629	44291	52252	56580	58464	69831	95867	116272
Рівненська	5599	7263	8924	11180	14074	13469	15882	19302	21795	22004	28724	35252	39469
Сумська	6275	8025	9566	12341	16210	16060	18333	22907	24933	26765	30397	41567	46287
Тернопільська	3948	5137	6452	8276	10618	11173	12726	16294	17957	18085	21676	26656	31072
Харківська	20524	25618	32023	43868	59389	58923	65293	76866	82223	85315	96596	124843	154871
Херсонська	5200	6469	7565	9034	13174	13436	15649	18448	19357	20767	23250	32215	38743
Хмельницька	6344	7958	9603	12339	16061	15758	18096	22843	26237	26426	32162	41088	48859
Черкаська	6623	9014	10957	13656	19101	18707	22354	27012	31265	33087	38466	50843	59412
Чернівецька	3277	4234	5126	6672	8833	8484	9892	11969	13166	13757	15049	18506	21239
Чернігівська	6181	7627	8950	11532	14918	14636	17008	21165	23934	24237	28156	36966	43362
м. Київ	61357	77124	95267	1E+05	2E+05	2E+05	196639	223774	275685	312552	357377	451700	559140

Хід практичної роботи.

1. Програми спостереження – перепису питань, на які очікують отримати відповіді. Зміст та кількість питань формують згідно з метою спостереження та реальними можливостями його проведення (грошовими та трудовими втратами, терміном отримання інформації).

2. Статистичний формуляр – це обліковий документ у вигляді бланка відповідної форми, де фіксуються відповіді на запитання програми спостереження.

3. Інструкцією – переліком вказівок та роз'яснень, якими має керуватись обліковець чи реєстратор при заповненні бланків спостереження.

Методичні вказівки.

Програма спостереження – це перелік питань, на які очікують отримати відповіді. Зміст і кількість запитань формують згідно з метою спостереження та реальними можливостями його проведення (грошовими та трудовими втратами, терміном отримання інформації). Від того, наскільки добре розроблена програма спостереження, залежить цінність зібраної статистичної інформації. До програми потрібно внести істотні ознаки, які мають найбільше практичне та наукове значення для об'єкта спостереження.

Зміст і кількість запитань програми, сформульованих чітко і зрозуміло для всіх, повинні бути такими, щоб уникнути зайвої інформації та пов'язаних з цим додаткових витрат праці та коштів. Водночас програма повинна враховувати все і її запитання (ознаки) мають становити систему взаємопов'язаних показників, заданих у логічній послідовності. При можливості в програму вносять запитання, які взаємно контролюють показники.

Статистичний формуляр – це обліковий документ у вигляді бланка відповідної форми, де фіксуються відповіді на запитання програми спостереження. На практиці найчастіше використовують формуляри двох типів: індивідуальні (бланк-карта), які призначені для запису відомостей за однією одиницею спостереження; спискові (бланк-список) – для запису відомостей за кількома одиницями спостереження.

Формуляри статистичного спостереження супроводжуються інструкцією – переліком вказівок і роз'яснень, якими має керуватись обліковець чи реєстратор при заповненні бланків спостереження.

Додержання найважливіших принципів і правил проведення, статистичного спостереження – основа статистичного дослідження. До таких принципів та правил відносяться:

- а) раціональне сполучення форм, видів і способів статистичного спостереження;
- б) централізоване керівництво спостереженням;
- в) одночасність і періодичність проведення спостереження;
- г) неприпустимість помилок у процесі спостереження;
- д) ретельна перевірка даних спостереження.

Практична робота 3



2. Ситуативні завдання

Тема. «Азіатський тигр».

Сінгапур – місто, столиця і держава одночасно, розташований на одному великому острові, але до його складу ще входять 63 дрібних острови, більшість з яких нежилі. Саме поселення утворилося на початку XIX століття, коли туди приїхало 120 людей – рибалки зі своїми сім'ями. Потім була епоха Британської колонізації, і в Сінгапурі знаходилась англійська військова база. Згодом, у 1963 році, було вирішено об'єднатися з Малайзією. Так утворилася федерація, яка не проіснувала й двох років, бо між цими країнами виявилось надто багато політичних суперечок. Таким 4 серпня 1965 року Сінгапур відокремився від Малайзії, і на Земній кулі з'явилася ще одна незалежна держава з двомільйонним населенням, яке складали китайці (75%), малайці (14%) та індуси (8%). Однієї нації як такої не було.

На той момент Сінгапур не мав практично нічого. Ресурсів жодних, лише пісок. Навіть питна вода постачалася водопроводами з Малайзії. Була лише Британська військова база, яку невдовзі англійський уряд вирішив розформувати. Тодішній Сінгапур був невиразною країною, керівництво якої мало

розв'язувати масу проблем. Сьогодні ж про Сінгапур говорять усі. Це стало можливим завдяки чіткому керівництву тодішнього прем'єр-міністра Лі Куан Ю та його чіткій політиці.

На території Сінгапуру проживало 3 нації, то й було 3 розмовні мови — китайська, малайська й тамільська. Усі вони не схожі між собою, через що виникало багато проблем. Особливо це відчувалося в армії, де солдати іноді не розуміли один одного. Вирішення цього було дуже простим: офіційними визнавалися всі три мови плюс англійська, притому все ділове адміністрування велося саме англійською. Так зникла загроза всіх можливих конфліктів. Звичайно, проблем із вивченням нової іноземної мови було багато, але тепер практично кожен мешканець Сінгапуру вільно володіє англійською.

Одним із кроків для залучення інвесторів стала геніальна річ – бізнес-інкубатори. Це свого роду торгові майданчики, де зустрічаються продавці та покупці проектів. Зазвичай, кожна країна має свій бізнес-інкубатор, де представляє свої розробки, нові технології, а інвестор, який зацікавиться, вкладає в ці проекти кошти. Найцікавіше те, що за відкриття країною такого бізнес-інкубатора сінгапурський уряд платить гроші. І для нього це вигідно, адже в цій державі зареєстровані 4000 транснаціональних компаній, які готові купувати нові проекти. Завдяки цьому відділи R&D більшості міжнародних компаній знаходяться саме в Сінгапурі.

Багато уваги в Сінгапурі приділяється озелененню міста, що є також метою для залучення інвесторів. Коли іноземець приїздить до цієї країни й виходить із аеропорту, одразу потрапляє ніби до раю – скрізь величезна кількість квітів, які неймовірно пахнуть. Місто дуже красиве, а це формує позитивне ставлення та довіру до держави.

Тепер Сінгапур займає 14 місце серед найбільших експортерів і 15 місце серед найбільших імпортерів у світі. Країна має найбільший коефіцієнт торгівлі до валового національного продукту (ВНП) у світі 407,9%, що вказує на важливість торгівлі для її економіки. Ця країна єдина в Азії, яка має кредитний рейтинг AAA у всіх трьох найбільших кредитно-рейтингових агентствах – Standard&Poor's, Moody's та Fitch. У Сінгапурі знаходиться більше 7000 міжнаціональних корпорацій зі Сполучених Штатів,

Японії та Європи. Тут розташовано також 1500 компаній з Китаю та 1500 з Індії. Іноземні фірми можна знайти практично в усіх сферах економіки. Сінгапур також є другим за величиною іноземним інвестором в Індії. Приблизно 44% робочої сили Сінгапуру не є сінгапурцями. Більше десяти договорів про вільну торгівлю підписано з іншими країнами та регіонами.

В Індексі економічної свободи, Сінгапур посідає друге місце за вільністю економіки у світі, після Гонконгу. Згідно з Індексом сприйняття корупції, Сінгапур також постійно посідає місце серед найменш корупційних країн світу, поряд з Новою Зеландією та скандинавськими країнами.

Сінгапур є світовим лідером у декількох сферах економіки: країна є четвертим основним фінансовим центром у світі, один з трьох найбільших центрів переробки нафти, найбільший у світі виробник нафтобурового обладнання, та є основним судноремонтником у світі. Порт Сінгапуру є одним з п'яти найбільш завантажених портів у світі. Світовий Банк визнав Сінгапур як найсприятливіше місце у світі для ведення бізнесу та надав йому статус найбільшого центру логістики у світі. Хоча входить до двадцяти найменших країн світу.

Сінгапур другий серед найбільших центрів позабіржовий торгівлі вторинними цінними паперами в Азії і відіграє важливу роль у сфері торгівлі товарами широкого вжитку. Крім того, це одна з перших країн Азії, де успішно пройшла організація інвестиційних фондів з нерухомості, а сінгапурський ринок промислових облігацій – один з найбільш швидко розвиваються ринків облігацій в Азії. Також Сінгапур вважається регіональним центром первинного та вторинного страхування.

Сінгапур – місто, побудоване на болотистому острівці, що трохи уступає по площі Києву. Площа Сінгапуру становить 712,4 км², площа Києва 835,58 км². Він перевершує Київ за чисельністю населення на 2 млн. осіб (населення Сінгапуру 4 987 600 чол., а Києва – 2 814). Але за розмірами ВВП він перебуває на рівні всієї України: за даними МВФ, розмір ВВП України \$327.937 млрд., Сінгапуру – \$314.963 млрд.

? Запитання та завдання для обговорення

1. Порівняйте економічну ситуацію Сінгапуру та України після прийняття незалежності. Які, на Вашу думку, причини відмінностей?

2. Як вплинуло визнання англійської мови офіційною? Чи могли бути негативні наслідки?

3. Як Ви думаєте, чому саме Сінгапур став одним із фінансових центрів світу?

4. Чи можливо Україні досягти висот Сінгапуру?

5. Чи вважаєте, що зелене і квіткове місто Сінгапур викликає довіру в інвесторів своїм зовнішнім виглядом? Обґрунтуйте свою думку.

6. Ми переконалися, що площа чи наявність ресурсів ніяк не впливають на розвиток країни. Маючи територію майже нашого Києва, Сінгапур зумів стати одним з перших в світі. В Україні є великий трудовий та ресурсний потенціал, знаходиться у центрі Європи. Чи можливо Україні стати світовим фінансовим центром? І що для цього потрібно зробити?

Практична робота 4

1. Аналітично-розрахункова задача

Тема. Розрахунок показників надання послуг.

Завдання.

1. Розрахуйте показники темпів зростання й темпів приросту експорту, імпорту й товарообігу транскордонних регіонів України.

2. Проаналізуйте тенденції розвитку зовнішньоторговельної діяльності України.

3. Визначте динаміку зміни абсолютних і відносних показників торгівлі України з окремими регіонами світу.

Вихідні дані

Використовуючи статистичний метод, метод компаративного аналізу, розрахуйте на підставі даних Державного комітету

статистики України показники темпів зростання й темпів приросту експорту, імпорту й товарообігу транскордонних регіонів України, заповніть табл. 4.3. На підставі отриманих результатів заповніть табл. 4.4. Проаналізуйте тенденції розвитку зовнішньоторговельної діяльності України. Визначте динаміку зміни абсолютних і відносних показників торгівлі України з окремими регіонами світу. Про що свідчать ці дані?

Таблиця 4.3

Динаміка зовнішньоторгового товарообігу України,
за євро регіонами 1996–2021 рр. млн. дол.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Усього:						
Експорт						
Імпорт						
У тому числі:						
«Верхній Прут»						
Експорт						
Імпорт						
«Нижній Дунай»						
Експорт						
Імпорт						
«Карпати»						
Експорт						
Імпорт						
«Буг»						
Експорт						
Імпорт						
«Дніпро»						
Експорт						
Імпорт						
«Ярославівна»						
Експорт						

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Імпорт						
«Слобожанщина»						
Експорт						
Імпорт						
«Донбас»						
Експорт						
Імпорт						
«Причорноморський»						
Експорт						
Імпорт						
«Дністер»						
Експорт						
Імпорт						

Таблиця 4.4

Показники динаміки зовнішньої торгівлі за євро регіонами

	2018	2019	2020	2021
Теми росту:				
Експорту				
Імпорту				
ЗТО				
Темпи приросту:				
Експорту				
Імпорту				
ЗТО				



Тести

1. Регіональна економіка – це:

- а) галузь наукових знань, яка вивчає розвиток і розміщення продуктивних сил, соціально-економічних процесів на території країни та її регіонів із урахуванням природно-екологічних умов;
 - б) прогресивна і перспективна форма регіональної організації матеріального виробництва;
 - в) раціональний територіальний поділ праці між регіонами й економічна кооперація, а також усунення різниці між рівнем життя окремо взятих регіонів;
 - г) розподіл виробничих та невиробничих обов'язків між членами суспільства.
2. Предметом регіональної економіки є:
- а) територія, на якій розміщені населені пункти, виробничі об'єкти;
 - б) виявлення дії економічних законів і закономірностей формування, принципів і методів функціонування регіональної економіки;
 - в) особливості і закономірності розміщення продуктивних сил і розвитку регіонів, фактори їх розміщення і регіонального розвитку;
 - г) усі відповіді правильні.
3. Об'єктом дослідження регіональної економіки економіки є:
- а) закони і закономірності виникнення, розвитку поселень і виробництва та їх пропорції по території;
 - б) територія, на якій розміщені населені пункти, виробничі об'єкти;
 - в) виявлення дії економічних законів і закономірностей формування, принципів і методів функціонування регіональної економіки;
 - г) регіон як територіальна економічна система, що вивчає економічні та соціальні явища, фактори і процеси, які обумовлюють формування і розвиток економіки регіону.
4. Продуктивні сили – це:
- а) природні умови й ресурси;
 - б) сили, які щось продукують, тобто виробляють, створюють;

- в) різноманітність територій;
 - г) відмінності між народами, які там мешкають, та історично сформованими навичками праці.
5. Структура продуктивних сил:
- а) людина;
 - б) засоби виробництва;
 - в) сили природи, наука, інформація;
 - г) усі відповіді правильні.
6. Для ґрунтового дослідження стану соціально-економічних процесів за розмірами території, масштабами та спеціалізацією виробництва, місцем у загальнодержавному розподілі праці виділяють:
- а) мікрорегіони, мезорегіони, макрорегіони;
 - б) великі і середні;
 - в) спеціалізовані та не спеціалізовані;
 - г) правильної відповіді немає.
7. Проблеми, які досліджує регіональна економіка:
- а) економічні та духовні;
 - б) чисельність трудових ресурсів, їхній територіально-галузевий розподіл і якісні характеристики;
 - в) регіональна політика держави, економічне районування; розвиток експортних та імпортозамінних виробництв, створення ринкової інфраструктури, розвиток підприємництва;
 - г) розташування регіону.
8. Територіальна спеціалізація – це:
- а) наслідок господарської спеціалізації в рамках ТПП і є формою тривалих виробничих зв'язків між окремими районами та країнами, які виробляють певний вид продукції чи послуг;
 - б) зосередження на певній території (із зростанням населення) виробничих потужностей, що дозволяє посилювати інтенсивність господарської спеціалізації та підвищувати її ефективність;
 - в) переважний розвиток на певній території найефективніших видів діяльності (відповідно до наявних умов та ресурсів), продукти якої йдуть переважно для міжрайонного обміну (вивозяться за межі цієї території);

- г) стійкі територіально-економічні утворення, що характеризуються своєю різноманітністю, конфігурацією, складністю, ієрархічністю.
9. Соціальна спрямованість – це:
- а) необхідне, істотне, об'єктивне, стійке та повторюване відношення між явищами чи об'єктами у природі та суспільстві;
 - б) загальні умови, обставини, явища, що визначають можливість або неможливість існування якогось виробництва хоча б не найменш ефективному рівні;
 - в) закономірність розвитку і РПС обумовлюється дією низки економічних законів, серед яких можна назвати: закон відповідності виробничих відносин рівню розвитку продуктивних сил, закон підвищення продуктивності праці;
 - г) фактично просторовий вияв окремих економічних законів.
10. Принцип комплексного розміщення виробництва практично реалізується у:
- а) комплексному використанні природних ресурсів, включно з відходами, наприклад, гірництва чи лісопиляння, видобуванням усіх корисних компонентів;
 - б) раціональному використанні трудових ресурсів шляхом створення у регіоні такої структури господарства, за якої надається праця усім розмаїтим контингентам робочої сили;
 - в) створенні єдиної інфраструктури;
 - г) усі відповіді правильні.
11. Принцип збалансованості і пропорційності розміщення виробництва означає:
- а) таке розміщення виробництва, за якого витримувалася б рівновага між виробничими потужностями, обсягом виробництва – з одного боку, та наявністю сировинних, енергетичних, водних, земельних, трудових, фінансових ресурсів регіону – з іншого;
 - б) визначення найвигіднішої спеціалізації району з урахуванням територіального поділу праці;

- в) спосіб розміщення виробництва повинен стимулювати ефективний розвиток національних форм його організації;
 - г) органічно поєднуються стратегічні інтереси країни й інтереси регіонів, підприємців, населення.
12. Принципи РПС – це:
- а) об'єктивно існуючий, повторюваний, істотний зв'язок явищ природи з суспільним життям;
 - б) як найповніше екологічно й економічно виправдане використання ресурсів регіону;
 - в) пристосування до умов глобалізації, відновлення традиційних господарських зв'язків та інтеграція у світовий економічний простір;
 - д) правила господарської діяльності і управління економікою, які повністю базуються на закономірностях РПС і розвитку регіональної економіки.
13. Основні принципи РПС:
- а) принцип раціональності розміщення виробництва;
 - б) принцип збалансованості і пропорційності регіону;
 - в) принцип вирівнювання рівнів економічного і соціального розвитку;
 - г) усі відповіді правильні
14. Фактори розміщення – це:
- а) обмеження надмірної концентрації промислових об'єктів у великих містах, одночасне надання переваги малим і середнім містам, колишнім райцентрам;
 - б) наближення масового виробництва малотранспортабельної продукції до місць її споживання (хлібовипічка, молоко, будівельні матеріали тощо);
 - в) сукупність причин, що зумовлюють розміщення об'єкта й визначаються техніко-економічними і технологічними особливостями певного виробництва;
 - г) наближення матеріаломістких, енергомістких, водомістких виробництв до джерел сировини, палива, енергії, води.
15. Фактор НТП у розміщенні продуктивних сил:
- а) впливає на розміщення підприємств і галузей у результаті наукових досягнень і змін у технологіях промислового та сільськогосподарського виробництва;

- б) трудові ресурси та засоби виробництва;
- в) раціональний територіальний поділ праці між регіонами й економічна кооперація, а також усунення різниці між рівнем життя окремо взятих регіонів;
- г) усі відповіді правильні.

16. Екологічний фактор:

- а) відіграє важливу роль у формуванні зовнішньоекономічних зв'язків України з країнами Європи, Азії, СНД. (Україна має зручне географічне положення: поблизу Чорного моря, близькість до країн Європи і Близького Сходу, наявність розвиненої транспортної мережі міжнародного значення, межує з Росією, Польщею, Туреччиною, Білорусією, Молдовою, Словаччиною, Угорщиною;
- б) сукупність причин, що зумовлюють розміщення об'єкта й визначаються техніко-економічними і технологічними особливостями певного виробництва;
- в) вирішальний при розміщенні екологічно шкідливих виробництв (хімічна промисловість, будівельний комплекс) у населених пунктах і регіонах з високою концентрацією населення;
- г) правильної відповіді немає.

17. До показників загальноекономічної характеристики регіону належать такі:

- а) чисельність населення;
- б) рівень доходу населення;
- в) кількість і структура підприємств базових і соціальних виробництва;
- г) вартість залученої праці.

18. Територіальний поділ праці – це:

- а) переважний розвиток кількох галузей його господарства (видів діяльності) відповідно до найсприятливіших для цих галузей передумов, що дозволяє досягти високого рівня економічної ефективності цих галузей зокрема та всього господарства району в цілому;
- б) об'єктивний процес розвитку продуктивних сил, результатом якого є формування спеціалізації окремих регіонів (економічних районів) на виробництві еконо-

мічно вигідної продукції, що сприяє підвищенню суспільної праці;

- в) сукупність взаємозв'язаних і взаємозумовлених компонентів суспільного виробництва, що формується в межах компактної території;
- г) правильної відповіді немає.

19. Територія, що відрізняється від інших територій за сукупністю складових частин, які характеризуються єдністю, взаємозв'язком та цілісністю, котра є об'єктивною умовою, закономірністю раціонального розвитку даної території, – це:

- а) територіально-виробничий комплекс;
- б) промисловий центр;
- в) район;
- г) технополіс.

20. Серед кількісних параметрів елементів територіальної структури економіки виділяють:

- а) населення і розселення;
- б) структуру населення за віком; рівень народжуваності;
- в) інтенсивність показників природного руху груп населення;
- г) природніумови і ресурси.

21. Економічне районування – це:

- а) склад, співвідношення та просторове розміщення форм територіального зосередження виробництва;
- б) територія, що за сукупністю своїх елементів відрізняється від інших територій, та характеризується єдністю і взаємозв'язаністю складових і цілісністю;
- в) сукупність взаємозв'язаних і взаємозумовлених компонентів суспільного виробництва, що формується в межах компактної території;
- г) науковообґрунтований поділ території країни на економічні райони, що склалися історично або у процесі розвитку продуктивних сил на основі суспільного поділу праці.

22. Регіон – це економічний район, який виділяється:

- а) спеціалізацією та структурою господарства;
- б) природно-ресурсним та демографічним потенціалами;
- в) соціально-економічними особливостями;
- г) усі відповіді правильні.

23. Зосередження на обмеженій території поєднань підприємств, які розміщені близько одне від одного і мають тісні виробничі та технологічні зв'язки, – це:

- а) промисловий центр;
- б) промисловий вузол;
- в) центр;
- г) виробничий комплекс.

24. Поєднання підприємств, об'єднаних виконанням єдиної господарської функції та взаємопов'язаних тісними виробничими стосунками так, що вилучення якихось компонентів або порушення зв'язків знижує ефективність комплексу, обмежує або унеможливорює виконання господарських функцій, – це:

- а) територіально-виробничий комплекс;
- б) промисловий центр;
- в) вузол;
- г) виробничий комплекс.

25. Взаємозумовлене поєднання підприємств на певній території, за якого ефект досягається завдяки вдалому добору підприємств згідно з природними й економічними умовами, – це:

- а) територіально-виробничий комплекс;
- б) промисловий центр;
- в) район;
- г) технополіс.

26. Територія, що відрізняється від інших територій за сукупністю складових частин, які характеризуються єдністю, взаємозв'язком та цілісністю, котра є об'єктивною умовою, закономірністю раціонального розвитку даної території, – це:

- а) територіально-виробничий комплекс;
- б) промисловий центр;
- в) район;
- г) технополіс.

27. Відображає виробничі зв'язки між підприємствами різних галузей, що спільно виготовляють певний вид кінцевої продукції:

- а) комбінування;
- б) спеціалізація;
- в) кооперування;
- г) районування.

28. Диверсифікація – це:

- а) одночасний розвиток кількох (багатьох) технологічно не пов'язаних видів виробництва, у значному розширення номенклатури та асортименту продукції;
- б) відображає виробничі зв'язки між підприємствами різних галузей, що спільно виготовляють певний вид кінцевої продукції;
- в) комплекс заходів, спрямованих на підвищення ефективності промислового виробництва у довгостроковому періоді, з метою забезпечення національних інтересів країни (регіону) та її економічної безпеки, підвищення добробуту населення;
- г) правильної відповіді немає.

29. Міжрайонний поділ праці у межах однієї країни передбачає:

- а) спеціалізацію окремих виробництв усередині економічного району;
- б) спеціалізацію районів та обмін товарами між ними;
- в) спеціалізацію населення в окремих районах країни;
- г) усі відповіді правильні.

30. Сукупність природних ресурсів природних умов, які знаходяться в певних географічних межах і забезпечують задоволення економічних, екологічних, соціальних і культурно-оздоровчих потреб людини і суспільства в цілому, – це:

- а) природо-ресурсний потенціал;
- б) економічне районування;
- в) туристичний комплекс;
- г) промисловий центр.

31. Структура природно-ресурсного потенціалу буває:

- а) компонентна;
- б) територіальна;
- в) функціональна;
- г) усі варіанти правильні.

32. За ступенем виснаження поділяється на:

- а) замінні незамінні;
- б) сильні та слабкі;
- в) вичерпні, невичерпні;
- г) правильної відповіді немає.

33. За територіальною належністю бувають:
- а) національні;
 - б) багатонаціональні;
 - в) міжнародні;
 - г) усі варіанти вірні.
34. Внутрішні міграції – це:
- а) рух населення між різними регіонами всередині країни;
 - б) територіально-цілісна частина народного господарства країни;
 - в) процес виробничої спеціалізації території, зумовлений посиленням міжрегіональної кооперації, обміном спеціалізованою продукцією та послугами;
 - г) територія, що відрізняється від інших територій за сукупністю складових частин, які характеризуються єдністю, взаємозв'язком і цілісністю, котра є об'єктивною умовою, закономірністю раціонального розвитку даної території.
35. Сальдо міграції – це:
- а) сума кількості померлих і тих, хто вибув з нього за певний проміжок часу;
 - б) сума народжених у регіоні та тих, хто вибув з нього за певний проміжок часу;
 - в) різниця між прибулими в регіон (країну) і вибулими з нього;
 - г) сума показників загального збільшення та зменшення, або природного приросту, та сальдо міграції населення регіону.
36. Які є види безробіття?
- а) середнє і структурне;
 - б) фрикційне і структурне;
 - в) неповне;
 - г) фінансове.
37. Трудоврівноважні регіони – це:
- а) відповідність між наявними трудовими ресурсами і робочими місцями;
 - б) відповідність між наявними трудовими ресурсами і робочими місцями;

- в) недостатня кількість трудових ресурсів внаслідок природного скорочення або міграції;
- г) немає правильної відповіді.

38. Ринок праці – це:

- а) система суспільних відносин, пов'язаних з наймом і пропозицією праці, тобто з її купівлею і продажем;
- б) сфера працевлаштування, в якій взаємодіють покупці і продавці праці;
- в) механізм, що забезпечує узгодження ціни і умов праці між роботодавцями і найманими працівниками та регулює її попит та пропозицію;
- г) усі варіанти правильні.

39. Сукупність цілей, заходів, засобів і взаємоузгоджених дій центральних і місцевих органів виконавчої влади й органів місцевого самоврядування для створення повноцінного середовища життєдіяльності людей на усій території України – це:

- а) об'єкти регіональної економічної політики;
- б) парламент України;
- в) державна регіональна політика;
- г) суб'єкти регіональної економічної політики.

40. Регіональна економічна політика ґрунтується на таких основних принципах:

- а) конституційність і законність;
- б) забезпечення унітарності держави та цілісності її території;
- в) створення рівних умов функціонування регіональних господарських комплексів;
- г) державна підтримка.

41. Основні індикатори, за якими визначають тип регіону:

- а) виробництво внутрішнього валового продукту (ВВП) на душу населення;
- б) фінансовий стан і самозабезпеченість регіону;
- в) техногенне навантаження економічних районів;
- г) усі варіанти правильні.

42. Типологія регіонів дає можливість:

- а) визначення частки місцевих бюджетів у консолідованому бюджеті держави;

- б) установлення мінімальної частки доходів місцевих бюджетів, що формуються за рахунок власних доходів (показник реальної фінансової автономії);
- в) конкретно оцінити ситуацію і визначити прийнятні методи та форми регулятивного впливу на регіональний розвиток і диференціювати їх залежно від реальної соціально-економічної ситуації в регіоні;
- г) збалансування бюджетної системи за територіями, доходами і витратами.

43. Де серед пріоритетних завдань визначне місце відводиться структурній перебудові економіки регіонів України, у першу чергу промислових регіонів і центрів з надмірною концентрацією підприємств важкої індустрії та складною екологічною ситуацією?

- а) Донецька, Дніпропетровська, Запорізька, Луганська області, міста Київ, Харків, Одеса, Кривий Ріг, Маріуполь, Макіївка, Горлівка тощо;
- б) Кривий Ріг, Маріуполь, Макіївка, Полтава, Луцьк;
- в) Харків, Одеса, Кривий Ріг, Чернівці, Ужгород;
- г) Севастополь.

44. З метою наукового обґрунтування регіонального розміщення того чи іншого виробництва вибирається кілька варіантів доцільності розміщення його на певній території. Скільки можна вибрати варіантів?

- а) один;
- б) не менше трьох;
- в) два;
- г) жодного.

45. Група населення, об'єднана за певними якісними ознаками здатності до праці, рівня професійної підготовки, складності виконання праці, зайнятості – це:

- а) працездатне населення;
- б) трудовий капітал;
- в) економічна категорія населення;
- г) соціальна категорія населення.

46. Басейн – це:

- а) частина територіального простору, в межах якого проявляються природні господарські та інші явища, відсутні на суміжних територіях;

- б) частина території із сукупністю природних чи господарських явищ, які характеризуються показниками певного рівня інтенсивності їх прояву;
 - в) частина території з особливими якісними і кількісними характеристиками природних явищ, які визначають розміщення і характер видів господарської діяльності;
 - г) частина територіального простору, яка має населений пункт з заданими йому адміністративними функціями, наповнена природними і господарськими елементами.
47. Територіально-адміністративний район (регіон) – це:
- а) частина територіального простору, в межах якого проявляються природні господарські та інші явища, відсутні на суміжних територіях;
 - б) частина території із сукупністю природних чи господарських явищ, які характеризуються показниками певного рівня інтенсивності їх прояву;
 - в) частина території з особливими якісними і кількісними характеристиками природних явищ, які визначають розміщення і характер видів господарської діяльності;
 - г) частина територіального простору, яка має населений пункт з заданими йому адміністративними функціями, наповнена природними і господарськими елементами.
48. Одиничний поділ праці передбачає поділ праці:
- а) за професіями;
 - б) за ознакою однорідності виробництва;
 - в) за ознакою суміжності галузей виробництва;
 - г) усі відповіді правильні.
49. Точка, зв'язки якої з довколишньою територією функціональні, – це:
- а) центр;
 - б) промисловий центр;
 - в) вузол;
 - г) промисловий вузол.
50. Науково-технічний центр, що забезпечує створення та впровадження нових розробок, це:
- а) територіально-виробничий комплекс;

- б) промисловий центр;
- в) район;
- г) технополіс.

? Запитання та завдання для самоконтролю

1. У чому полягає різниця між категоріями «регіон», «регіональна економіка», «регіональна політика», «регіональний розвиток»?
2. Поясніть суть принципу планомірності регіональних досліджень у сучасних умовах господарювання.
3. У чому полягає комплексність регіонального дослідження?
4. Яка мета застосування алгоритму формування регіональної політики?
5. У чому особливість застосування теорії просторової організації економіки?
6. Які фактори беруться до уваги при формуванні регіональної політики?
7. Розкрийте суть принципів економічної політики, яка складає базис для формування регіональної політики згідно з В. Ойкеном.
8. Які функції виконує регіональна політика України?
9. На яких концептуальних положеннях базується процес цілепокладання?
10. Дайте характеристику окремих етапів цілепокладання.
11. Як узгоджуються між собою регіональна політика та стратегія?
12. У чому полягають особливості застосування кількісних та якісних моделей?
13. Оцініть актуальність моделей регіонального розвитку в контексті стратегії «Європа – 2020».
14. Як у теоріях регіональної інтеграції відображається вплив знання на дію ефекту масштабу виробництва?
15. Назвіть теорії регіонального розвитку, в яких знайшла відображення специфіка звання як мережевого блага.
16. Чому зростає значення в теоріях регіонального розвитку інституціонального аналізу?

17. У чому полягає різниця між цінністю, рутиною та інститутом?

18. Як у конкретних інституціональних утвореннях відображається різниця між макро- та мегарівнями інституціональної архітектоніки?

19. Розкрийте зміст методологічної схеми дослідження транскордонного регіону

20. У чому полягає відмінність процесів конвергенції сучасного етапу розвитку від початкового.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Дорогунцов С. І., Данилишин Б. М., Лібанова Е. М. Україна: проблеми сталого розвитку: Наукова доповідь: К.: РВПС України НАН України, 2017. 96 с.

2. Доценко А. І. Регіональне розселення: проблеми та перспективи. К.: Наукова думка, 2018.

3. Лукінов І. І. Економічна трансформації (наприкінці ХХ сторіччя). К.: АТ «Книга», 2017. 456 с.

4. Іщук С. І. Розміщення продуктивних сил (теорія, методи, практика). К.: Європейський університет фінансів, інформатики, менеджменту і бізнесу, 2017. 184 с.

5. Заяць Т. А. Відтворення робочої сили України: регіональні аспекти. К.: Європейський університет фінансів, інформатики, менеджменту і бізнесу, 2015. 184 с.

6. Жук М. В. Регіональна економіка: підручник К.: ВЦ «Академія». 2008. 416 с.

7. Савченко В. Ф. Регіональна економіка: Навч. посібник К.: Кондор, 2012. 339 с.

8. Стеченко Д. М. Розміщення і регіональний розвиток. К., 2018.

9. Ковтун О. І. Регіональна економіка: навчальний посібник. Львів: «Новий Світ 2000», 2012. 162 с.

4.2. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ У ТУРИЗМІ

Вступ

В умовах глобалізаційного поступу та запитів сьогодення туризм позиціонується як один з високорентабельних секторів економіки, де представлені економічні, соціальні інтереси суспільства, підприємницького сектору та споживачів. Туристична індустрія є вагомим чинником поступу світової та національної систем господарювання, визначає напрямок розвитку економік багатьох країн і регіонів світу.

Туристична сфера на сучасному етапі розвитку зіткнулася з рядом викликів, як-то: пандемія викликана COVID 19, війна в Україні і, відповідно, всі наслідки цих процесів одразу відобразились на діяльності туристичного сегменту як у світовому, так й у національному вимірі.

Саме тому виникає нагальна потреба у зміні стратегічного курсу розвитку туристичного сектору взагалі й, зокрема, окремих туристичних компаній та фірм. Практика попередніх років показала, що суб'єкти туристичного бізнесу, які займаються стратегуванням, більш успішні, отримують стабільні доходи та мають стійкі позиції на ринку туристичних послуг.

Обґрунтування змісту практичної роботи. Практична робота «Стратегічне управління в туризмі» складається з п'яти робіт, які логічно пов'язані між собою та кожна з них містить завдання для розв'язання здобувачами вищої освіти:

- ситуаційно-аналітичне завдання (виконання завдань відповідно до поставленої мети);
- реферативна робота (підготувати реферативну доповідь або есе відповідно до змісту та питань обговорення);
- запитання для тренінгу (знати відповіді на запитання);
- тестові завдання (визначити правильну відповідь);
- складання глосарію (використовуючи відкриті інформаційні джерела, підготувати обґрунтовані визначення до основних термінів з тематики заняття).

Робота над практичними завданнями здійснюється з використанням відкритих інформаційних джерел, даних мережі Інтернет, інформації про діяльність конкретних туристичних суб'єктів. Виконання практичних завдань здобувачами вищої освіти орієнтує на досягнення програмних результатів навчання й отримання відповідних компетентностей.

Практична робота 1



1. Ситуаційно-аналітичне завдання

Тема. Суть стратегії туристичного підприємства.

Мета. На основі характеристик типів стратегій туристичних підприємств навчитись проводити аналіз та здійснювати їх оцінку щодо впливу на розвиток суб'єкта туристичного бізнесу.

Теоретичні вказівки. В умовах складних протиріч і викликів сьогодення суб'єктам туристичного бізнесу для прийняття та здійснення планів на перспективу актуально запроваджувати стратегічне управління, яке являє собою перелік стратегічних та оперативних цілей, завдань і засобів реалізації визначеного напрямку розвитку організації.

Досягти конкурентних переваг у туризмі можна у різні способи, що відповідно формує безліч стратегій бізнес-діяльності. Але, орієнтуючись на меті та конкурентних перевагах, можна сконцентруватись на певних типах ділових стратегій. За М. Портером [6], існує три базові конкурентні стратегії, які можна використати у будь-якому конкурентному середовищі і забезпечити конкурентні переваги, а саме: лідерство по витратах, диференціація, фокусування на сегменті. На цих базових стратегіях М. Портера можна виділити види конкурентних стратегій туристичного підприємства.

1. Стратегія лідерства по витратах – передбачає зниження повних витрат при продажі туристичних послуг і на цій основі зниження їх вартості, що приваблює переважну більшість споживачів туристичного продукту.

2. Стратегія диференціації – спрямована на надання специфічних туристичних продуктів, що відрізняють їх від пропози-

цій конкурентів, що також приваблює споживачів і розширює їх коло.

3. Стратегія оптимальних витрат – дає можливість споживачу отримати за одну й ту ж вартість більшу цінність за рахунок поєднання високої корисності, внаслідок диференціації турпродукту, з привабливою ціною (табл. 4.5).

Таблиця 4.5

Загальна характеристика основних стратегій бізнесу
(по М. Портеру) [6]

Стратегія бізнесу	Зміст стратегії	Необхідні передумови	Переваги	Ризики
Лідерство за витратами	Усі дії спрямовані на скорочення витрат. Якісні характеристики діяльності другорядні	Велика частка ринку або інші суттєві переваги; найсуворіший контроль за витратами	Підприємство отримує прибуток навіть, коли конкуренти потрапили у зону збитку. Захищений від споживачів, що можуть впливати на ціну товару	Загроза імітацій способів технології та методів діяльності. Загроза появи нових технологій. Не враховуються маркетингові аспекти. Загроза інфляції витрат
Диференціація	Продукція повинна мати дещо неповторне для споживача. Витрати відіграють	Досвід у маркетингу. Інжинірингові розробки. Творчі спроможності.	У споживачів виробляється прихильність до торгової марки, що знижує їх	Загроза імітації унікальних властивостей товару. Не враховується ціна

Стратегія бізнесу	Зміст стратегії	Необхідні передумови	Переваги	Ризики
	другорядну роль	Важливі вкладення в базові	чутливість до ціни та створює	(витрати). Зниження значення
		дослідження. Тривалі традиції роботи в галузі	додаткові бар'єри для входу на ринок. Високий прибуток полегшує відношення з постачальниками. Забезпечує захист від товарів-замінників	диференціації для покупців зі зміною цінностей
Фокусування на сегменті	Обробка одного або кількох сегментів і досягнення там або лідерства за витратами, або диференціації	Підприємство повинно працювати на сегменті ефективніше, ніж конкуренти, що охоплюють весь ринок	Переваги попередніх стратегій по відношенню до окремого сегмента ринку	Відрив у ціні підприємства, що працює на всьому ринку, може бути надто великим, що перевищить переваги спеціалізованих товарів.

Стратегія бізнесу	Зміст стратегії	Необхідні передумови	Переваги	Ризики
				Небезпека наближення потреб окремого сегмента і всього ринку

Завдання. На основі інформації щодо базових стратегій за Портером (табл. 4.5), опрацювавши інформацію у відкритих джерелах, проаналізувати стратегії розвитку туристичних компаній світового рівня:

- American Express Global Business Travel;
- Expedia Inc.;
- World Travel Holdings;
- International Cruise & Excursions (ICE);
- Costa Cruises;
- American Express Travel.

Опрацюйте стратегії розвитку туристичних операторів України:

- Join UP!;
- TUI Україна;
- Mouzenidis Travel;
- Зевс Тревел;
- Аккорд Тур;
- TRG;
- Феєрія.



2. Реферативно-семінарська робота

Тема. Система стратегічного управління та передумови її формування.

Мета. Ознайомитися з системою стратегічного управління у туризмі та її основними елементами.

Питання для обговорення.

1. Умови для сталого розвитку туризму:
 - сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів;
 - удосконалення бізнес-клімату та розвиток добросовісної конкуренції;
 - запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації).
2. Характеристика процесу стратегічного управління:
 - поняття стратегічного управління та його еволюція;
 - завдання та принципи стратегічного управління;
 - концептуальна схема стратегічного управління у туристичній діяльності;
 - переваги стратегічного підходу.
3. Основні складові системи стратегічного управління:
 - місія та візія компанії;
 - цілі організації – довгострокові та короткострокові;
 - фактори впливу на зміст стратегії;
 - стратегічні плани;
 - реалізація стратегії.
4. Еволюція стратегічного управління:
 - світовий досвід управління стратегічними змінами;
 - опір змінам у процесі стратегічного управління;
 - рівні стратегічних змін.

? 3. Запитання для тренінгу

1. Дайте визначення стратегії.
2. Що собою являє стратегія розвитку туристичного підприємства?
3. У чому полягає суть стратегічних змін у туризмі?
4. Як визначити рівень стратегічних змін, необхідних для реалізації стратегії?
5. Охарактеризуйте рівні стратегічних змін – стратегія, що продовжується, рутинні стратегічні зміни, обмежені зміни, радикальні зміни, зміна напрямків руху.

6. Що собою являють ресурсні стратегії?
7. Критерії визначення стратегічних змін.
8. Як впливають стратегічні зміни на туристичне підприємство?
9. Як оцінити масштаби стратегічних перетворень на рівні окремого суб'єкта сфери туризму?
10. Що собою являє процес обґрунтування економічної стратегії туристичного суб'єкта та розробки стратегічних альтернатив?



4. Тести

1. Стратегічне планування виконує:
 - а) керівник підрозділу;
 - б) керівник установи;
 - в) менеджер напрямку.
2. Якщо об'єктом планування обрана туристична фірма як елемент туристичної галузі країни, то застосовується:
 - а) стратегічне планування;
 - б) нормативне планування;
 - в) тактичне планування.
3. Коли об'єктом планування є виробничий процес, то застосовується планування:
 - а) оперативне;
 - б) тактичне;
 - в) стратегічне.
4. Об'єктом стратегування у туризмі є:
 - а) Земля як планета Сонячної системи;
 - б) туристична фірма;
 - в) будь-яка організаційна система, відкрита для взаємодії.
5. Основна мета стратегування:
 - а) ефективне управління туристичним підприємством;
 - б) забезпечення пропорційного та динамічного розвитку в майбутньому;
 - в) організація процесу надання туристичних послуг.



5. Глосарій

Візія; види стратегій; зміни; конкурентні переваги; контекст стратегії; місія; оперативні цілі; планування; стратегія; стратегічні цілі;

Інформаційне забезпечення: [1; 3; 6; 8].

Практична робота 2



1. Ситуаційно-аналітичне завдання

Тема. Тактика як інструмент реалізації стратегії економічного суб'єкта.

Мета. Ознайомитись з теоретичними положеннями розробки стратегії, сформулювати уяву про сучасні проблеми вибору стратегії у туристичній діяльності та вибору інструментів її реалізації.

Теоретичні вказівки. У праці Сунь Цзи «Мистецтво війни» викладена думка: стратегія без тактики – це найповільніший шлях до перемоги, тактика без стратегії – це шум перед поразкою. Тобто стратегія дає нам відповідь на запитання «Що?», а тактика «Як?». Тактика може розглядатись як інструмент реалізації стратегії, яка виражає довгострокові цілі і те, як їх можна досягти. Тактика при цьому є більш конкретними діями, своєрідним *stepbystep*, які мають короткі часові проміжки. Саме ці кроки містять найкращі практики та конкретні плани діяльності, використовують наявні ресурси.

Для реального бізнесу стратегія є довгостроковою та незмінною, а тактика може бути змінена залежно від уточнення стратегічних завдань та орієнтирів. Одночасно і стратегія і тактика є єдиними цілим у досягненні мети діяльності. Для успішного розвитку кампанії при розробці стратегії необхідно орієнтуватись на те, що стратегія і тактика повинні бути узгоджені між собою.

У широкому розумінні стратегія й тактика – це комплекс інтелектуальних зусиль, мета яких полягає в оптимізації переходу з сьогодення у майбутнє, проте помилки у стратегії завжди дорожчі, ніж помилки у тактиці. Реальна практика бізнесу показує, що вибір правильного стратегічного вектору ускладнюється наявністю кількох альтернатив, саме тому важливе критичне мислення, мислення в часі, системний підхід розробника стратегії, якості, які дозволять управління формувати стратегічне бачення.

Вибір конкретної стратегії. Важливо для розробника виділити стратегічні вектори руху, зробити їх оцінку, розглянути альтернативні сценарії розвитку та обрати найбільш оптимальний варіант, оцінити ризики та прибутки. Також важливим етапом є сама реалізація стратегії, яка передбачає оперативне управління, розподіл ресурсів, керування персоналом, вимірювання та оцінка результатів, опрацювання індикаторів розвитку. Тобто робота над розробкою стратегії є комплексним процесом, який формує розуміння того, де ми хочемо бути, яким є довгострокове бачення організації, яка бізнес-модель прийнятна та як рухатись до досягнення визначеної мети та поставлених цілей; при цьому тактика є інструментом реалізації стратегії та підпорядкована її основній меті. Стратегія орієнтує на напрямок дій, а тактика – це конкретні дії.

Завдання.

1. Після зміни власника туристичну компанію очолив новий керівник, який почав розробляти новий стратегічний план, незважаючи на те, що у фірми такий план був. Фірма присутня на ринку понад 15 років, попит на туристичний продукт стабільний, і, на думку експертів, на найближчі роки він не зміниться.

Чи варто було розробляти нову стратегію розвитку? Чи необхідно переходити до надання нових туристичних продуктів і розширювати географію діяльності? Чи варто досліджувати дії конкурентів, якщо на такі дослідження буде використано до 1,5% прибутку фірми?

2. На основі інформації, наведеної у табл. 4.6, визначити стратегічний і тактичний рівні управління фірми та подати їх у формі табл. 4.7.

Таблиця 4.6

Характеристика рівнів управління*

Елемент	Зміст
Місія, візія	1. Надання туристичних послуг з метою отримання доходу від діяльності; 2. Вживання організації у довгостроковій перспективі за рахунок встановлення динамічного балансу із зовнішнім середовищем, що дозволяє вирішити проблеми зацікавлених у діяльності організації осіб.
Походження	1. Традиційне; 2. Інноваційне.
Цілеполягання	1. Багатоцільове; 2. Одноцільове.
Об'єкт концентрації	1. Концентрація уваги менеджменту організації на зовнішнє середовище, пошук нових можливостей у конкурентній боротьбі, відстеження й адаптація до змін в оточенні; 2. Погляд усередину організації, пошук шляхів більш ефективного використання ресурсів.
Урахування фактору часу	1. Орієнтація на короткострокову й середньострокову перспективу; 2. Орієнтація на довгострокову перспективу.
Характер інформації	1. Неповна, загальна; 2. Точна, конкретна.
Ступінь невизначеності	1. Низький; 2. Високий, є альтернативи.
Ступінь ризику	1. Високий; 2. Звичайний.
Параметри	1. Однопрофільні; 2. Конкретні.

* складено за [2]

Елемент	Зміст
Основи побудови системи управління	1. Люди, системи інформаційного забезпечення, ринок; 2. Функції й організаційні структури, техніка й технологія.
Рівень прийняття управлінських рішень	1. Вища ланка управління; 2. Різний.
Підхід до управління персоналом	1. Погляд на працівників як на ресурс організації як на виконавців окремих робіт і функцій; 2. Погляд на працівників як на основу організації, її головну цінність та джерело благополуччя.
Критерій ефективності управління	1. Прибутковість і раціональність використання виробничого потенціалу; 2. Своєчасність і точність реакції організації на нові запити ринку й зміни залежно від зміни оточення.
Оборотність	1. Сильна, процеси переборні; 2. Слабка, має довгострокові наслідки.

Таблиця 4.7

Стратегічний і тактичний рівні організації

Види діяльності	Види управління	
	Стратегічний	Тактичний
Місія, призначення		
Походження		
Цілеполягання		
Об'єкт концентрації		
Врахування фактору часу		
Характер інформації		
Ступінь невизначеності		

Види діяльності	Види управління	
	Стратегічний	Тактичний
Ступінь ризику		
Параметри		
Основи побудови системи управління		
Рівень прийняття управлінських рішень		
Підхід до управління персоналом		
Критерій ефективності управління		
Оборотність		



2. Реферативно-семінарська робота

Тема. Особливості стратегії й тактики.

Мета. Ознайомитися з особливостями стратегії й тактики поведінки туристичних підприємств.

Питання для обговорення.

1. Зміст реальної стратегії:

- конкурентні можливості;
- нові ініціативи та можливості;
- запланована та реактивна частини стратегії;
- адаптивні реакції на умови, що змінюються.

2. Етапи вибору стратегії:

- розробка стратегічних альтернатив;
- оцінка альтернатив;
- формулювання стратегічних цілей;
- визначення оперативних цілей;
- індикатори виконання стратегії.

3. Обрання тактики для успішної реалізації стратегії:

- взаємозв'язок стратегії й тактики;
- основні складові тактики;
- фактори, що впливають на зміну тактики.

4. Компоненти ділової стратегії:

- стратегічні завдання;

- розміщення ресурсів;
- стратегічні зусилля;
- створення конкурентних переваг;
- цілі відносно конкурентів та споживачів.

? 3. Запитання і завдання для тренінгу

1. Наведіть порівняльні характеристики стратегії і тактики.
2. Яка існує взаємозалежність між стратегією і тактикою організації?
3. У чому полягає суть ієрархічного принципу у розробці стратегії?
4. Як можна використовувати тактику і стратегію у повсякденному житті?
5. На чому зосереджується тактика, а на чому стратегія?
6. Які існують ризики у тактиці та стратегії?
7. Хто має повноваження щодо формулювання стратегії фірми?
8. Хто формулює тактику у бізнес діяльності фірми??
9. Які існують ризи для бізнесу при невідповідності обраної тактики стратегії фірми?
10. Що собою являють індикатори оцінки виконання стратегічних завдань?



4. Тести

1. Планування як елемент тактики – це:
 - а) сукупність знань про закономірності розвитку різних господарських систем в майбутньому;
 - б) дослідження ринку;
 - в) досягнення поставлених цілей.
2. Методологія планування – це:
 - а) прийоми дослідження;
 - б) сукупність теоретичних висновків, загальних закономірностей, наукових принципів розробки планів;
 - в) вибір орієнтації планування.

3. Стратегічний план реалізується:
 - а) за квартал;
 - б) до 10 років;
 - в) за календарний рік.
4. Методами оцінки вибраної стратегії є:
 - а) платіжна матриця;
 - б) таємний покупець;
 - в) споживчі панелі.
5. Реактивне планування базується на:
 - а) аналізі сучасного стану речей;
 - б) досвіді минулих років;
 - в) знанні майбутнього.



5. Глосарій

Альтернативи при розробці стратегії; довгострокове планування; індикатори; ієрархія; короткострокове планування; планування; реактивне планування; тактика;

Інформаційне забезпечення: [1; 2; 3; 6].

Практична робота 3



1. Ситуаційно-аналітичне завдання

Тема. Побудова Дерева цілей туристичного підприємства.

Мета. Ознайомитися з теоретико-методологічними положеннями побудови дерева цілей туристичного підприємства, сформулювати бачення щодо цілей організації, основні проблеми їх визначення та підпорядкування.

Теоретичні вказівки. Дерево цілей являє собою графічну ілюстрацію взаємозв'язку та підпорядкованості цілей організації, що демонструє поділ головної цілі на підцілі, завдання (рис. 4.1).

Якщо дерево цілей насичується кількісними показниками, які необхідні при прийнятті рішень, воно носить назву дерево рішень. Завдяки дереву рішень поєднуються цілі та дії, які реалізуються сьогодні.

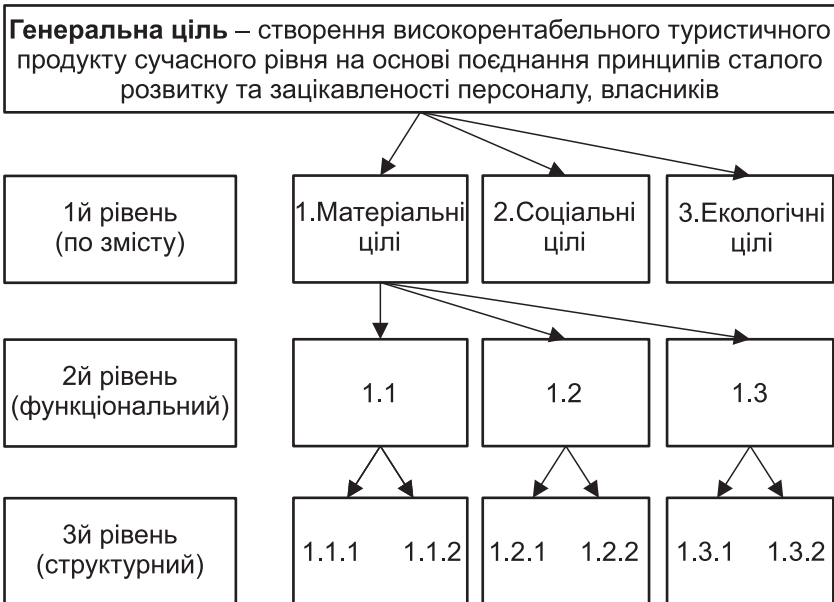


Рис. 4.1. Дерево цілей

При побудові дерева цілей використовується правило повноти редукції – процес зведення складного явища або системи до більш простих складових: ціль організації вищого рівня є вектором, основою для розробки цілей нижчого рівня; цілі нижчого рівня є методом досягнення мети вищого рівня і формуються так, щоб їхня сукупність дозволяла досягти початкову ціль.

Ключовий момент у побудові дерева цілей це декомпозиція. Декомпозиція, або розукрупнювання, це метод розкриття структури системи, при якому за однією ознакою її поділяють на окремі складові. До побудови дерева цілей висувуються такі вимоги:

- чітке відображення процесу або явища у цілях;
- на кожному рівні сукупність підцілей має бути достатньою для розуміння цілей вищого рівня;
- узгодженість і непротивіччя цілей нижчого та верхнього рівнів;
- декомпозиція мети на підцілі на кожному рівні має виконуватися за одним методологічним підходом;

- формулювання понять, які визначають альтернативні способи досягнення цілі.

Незалежно від обраного методу побудови дерева цілей варто орієнтуватись на сумісну підпорядкованість цілей, розгортваність, співвідносна важливість.

Завдання. Користуючись інформацією та наведеними нижче даними, розробити дерево цілей туристичної компанії.

Місія туристичної компанії полягає у занятті лідируючих позицій на регіональному ринку туристичних послуг з урахуванням індивідуальних побажань клієнтів на основі використання світового досвіду туристичної діяльності, що відповідає засадам сталості.

Система цінностей компанії орієнтується на:

- інноваційність, ексклюзивність послуг;
- орієнтир на запити та побажання клієнтів;
- високий рівень надання послуг – компанія має сертифікат Payment Card Industry Data Security Standard (PCIDSS) – стандарт безпеки даних індустрії платіжних карток;
- високий рівень якості – у компанії запроваджено систему управління якістю ISO 9001;
- орієнтація компанії на розвиток персоналу;
- колегіальність у прийнятті рішень;
- сучасний демократично-діловий стиль управління.

Стратегічні цілі та завдання компанії наведено у табл. 4.8.

Таблиця 4.8
Стратегічні цілі та завдання туристичної компанії

Галузь стратегічного планування	Стратегічні цілі компанії	Завдання
Ринкові відносини зі споживачами туристичних послуг	Зайняти лідируючі позиції на ринку туристичних послуг регіону	- витіснити основних конкурентів; - зосередитись на своєму ринковому сегменті для утримання позицій у галузі

Галузь стратегічного планування	Стратегічні цілі компанії	Завдання
Інноваційність та ексклюзивність	Збільшити обсяги продажу туристичних послуг і залучення нових клієнтів шляхом пропозиції нових турпродуктів	<ul style="list-style-type: none"> - укласти щоквартально 5% від прибутку у розробку нових туристичних продуктів; - щорічно брати участь у міжнародних і національних ярмарках туристичної індустрії; - використовувати у роботі сучасні засоби, обладнання та програмне забезпечення
Фінанси	Забезпечити стабільний фінансовий стан компанії	<ul style="list-style-type: none"> - створити фінансовий резервний фонд; - щорічно проводити аудит діяльності; - аналізувати та контролювати фінансово-економічні показники діяльності
Прибутковість	Забезпечити накопичення прибутку від основної діяльності достатнього для виконання зобов'язань та розвитку	<ul style="list-style-type: none"> - проводити маркетингові дослідження за рахунок резерву; - за необхідності здійснювати концентричну диверсифікацію; - активно розповсюджувати свою діяльність у інших регіонах

Галузь стратегічного планування	Стратегічні цілі компанії	Завдання
Управлінська діяльність	Визначити головні сфери управлінського впливу, завдання та шляхи їх вирішення	<ul style="list-style-type: none"> - вести стратегічне та поточне планування діяльності; - проводити моніторинг; - орієнтуватись на особисте спілкування зі співробітниками; - орієнтуватись на колегіальність у процесі прийняття рішень
Трудова діяльність	Мотивувати колектив до ефективної та якісної роботи	<ul style="list-style-type: none"> - удосконалити систему мотивацій для працівників; - підтримувати корпоративний дух; - постійно працювати на імідж компанії; - проводити щомісячні заходи з командо творення (Team building)
Зобов'язання перед суспільством	Задовольняти потребу споживачів у високоякісних туристичних продуктах на засадах сталості	<ul style="list-style-type: none"> - використовувати енергозберігаючі технології у роботі, організувати екологічну безпеку у процесі діяльності



2. Реферативно-семінарська робота

Тема. Теоретико-методологічні засади побудови дерева цілей.

Мета. Ознайомитися з методикою побудови дерева цілей для туристичного підприємства.

Питання для обговорення.

1. Умови розробки дерева цілей:
 - формулювання генеральної цілі;
 - використання методу редукції;
 - поняття декомпозиції;
 - визначення підцілей.
2. Визначення ієрархії цілей :
 - формулювання цілей першого рівня;
 - метод забезпечення необхідних умов;
 - відповідальність за досягнення цілей;
 - взаємодія виконавців при досягненні цілей.
3. Вимірюваність цілей при побудові дерева цілей:
 - набір показників для оцінки досягнення цілей;
 - показники оцінки загальноекономічних цілей;
 - показники оцінки маркетингових цілей;
 - показники оцінки фінансових цілей.
4. Використання дерева рішень при обґрунтуванні господарських рішень у роботі туристичної компанії:
 - метод дерева рішень: опис даних, класифікація, регресія;
 - алгоритм прийняття рішень;
 - етапи побудови дерева рішень;
 - очікувана цінність інформації.

? 3. Запитання для тренінгу

1. Що собою являє дерево цілей?
2. Яка роль декомпозиції при побудові дерева цілей?
3. У чому полягає відмінність дерева цілей від дерева проблем?
4. У чому полягає сутність вертикальної та горизонтальної координації цілей при побудові дерева цілей?
5. Які існують методи побудови дерева цілей?
6. Які якості висуваються до сформульованих цілей туристичного підприємства?
7. У чому полягає відмінність між нормативним та фактичним деревом цілей організації.
8. Чому необхідно встановлювати цілі для всіх структурних підрозділів туристичного підприємства?

9. За допомогою яких конкретних показників можливо оцінити цілі на рівні окремого суб'єкта сфери туризму?

10. Чи можуть змінюватись цілі туристичного підприємства чи вони повинні залишатись сталими протягом життєвого циклу фірми?



4. Тести

1. Що може бути визначено як генеральна мета при побудові дерева цілей туристичного підприємства?

- а) прибуток;
- б) кар'єрне зростання;
- в) поліпшення добробуту суспільства.

2. Процес зведення складного явища, процесу або системи до більш простих складових – це:

- а) декомпозиція;
- б) повнота редукції;
- в) дезагрегація.

3. Метод, за допомогою якого розкривається структура системи, при якому за однією ознакою її поділяють на окремі складові, – це:

- а) дерево цілей;
- б) декомпозиція;
- в) повнота редукції.

4. Які існують методи оцінки обраної підприємством стратегії?

- а) дерево цілей;
- б) щоденникові панелі;
- в) періодичний аудит.

5. Процес, під час якого проходить зведення складного явища або системи до більш простих складових, називається:

- а) дерево цілей;
- б) декомпозиція;
- в) повнота редукції.



5. Глосарій

Декомпозиція; дерево цілей; генеральна мета; підцілі; ієрархія цілей; редукція.

Інформаційне забезпечення: [1; 2; 4; 7].

Практична робота 4



1. Ситуаційно-аналітичне завдання

Тема. Діагностика та прогнозування макросередовища туристичної компанії.

Мета. Навчитись аналізувати й узагальнювати інформацію, проводити комплексний аналіз макроекономічного середовища туристичної компанії.

Теоретичні вказівки. Будь-який суб'єкт туристичного бізнесу проводить свою діяльність у певному середовищі – як зовнішньому так й у внутрішньому, яке градується за макро- та мікрорівнями. Діагностувати та прогнозувати зміни у середовищі необхідно задля упевненого розвитку компанії та його успішної конкурентної боротьби. Одним з інструментів діагностики зовнішнього середовища є PEST-аналіз, тобто аналіз політичних, економічних, соціальних і технологічних факторів у зовнішньому середовищі компанії, які можуть впливати на її діяльність і результати діяльності (рис. 4.2).

Завдяки PEST-аналізу можна виявити поточні зовнішні фактори впливу на компанію, зовнішні фактори, які можуть змінитися в майбутньому, використовувати можливості та захищатись від ризиків і загроз ліпше за конкурентів.

Елементами PEST-аналізу є:

P – політичне середовище (Political Environment). Урядові постанови і юридичні питання впливають на прибутковість і успішність компанії. Питання, які необхідно враховувати, містять: податкові керівні принципи; авторське право і право власності; політичну стабільність; правила торгівлі; соціальну і екологічну політику; закони про зайнятість і правила техніки безпеки.

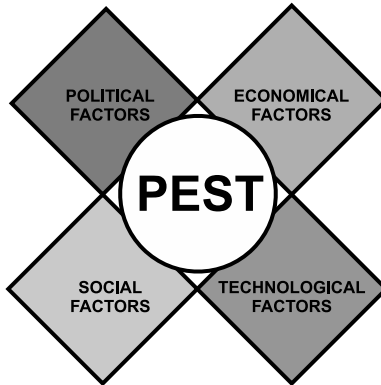


Рис. 4.2. Складові PEST-аналізу

Е – економіка (Economic). Економічний чинник розглядає зовнішні економічні проблеми, які можуть зіграти певну роль в успіху компанії. При цьому звертаємо увагу на: процентні ставки; рівень інфляції; безробіття; валовий внутрішній продукт; доступність кредиту.

S – соціум (Social). Аналіз соціально-економічного середовища ринку своєї галузі допомагає зрозуміти, як формуються споживчі потреби і що слугувало головним фактором для купівлі. Серед явищ, які слід вивчити: демографія; темпи зростання населення; розподіл за віком; ставлення до роботи; тенденції ринку праці.

Зміни в культурі та суспільстві, такі як прагнення здорового способу життя і турбота про навколишнє середовище, зменшення кількості дітей в сім'ї, впливають на те, як споживачі будуть здійснювати свої покупки та наскільки у них зміниться ставлення до пропозицій туристичних кампаній.

T – технології (Technology). Технологія та діджиталізація суспільства відіграють значну роль в бізнесі, зокрема туристичному, та можуть вплинути на як негативно, так і позитивно. Пропозиція нових туристичних продуктів, нових технологій надання послуг може тривати значний час і вимагати більших витрат. Тому бізнес має оцінити цей фактор з усіх боків. Конкретні елементи, які необхідно вивчити: державні витрати на технологічні дослідження; життєвий цикл сучасних туристичних продуктів;

роль інтернету і можливі зміни в ньому; вплив потенційних змін в інформаційних технологіях.

Існує безліч переваг проведення PEST-аналізу, серед яких:

- більш глибоке розуміння місії та мети компанії;
- більш ефективне довгострокове стратегічне планування;
- підвищена увага до потенційних загроз і небезпек;
- погляд на цінні ділові можливості.

Незважаючи на те, що аналізом охоплена значна кількість факторів, є ймовірність, що вони можуть змінитися протягом години або дня через свій динамічний характер. Деякі фактори засновані на припущеннях, тому можуть бути неточними. У процесі збору даних потрібно ретельно перевіряти джерела. Для того щоб PEST-аналіз справді був цінним, його слід використовувати в поєднанні зі SWOT-аналізом (сильні та слабкі сторони, можливості і загрози), MOST-аналізом (місія, мета, стратегія, тактика) або SCRS-аналізом (стратегія, поточний стан, вимоги, рішення).

Завдання. На основі статистичних даних проведіть аналіз макроекономічного середовища туристичної фірми, яка представлена на регіональному ринку. Здійсніть детальний аналіз факторів зовнішнього середовища за методикою PEST-аналізу, виявити можливості та загрози для компанії, зробити прогноз макросередовища.



2. Реферативно-семінарська робота

Тема. Діагностика мікроекономічного середовища туристичної компанії.

Мета. Ознайомитися з методикою оцінки мікроекономічного середовища туристичної компанії.

Питання для обговорення.

1. Аналіз загальної ситуації у туристичній галузі у сучасних умовах:

- поняття і логіка галузі туризму в умовах сьогодення;
- основні економічні показники галузі;
- модель п'яти сил конкуренції М. Портера.

2. Експертна діагностика конкурентного середовища:

- визначення та оцінка основних характеристик ринку туристичних послуг;
 - визначення конкурентних сил, що діють у галузі та їх впливу на ситуацію;
 - виявлення факторів, що визначають рівень конкуренції на ринку та ознаки їхнього прояву, характер змін у структурі конкурентних сил.
3. Етапи експертної діагностики:
- оцінка основних характеристик ринку туристичних послуг;
 - вияв факторів впливу на рівень конкуренції у галузі;
 - прогнозування дій конкурентів;
 - прийняття рішення щодо привабливості туристичного бізнесу у короткостроковій та довгостроковій перспективах.
4. Карти стратегічних груп:
- послідовність розробки;
 - розрахунок матриці конкурентного профілю;
 - оцінка конкурентного середовища.
5. Оцінка привабливості галузі та подальшого бізнесу:
- прибутковість галузі;
 - потенціал зростання галузі;
 - сталість розвитку.

? 3. Запитання та завдання для тренінгу

1. Назвіть основні елементи впливу макросередовища на діяльність туристичної кампанії.
2. Що собою являє PEST-аналіз?
3. Назвіть різновиди PEST-аналізу.
4. Наведіть приклади політичних факторів, що враховуються при проведенні PEST-аналізу.
5. Охарактеризуйте економічні фактори PEST-аналізу.
6. Який вплив соціальних факторів варто враховувати за результатами PEST-аналізу?
7. Технологічні зміни та їх вплив на розвиток туристичного бізнесу.
8. Як пов'язується вплив факторів макро та мікросередовища на функціонування туристичної кампанії?

9. Опишіть п'ять конкурентних сил за М. Портером.
10. Прогнозування розвитку туристичної кампанії за результатами аналізу макро та мікросередовища.



4. Тести

1. До макросередовища кампанії належать:
 - а) конкуренти;
 - б) споживачі туристичних послуг;
 - в) державне регулювання економіки;
 - г) міжнародне становище.
2. До мікросередовища кампанії належать:
 - а) демографічний стан;
 - б) туроператори;
 - в) екологія;
 - г) конкуренти.
3. Що не є предметом PEST аналізу?
 - а) політико-правове середовище;
 - б) внутрішнє середовище фірми;
 - в) соціокультурне середовище.
4. Що є предметом PEST аналізу?
 - а) екологічне середовище;
 - б) персонал кампанії;
 - в) будь-яка організаційна система, відкрита для взаємодії.
5. До факторів внутрішнього середовища туристичної кампанії належать:
 - а) споживачі;
 - б) конкуренти;
 - в) управління.



5. Глосарій

Внутрішнє середовище кампанії; діагностика; зовнішнє середовище кампанії; макросередовище; мікросередовище; прогнозування; фактори впливу; PEST аналіз.

Інформаційне забезпечення: [3; 9; 10; 14; 16].

Практична робота 5



1. Ситуаційно-аналітичне завдання

Тема. Аналіз стратегічного потенціалу туристичної кампанії.

Мета. Ознайомитись з методологією оцінки внутрішнього стану туристичної кампанії та вибору стратегічної позиції.

Теоретичні вказівки.

Стратегічний баланс у діяльності кампанії – це поєднання як позитивних, так і негативних факторів, які впливають на діяльність кампанії (загроз і можливостей), що об'єктивно існують у зовнішньому середовищі та суб'єктивно оцінені, з порівняно сильними та слабкими сторонами у функціонуванні господарюючого суб'єкта. Кампанії, що ефективно застосовують стратегічне управління, складають стратегічні баланси у вигляді PEST або SWOT-аналізу за обраним переліком і оцінками факторів.

Тому у стратегічному управлінні широко застосовується технологія SWOT-аналізу, який одночасно є простим і дієвим інструментом при розробці стратегій (рис. 4.3).

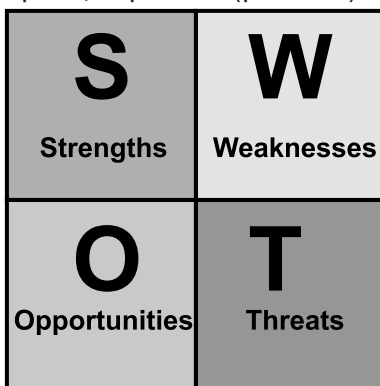


Рис. 4.3. SWOT-аналіз

SWOT-аналіз – це інструмент планування, який використовується для розуміння сильних, слабких сторін, можливостей та загроз, що беруть участь у проекті (організації, структурі).

SWOT-аналіз дозволяє впоратися з повсякденними проблемами і подивитися на традиційні стратегії компанії з нової

точки зору. Поряд з PEST-аналізом даний інструмент використовується як основа для організації та використання даних й інформації, отриманої в результаті аналізу ситуації внутрішнього та зовнішнього середовища.

Сильні сторони (strength) – внутрішні можливості (навички, потенціал) чи ресурс, що можуть зумовити формування конкурентної переваги.

Слабкі сторони (weaknesses) – види діяльності, які фірма здійснює не досить добре, або ресурси, підсистеми потенціалу, що неправильно використовуються.

Можливості (opportunities) – сукупність факторів, що переважно позитивно впливають на діяльність організації, альтернативи, що їх може використати підприємство для досягнення стратегічних цілей (результатів).

Загрози (threats) – сукупність факторів, що переважно негативно впливають на діяльність організації, будь-які процеси або явища, що перешкоджають руху підприємства чи організації в напрямку досягнення своїх місії та цілей.

Матриця SWOT-аналізу – це форма, яка не містить остаточної інформації для прийняття управлінських рішень, але дає змогу впорядкувати процес опрацювання всієї наявної інформації з використанням експертних думок та оцінок.

Таблиця 4.9

Приклад SWOT-аналізу туристичної компанії

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>високий рівень кваліфікації співробітників; ефективна взаємодія між відділами компанії; якість пропонованих туристичних послуг;</p> <p>ексклюзивність турпродуктів;</p> <p>наявність екзотичних турпродуктів;</p> <p>широкий асортимент турпродукту;</p> <p>оптимальний для певного сегменту споживачів рівень цін;</p> <p>надійний імідж компанії на ринку</p>	<p>низька зацікавленість співробітників у розвитку компанії;</p> <p>застаріле програмне забезпечення;</p> <p>низька фінансова стійкість компанії;</p> <p>низька прибутковість бізнесу;</p> <p>значні терміни окупності коштів, вкладених в розробку турпродуктів-новинок;</p> <p>відсутність ефективної реклами;</p> <p>слабкі канали збуту</p>

Можливості	Загрози
<p>розширення спектру туристичних послуг; удосконалень дизайну офіційного сайту; удосконалення і просування реклами; можливе підвищення попиту на промисловий туризм; збільшення потоку іноземних туристів</p>	<p>продовження війни в Україні; COVID-ні обмеження; можливість появи нових конкурентів на ринку; нестабільна політична ситуація в країні; зниження сезонного попиту на окремі види турпродуктів; зниження платоспроможності населення; зменшення попиту на в'їзний туризм; погіршення економічної ситуації в країні; підвищення оренди за приміщення; низька фінансова платоспроможність; непогашена кредиторська заборгованість</p>

Завдання. За результатами аналізу діяльності реальної туристичної кампанії, побудувати матрицю SWOT із зазначенням полів (розробити стратегію для кожного поля), матриці можливостей і загроз, скласти профіль зовнішнього та внутрішнього середовища кампанії.



2. Реферативно-семінарська робота

Тема. Діагностика середовища кампанії як базис при розробці стратегій.

Мета. Ознайомитися з інструментами проведення діагностики туристичних кампаній та їх практичного застосування.

Питання для обговорення.

1. Комплексна діагностика середовища за допомогою SWOT-аналізу:

- характеристика бізнесу та його оцінка експертами;
- розробка матриці;
- типи стратегій матриці.

2. Особливості інструментів проведення діагностики кампанії:

- характеристика інструментів та специфіка їх використання;
 - доцільність використання конкретних інструментів для діагностики туристичних кампаній;
 - переваги та недоліки SWOT-аналізу;
 - алгоритм проведення діагностики.
3. Різновиди діагностики туристичної кампанії:
- простий SWOT-аналіз;
 - оцінка за балами;
 - план та етапи аналізу;
 - аналіз як метод стратегічного планування.
4. Стратегічне планування:
- необхідність стратегічного планування у кампанії;
 - фокусування на майбутньому;
 - передумови стратегічного планування.

? 3. Запитання та завдання для тренінгу

1. Що таке SWOT-аналіз?
2. Що дає розуміння сильних сторін кампанії та як це можна використати при розробці стратегії туристичного бізнесу?
3. Чому не варто ігнорувати слабкі сторони кампанії?
4. Яка роль можливостей кампанії для оцінки перспектив її розвитку?
5. Наведіть види загроз для туристичної кампанії та бізнесу.
6. Які критерії обираються при проведенні SWOT-аналізу для кожного блоку матриці?
7. Що собою являють квадранти матриці SWOT?
8. Як результати SWOT-аналізу впливають на формулювання стратегічних намірів, візії та мети туристичної кампанії?
9. Яким вимогам повинен відповідати ефективний SWOT-аналіз?
10. Що таке алгоритм проведення SWOT-аналізу?



4. Тести

1. SWOT-аналіз – це:
 - а) аналіз ситуації на ринку;

- б) дослідження конкурентів;
- в) аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

2. Метод стратегічного аналізу середовища, який дає змогу формувати загальний перелік стратегій підприємства, називається:

- а) стратегічний баланс;
- б) SWOT-аналіз;
- в) матриця можливостей;
- г) матриця загроз.

3. Альтернативи, що їх може використати підприємство для досягнення стратегічних цілей можна визначити як:

- а) сильні сторони;
- б) слабкі сторони;
- в) можливості;
- г) загрози.

4. Що можна визначити як сильні сторони туристичної кампанії під час виконання SWOT-аналізу?

- а) конкурентні переваги;
- б) обґрунтований стратегічний набір туристичних продуктів;
- в) обґрунтування додаткових груп споживачів туристичних продуктів;
- г) концентрація на швидко зростаючих регіональних ринках.

5. Внутрішні можливості чи ресурси туристичної кампанії, що можуть зумовити формування конкурентних переваг, – це:

- а) сильні сторони;
- б) слабкі сторони;
- в) можливості;
- г) загрози.

5. Глосарій

Матриця загроз; матриця можливостей; стратегічний баланс; стратегічний потенціал; SWOT-аналіз.

Інформаційне забезпечення: [1; 3; 9].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьєв М. В. Стратегія підприємства: Навч.-метод. посіб. /М. В. Афанасьєв, Г. О. Селезньова. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. 272 с.
2. Большенко С. Ф., Деділова Т. В. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни «Стратегічне управління підприємством». Харків, 2012. 40 с.
3. Мальська М., Бордун О. Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 248 с.
4. Мальська М. П. та ін. Світовий досвід організації туризму. Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 244 с.
5. Охріменко А. Г. Трансформаційні процеси впливу на національну туристичну систему. Трансформаційні перетворення регіональної економіки: монографія / за заг. ред. С. А. Назаренка. Київ: Кондор, 2016. 290 с.
6. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів: Пер. з англ. Київ: «Наш Формат», 2020. 424 с.
7. Руднева М. Г. Інформаційні методи і технології в туризмі. Стратегія розвитку України. 2019. №1, С.145-151
8. Скарга О. Концептуальні засади забезпечення міжнародної конкурентоспроможності туристичної компанії в умовах глобалізації. Бізнес-Інформ. 2018. № 3. С. 435-442.
9. Стратегія: методичні вказівки до проведення практичних занять і самостійного засвоєння дисципліни для здобувачів вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка» всіх форм навчання. Укладачі: Мініна О. В., Іванова Н.В. Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2021. 105 с.
10. Шацька З. Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери туризму в Україні. Економіка і суспільство. 2018. № 19.
11. Goeldner Ch. R., Ritchie J. R. B. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 10th ed. New Jersey: John Wiley & Sons, 2006. 590 p.
12. Holloway J. Ch. The Business of Tourism. London: MacDonald & Evans, 2nd edn, 1985.
13. Hsu C. H. C. Global Tourism Higher Education: Past, Present and Future. Haworth Press, 2012.

14. Головне управління статистики України. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

15. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008): [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://statistics.unwto.org/en/content/conceptual-framework-tsa-tourism-satellite-account-recommended-methodological-framework-tsar>

16. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/>

4.3. ТРАНСКОРДОННЕ РЕГІОНАЛЬНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Вступ

У структурі професійної підготовки студентів освітньо-професійної програми «Менеджмент туристичної індустрії» значна увага приділяється дисциплінам, які дають фахові знання й компетентності з організації міжнародного туризму, одним із напрямів якого є транскордонний. Вивчення цієї дисципліни сприятиме розумінню євроінтеграційних процесів у галузі туризму, насамперед на прикордонних теренах України. Значна увага у викладанні дисципліни приділяється регіональним особливостям та значенню проєктної діяльності на територіях транскордоння. Курс «Транскордонне регіональне співробітництво в туристичній галузі» націлений на формування необхідного рівня знань, умінь і практичних навичок з аналізу діяльності транскордонних регіонів, організації туризму в системі транскордонного співробітництва та розробки транскордонних маршрутів. Зокрема, на основі базових знань з попередніх курсів оволодіти методикою організації різних видів транскордонного туризму залежно від потреб туристів, їх вікових, статевих і соціальних особливостей.

Метою вивчення дисципліни є набуття студентом комплексу теоретичних знань і практичних навичок з організації туристичної діяльності на транскордонних територіях і здатністю працювати в міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.

Результати навчання. У результаті вивчення даної дисципліни студент має набути таких компетентностей:

Знати:

- суть поняття транскордонного співробітництва в туризмі;
- ознаки транскордонного туризму та його місце у структурі міжнародно-туристичної діяльності;

- класифікацію транскордонного туризму за видами;
- основні поняття та концепції транскордонного туризму;
- основи організації та планування маршрутів транскордонного туризму;
- основні етапи розробки маршруту транскордонного туризму.

Вміти:

- аналізувати в'їзні та виїзні туристичні потоки;
- здійснювати оцінку діяльності транскордонних регіонів;
- працювати з тематичними картами;
- планувати і розробляти маршрути транскордонного туризму.

Практична робота 1

Тема. Аналіз понять і визначень транскордонного співробітництва в туристичній галузі.

Мета. проаналізувати терміни й визначення в галузі транскордонного туризму.

Завдання:

1. Проаналізувати термінологічну базу транскордонного співробітництва в туристичній галузі.

2. Знати визначення понять:

- кордон;
- прикордонна територія;
- транскордонна територія;
- туризм;
- транскордонний регіон;
- транскордонний туризм;
- транскордонне співробітництво;
- транскордонне співробітництво в галузі туризму;

3. Підготуватися до тестового контролю.

Теоретична частина. Поняття транскордонного туризму відносно нове, тому існує необхідність розкрити його зміст. Спробуємо дослідити його, виходячи зі змісту понять, які його формують: «кордон» і «туризм».

Кордон – це лінія, яка визначає межі державної території та відокремлює суміжні території держав одна від одної. Розуміння поняття кордону залежить від культурних та психологічних відмінностей націй, народів світу. Для європейців кордон є розділовою лінією між сусідніми державами.

Вікіпедія дає таке визначення: «*Державний кордон* – лінія і вертикальна поверхня, що проходить по цій лінії, які визначають межі території держави – суші, вод, надр, повітряного простору. Державний кордон – це політична й економічна межа, лімітована державним ладом, національною відособленістю, митним контролем, правилами зовнішньої торгівлі та іншими критеріями» [7].

На основі дефініції «кордон» утворюються дефініції прикордонний та транскордонний. Прикордонний – розташований біля кордону, вздовж кордону; який міститься на кордоні, позначає місце кордону; який відбувається або здійснюється біля кордону. Транскордонний – той, який пов'язаний з перетином кордонів, виходить за межі держави.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (ВТО), слово туризм похідне від французького *tour* (прогулянка, поїздка) і являє собою подорож у вільний час, один із видів активного відпочинку.

Найбільш універсальне, уніфіковане визначення туризму таке: туризмом вважається діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного середовища протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями. Це визначення, прийняте Всесвітньою туристичною організацією, використовується в усіх країнах-членах ВТО, в тому числі й в Україні. У законі України «Про туризм» читаємо: «Туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю».

За визначенням О. О. Любіцевої, «туризм – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання із оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою чи іншою метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування. Туризм проявляється як форма суспільного споживання специфічних благ, послуг

та товарів, що об'єктивно розвинулась унаслідок соціологізації відтворювальної функції, утворивши галузь діяльності зі створення цього специфічного продукту та організації його споживання, яка за кінцевим призначенням та характером діяльності належить до споживчих галузей господарства» [17].

До понятійно-термінологічної системи «транскордонний туризм» належать і такі поняття, як: прикордонна територія, транскордонна територія і подібні до них терміни.

Існує кілька визначень поняття «прикордонна територія». Так, Д. А. Малявіна (2001 р.) під прикордонними територіями розуміє території держави, що прилягають до державного кордону, виконують особливі прикордонні функції та мають у зв'язку з цим специфічні особливості.

Соціально-економічну складову поняття «прикордонні території» взяв за основу Ганзей С. С. (2005 р.), який стверджував, що прикордонні території – це території, що являють собою частину геосистеми регіональної розмірності, прилягають до державного кордону і є частиною цілісного природно-господарського району, економічна, культурна, соціальна та екологічна ситуація в яких залежать від прилеглої території сусідньої країни і в свою чергу чинить на неї вплив.

На економічній стороні питання наполягала і Дерій Ж. В. (2006 р.), коли розглядала прикордонні території як особливі частини території держав, які можуть обслуговувати не тільки внутрішні економічні відносини, але й відігравати провідну роль у взаємодії між економіками суміжних суверенних держав.

Одним із найновіших визначень поняття «прикордонні території» є визначення, дане Е. В. Алехініним (2007 р.), який писав, що прикордонні території – це території, що відчувають суттєвий вплив державного кордону, та мають за основні функції воєнну, фільтруючу та контактну. У даному визначенні виділені основні, на думку автора, функції прикордонних територій.

Як видно, ці визначення є досить різноплановими. Подібність полягає у тому, що у всіх визначеннях (окрім визначення Ж. В. Дерій) підкреслюється зв'язок території і державного кордону, що є логічним, адже ці два поняття двоєдині.

Визначення Д. А. Малявіної є найбільш узагальнююче, а дана нею класифікація прикордонних територій – найбільш по-

вна. Так, вона пропонує класифікувати прикордонні території за наступними ознаками: властивості та функції кордонів; контрастність суміжних районів; рівень компліментарності; тип відносин між територіями сусідніх країн; територіальне охоплення.

Поряд із поняттям прикордонна територія використовують і поняття прикордонний регіон. Регіон – це термін, який використовується для позначення таксонів різного рангу.

У географії та регіональній економіці термін «регіон» вживається в багатьох аспектах:

1) як синонім терміна район; звідси – регіональний, той, який належить до району;

2) для позначення зіставлення таксонів, які відносяться до різних систем таксонування або до різноманітних порядків однієї і тієї ж системи таксонування;

3) для позначення будь-яких територій, які за своїми ознаками не «підходять» до прийнятої системи територіального поділу і не дозволяють визначити їх іншими термінами;

4) для позначення територіальних таксономічних одиниць визначеного класу в конкретній системі таксонування.

Прикордонні регіони – це території, на яких проживають спільноти людей, тісно пов'язаних різнобічними стосунками, але розділених кордонами. Незалежно від політичних систем країн, до яких належать ці спільноти, вони стикаються з ідентичними соціально-економічними, соціально-культурними, політичними і законодавчими проблемами.

Прикордонний регіон – це потенційний регіон із притаманною йому географією, екологією, етнічними групами, економічними можливостями тощо, але розділений суверенітетом урядів, які правлять по обидва боки кордону. При цьому прикордонний регіон характеризується наявністю спільних проблем, які належать як до просторової, так і до секторної площини, а також до соціальної та культурної діяльності.

Узагальнюючи зазначене вище, дотримуватимемося думки, що *прикордонний регіон* – це адміністративно-територіальна одиниця, яка знаходиться на наступному після державного рівні та розташована безпосередньо вздовж державного кордону (табл. 4.10). Під *транскордонним регіоном* належить розуміти певну територію, яка характеризується наявністю схожих при-

родно-географічних умов і охоплює прикордонні регіони двох або кількох держав, що мають спільний кордон.

Таблиця 4.10

Порівняння характеристик понять «прикордонний регіон» і «транскордонний регіон» [Chojnicki Z., Mazurkiewicz L., Гранберг А.]

Прикордонний регіон	Транскордонний регіон
1. Прикордонний регіон – це частина більшого суспільно-економічного простору. Інакше цей регіон можна називати вузловим.	1. Транскордонний регіон – це сума щонайменше двох різних суспільно-економічних просторів, пов'язаних із територіями сусідніх держав.
2. Регіон як фрагмент простору презентує собою систему, елементами якої є осередки поселень.	2. Кожна з цих частин презентує собою самостійну систему зі своїми елементами, а потім транскордонний регіон представляється також як єдина система вищого порядку, для якої ці частини є підсистемами.
3. Спосіб організації структури вирізняє регіон з суспільно-економічного простору.	3. Оскільки це територіальна система, яка складається з підсистем, що належать різним суспільно-господарським просторам, спосіб організації його структури є комбінацією способів, на яких організовані структури складових підсистем.
4. Регіональна структура, окреслена через зв'язки і просторову залежність між елементами (одинаціями поселень), має моноцентричний характер.	4. Структура транскордонного регіону завжди має поліцентричний характер.

Прикордонний регіон	Транскордонний регіон
<p>5. Ця структура, організована довкола одного домінуючого осередку (центру мережі поселень), створює в міру закрити, в рамках суспільно-господарського простору, функціонально-просторову цілісність.</p>	<p>5. Вона організована навколо стількох домінантних осередків мережі поселень (центрів), скільки різних територіальних підсистем входить до складу транскордонного регіону. Кожна з тих підсистем має інший ступінь відкритості щодо свого суспільно-економічного простору, а також щодо останніх підсистем.</p>
<p>6. Замкнутість ніколи не є повною, тож регіон – система відкрита щодо руху людей, благ, інформації та енергії.</p>	<p>6. Оскільки відкритість має межі, є різна відкритість до конкретних підсистем регіональної системи щодо переміщення людей, благ, інформації та енергії.</p>
<p>7. Ця відкритість зумовлює відповідну реакцію регіону на зміни своєї внутрішньої структури.</p>	<p>7. Різний рівень відкритості зумовлює те, що на регіональну систему по-різному впливає зміна структури.</p>
<p>8. Чим більша відкритість регіону, тим більший приплив енергії і більша реакція на зміни структури або, інакше кажучи, тим більше регіональна структура віддалена від стану рівноваги (недостатня податливість на зміну структури).</p>	<p>8. Структура системи у різній мірі віддалена від стану рівноваги (недостатня чи мінімальна податливість системи на зміну структури) і реагує з різним запізненням на всякі зміни.</p>
<p>9. Перехід до іншого стану структури можливий завдяки нелінійній природі зв'язків і залежностей у системі.</p>	<p>9. Ті зміни мають нелінійний характер зв'язків і залежностей у регіональній системі, при тому, що природа показує різницю в межах окремих підсистем цієї системи.</p>

Прикордонний регіон	Транскордонний регіон
<p>10. Ці зв'язки та залежності мають у значній мірі причинно зворотний характер. Сприяє це, з одного боку, зміцненню змін, що з'явилися в процесі функціонування системи, дякуючи чому є можливим досягнення через його структуру різних станів. З іншого боку, зворотній вплив виконує роль механізму самоконтролю, що не дозволяє на такий перебіг змін структури, які могли б загрожувати її існуванню.</p>	<p>10. Так само різним може бути характер зворотних впливів щодо зв'язків та залежностей вищого порядку, а у зв'язку з тим по-різному можуть відбуватися процеси проходження та зміцнення змін в окремих підсистемах транскордонного регіону. У порівнянні з моноцентричним суспільно-економічним регіоном з'являється новий вид зворотних зв'язків, пов'язаних з відносинами на рівні центрів мережі поселень (транскордонне співробітництво).</p>
<p>11. Моноцентричний характер регіональної структури спричиняє її високий ступінь інтеграції, що сприяє динаміці внутрішніх змін у структурі, проте одночасно домінуюча роль одного центру полегшує процес самоконтролю тих змін.</p>	<p>11. Поліцентричний характер зумовлює те, що рівень інтеграції регіональної структури є нижчим у порівнянні з вузловим регіоном, що також зумовлює те, що зміни структури транскордонного регіону відбуваються повільніше і розпочаті в якійсь з підсистем не обов'язково охоплюють цілу систему. Процеси самоконтролю відбуваються не лише у межах підсистем, будуть скоординовані через домінуючий центр, але одночасно спіраючись на зв'язки між тими центрами.</p>

Мікула Н. підкреслює, що специфіка транскордонного регіону зумовлюється: 1) наявністю кордону і всім, що з ним пов'язане; 2) транзитністю території, що визначає специфіку територіально-просторового розвитку (економічної, культур-

ної, політичної підсистем); 3) наявністю спільних природних ресурсів (простору), що належать, як мінімум, до двох суспільно-економічних систем.

За результатами дослідження специфіки транскордонного регіону узагальнені основні закономірності його формування та розвитку, які полягають ось у чому:

- оскільки транскордонний регіон є територіальною системою, що складається, як мінімум, з двох національних частин (підсистем), то спосіб організації його структури є комбінацією способів, за якими організовані структури складових підсистем;

- структура транскордонного регіону завжди має поліцентричний характер і організована навколо стількох домінуючих центрів мережі поселень, скільки різних територіальних підсистем входить до складу транскордонного регіону;

- поліцентричний характер зумовлює те, що рівень інтеграції регіональної структури нижчий порівняно з прикордонним (вузловим) регіоном. Це також спричиняє те, що зміни структури транскордонного регіону відбуваються повільніше і, розпочаті в якійсь з підсистем, не обов'язково охоплюють цілу систему. Процеси саморегулювання відбуваються не лише у межах підсистем, а координуються через домінуючі центри, одночасно спираючись на зв'язки між тими центрами.

Басейн річки можна також розглядати як транскордонний регіон. Транскордонний річковий басейн – це географічна область, розташована в межах двох або більше держав і обмежена вододілами, включаючи поверхневі та підземні води, що впадають в загальну водойму (ст. II Хельсинських правил 1966 р.).

В ідеології регіональної економічної політики важливе місце займає уявлення, що основним її об'єктом є різні регіональні (просторові) нерівності – різниця у рівнях розвитку, зайнятості, доходів населення, умовах підприємництва тощо. Проте необхідність розв'язання спільних проблем, що виникають у транскордонному регіоні (територіальне та просторове облаштування, розбудова транскордонної інфраструктури, спільне використання водних та інших ресурсів тощо), виводить державну регіональну політику на міжнародний рівень і призводить до необхідності врахування стратегій соціально-економічного розвитку суміжних прикордонних територій сусідніх держав.

Однією з ознак діяльності транскордонних регіонів є транскордонне співробітництво. Загальною метою транскордонного співробітництва є забезпечення якісних умов проживання населення з обох боків кордону, нівелювання наявності останнього.

Уперше термін «транскордонне співробітництво» (надалі у тексті – ТКС) ввела «Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями», підписана у Мадриді 21 травня 1980 року.

У зазначеному документі транскордонне співробітництво визначається як «будь-які спільні дії, спрямовані на посилення та поглиблення добросусідських відносин між територіальними общинами або властями, що знаходяться під юрисдикцією двох або декількох договірних сторін, а також укладання з цією метою будь-яких необхідних угод або досягнення домовленостей» [10].

Поняття «транскордонне співробітництво» в англійських наукових статтях дослівно тлумачиться як «черезкордонне співробітництво» (від англ. «cross-border cooperation»).

Трактування ТКС, запропонованого «Європейською рамковою конвенцією про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями», дотримується більшість провідних українських дослідників даної теми.

У законі України «Про транскордонне співробітництво» наводиться наступне визначення транскордонного співробітництва: «спільні дії, спрямовані на встановлення і поглиблення економічних, соціальних, науково-технічних, екологічних, культурних та інших відносин між територіальними громадами, їх представницькими органами, місцевими органами виконавчої влади України та територіальними громадами, відповідними органами влади інших держав у межах компетенції, визначеної їх національним законодавством» [15].

Незважаючи на наявність визначення транскордонного співробітництва у нормативно-правовій базі України та зарубіжних країн, багатьма науковцями подається власне бачення даного поняття (табл. 4.11).

Таблиця 4.11

Підходи до трактування змісту поняття «транскордонне співробітництво»

Автор, джерело	Визначення
В. Кифяк «Функціонування єврорегіону «Верхній Прут» та його роль в інтеграційних процесах України – с. 65-72.	Зазначав, що міжтериторіальне і транскордонне співробітництво є важливими інструментами, які формують механізм регіонального розвитку поряд із спеціальними режимами інвестиційної діяльності, вільними економічними зонами, науково-технічними та індустриальними парками.
П. Беленський та Н. Мікула «Підходи до формування концепції транскордонного співробітництва області – с. 4-13.	Визначають транскордонне співробітництво як специфічну сферу реалізації міжнародних відносин на регіональному рівні, яка відрізняється необхідністю і можливістю активного їх використання, наявністю спільного кордону, потребою спільного вирішення проблем екологічної безпеки, ширшого взаємного спілкування населення сусідніх держав та значно вищим навантаженням на соціально-економічну інфраструктуру.
П. Нікіфоров «Чинники активізації транскордонного співробітництва в регіоні – с. 35-43.	Транскордонне співробітництво є однією з форм зближення вітчизняної економіки із національними економіками сусідніх держав.

Автор, джерело	Визначення
П. Ю. Беленький та М. І. Долішній «Розміщення продуктивних сил і регіоналістика»	Транскордонним співробітництвом називають «специфічну сферу зовнішньоекономічної, політичної, екологічної, культурно-освітньої та інших видів діяльності, яку здійснюють на регіональному рівні. Таке співробітництво охоплює всі форми зазначених видів діяльності та націлене на якомога активніше їх використання. [Стеченко, Д. М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика: навч. посіб. / Д. М. Стеченко. – К. : Вікар, 2006. – 400 с. – , с. 94].
Д. М. Стеченко «Розміщення продуктивних сил і регіоналістика» – с. 16.	Розглядає транскордонне співробітництво одночасно як «інтенсивне прикордонне співробітництво у всіх сферах життя» та господарську форму, яка «сприяє поживленню регіонального розвитку, активному включенню країн у сучасний інтегрований світ».

Окремі вітчизняні вчені виділяють суміжні з транскордонним співробітництвом поняття. Так, В. Шевченко-Марсель та О. Дугов виділяють поняття транскордонності як зв'язку (сукупності політичних, економічних та соціальних чинників, які виникають у процесі транскордонного співробітництва), що накладається на прикордонні регіони сусідніх країн та їх геополітичне розташування.

Український науковець Р. М. Дацків зазначає, що транскордонні зв'язки – це зв'язки, які виникають у сфері політики, економіки, охорони навколишнього середовища, культури, освіти, демографічного регулювання, інших галузях в межах визначеного транскордонного простору – території, яка охоплює два

або більше регіонів прикордонних держав і об'єднує їх за певними географічними та соціально-історичними ознаками.

Транскордонне співробітництво означає співпрацю суміжних територій сусідніх держав, тобто визначальним є наявність кордону між співпрацюючими територіями. Можна вживати термін «міжтериторіальне транскордонне співробітництво», коли співпрацюють між собою прикордонні райони чи міста, але не можна говорити про транскордонне співробітництво держав, які не є сусідами.

Реалізуючи програму інтеграції в Європейський Союз, Україна повинна використовувати термінологію, яка вже набула широкого розповсюдження в Європі. Так, протягом значного періоду в Україні вживався термін «прикордонне» співробітництво і лише в останні 20 років став вживатися термін «транскордонне». Тому доцільно було б дещо визначитися і з цими термінами. За своєю суттю співпрацю сусідніх територій визначають обидва терміни. Перший термін є більш звичним в Україні, він використовувався в умовах, коли кордон був достатньо закритий для широкого обміну. Не було мови також про створення транскордонних об'єднань (єврорегіонів) та реалізації проєктів для вирішення спільних проблем суміжних територій ні на міждержавному, ні на міжрегіональному рівнях. Об'єктами досліджень були прикордонні території кожної з суміжних держав, і не розглядалися спільні проблеми.

Термін «прикордонне співробітництво» почав уживатися у 70-х роках минулого століття для визначення культурних відносин і політичних акцій між сусідніми регіонами по обидві сторони кордону та для визначення прикордонної торгівлі, що отримала розвиток у 1973–75 рр. на основі безпосередніх угод між обласними спілками споживчої кооперації України та кооперативними організаціями Угорщини, Чехословаччини, Польщі та Румунії, а з 1980 р. і між органами державної торгівлі прикордонних областей цих країн.

Проте на даний час взаємовідносини прикордонних територій відбуваються в значно більшій кількості сфер і часто незалежно від волі та бажань людини та відзначеного нею кордону – в атмосфері, по воді тощо («trans» в перекладі «пере», переносити, переміщати тощо). Тобто категорія «транскордонне»

більше відповідає суті того, що відбувається на прикордонних територіях. Крім того, на сучасному етапі за об'єкт дослідження часто береться транскордонний регіон.

Отже, можна зазначити, що транскордонне співробітництво є ширшим поняттям, яке охоплює усі вище-наведені моменти і для визначення співпраці. Проте доцільно розширити звичне в Україні поняття прикордонної співпраці до суті поняття транскордонної, яке більше використовується у світі та вживати їх у подальшому як тотожні, якщо інше не буде вказане.

Транскордонне співробітництво означає будь-які спільні дії, спрямовані на посилення та поглиблення добросусідських відносин між територіальними громадами або органами влади, які перебувають під юрисдикцією двох і більше договірних сторін. Воно здійснюється в межах компетенції територіальних громад або органів влади, які визначаються національним законодавством, шляхом укладання відповідних угод або домовленостей.

З огляду на відсутність чіткого понятійного апарату щодо транскордонного співробітництва та єдиних підходів до розуміння його сутності, можна сформулювати таке визначення транскордонного співробітництва: транскордонне співробітництво – це специфічна сфера зовнішньоекономічної діяльності, яка передбачає спільні дії між територіальними громадами, їх представницькими органами, місцевими органами виконавчої влади прикордонних регіонів України та територіальними громадами, відповідними органами влади прикордонних регіонів інших держав у межах компетенції, визначеної їх національним законодавством щодо встановлення і поглиблення економічних, соціальних, науково-технічних, екологічних, культурних та інших відносин між ними шляхом реалізації спільних програм транскордонної співпраці.

Отже, основний принцип міжнародного транскордонного співробітництва полягає в тому, щоб створювати в прикордонних зонах такі зв'язки і такі договірні відносини, які б сприяли розв'язанню спільних проблем.

Національним законодавством України передбачено, що транскордонне співробітництво здійснюється у таких формах:

- установа та розвиток взаємовигідних контактів між суб'єктами транскордонного співробітництва, зокрема прямих

контактів між територіальними громадами прикордонних територій;

- укладення угод про транскордонне співробітництво в окремих сферах;

- у межах Єврорегіонів.

Однією зі сфер застосування транскордонного співробітництва є туризм.

Закон України «Про туризм» наводить наступне визначення даному поняттю: туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає.

Туризм поділяють за різними ознаками на окремі види. За територіальною ознакою виокремлюють внутрішній туризм та зовнішній, або міжнародний туризм. Тож є зміст говорити й про транскордонний туризм як окремий підвид міжнародного туризму.

Транскордонний туризм – це вид міжнародного туризму, який включає в себе подорож особи за межі постійного місця проживання у межах транскордонного регіону, що включає перетин кордону сусідніх держав, та здійснюється з пізнавальною, відпочинковою, оздоровчою чи іншою метою на термін від однієї доби до року.

Транскордонне співробітництво в галузі туризму – встановлення взаємовідносин між суб'єктами туристичної діяльності, територіальними громадами, місцевими органами виконавчої влади, громадськими організаціями з відповідними інститутами інших держав та міжнародними організаціями щодо реалізації спільних рішень у галузі туризму.

Основними завданнями транскордонного співробітництва в галузі туризму можуть бути:

- створення сприятливих умов розвитку туристичного підприємства;

- ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу території в контексті концепції збалансованого розвитку;

- підвищення соціально-економічного ефекту від галузі для регіону.

? Запитання та завдання для обговорення

1. Що таке кордон?
2. Як співвідносяться поняття «прикордонна» та «транскордонна» територія?
3. Що називається транскордонним регіоном?
4. Яке місце транскордонного туризму в структурі міжнародного туризму?
5. Що називається транскордонним співробітництвом?
6. У яких формах може здійснюватися транскордонне співробітництво?
7. В чому полягає основний принцип міжнародного транскордонного співробітництва?
8. Назвіть основні завдання транскордонного співробітництва в галузі туризму.

Практична робота 2

Тема. SWOT-АНАЛІЗ розвитку транскордонного туризму.

Мета. Здійснити SWOT-АНАЛІЗ розвитку транскордонного туризму адміністративної області

Завдання:

- 1) обґрунтувати сильні та слабкі сторони, можливості та загрози розвитку транскордонного туризму за групами;
- 2) презентувати результати роботи;
- 3) провести обговорення.

Вид роботи – груповий. Кожна студентська група обирає одну з прикордонних адміністративних областей України для виконання завдання. Упродовж першої частини практичного заняття групи працюють над поставленими завданнями, упродовж другої частини групи презентують свої напрацювання. Підсумком роботи є заповнена таблиця на гугл-диску зі спільним доступом, посилання на яку закріплене на платформі дистанційного навчання Moodle.

Теоретична частина. З 60-х років минулого століття й донині SWOT-аналіз широко застосовується у процесі стратегічного планування, що полягає в розділенні чинників і явищ на чотири категорії:

- сильних (Strengths);
- слабких (Weaknesses) сторін проєкту;
- можливостей (Opportunities), що відкриваються при його реалізації;
- загроз (Threats), пов'язаних з його здійсненням.

Цей акронім може бути зображений у вигляді таблиці:

Таблиця 4.12

	Позитивний вплив	Негативний вплив
Внутрішнє середовище	Strengths (сильні сторони)	Weaknesses (слабкі сторони)
Зовнішнє середовище	Opportunities (можливості)	Threats (загрози)

? Запитання для обговорення.

1. Як розшифровується акронім SWOT-аналіз?
2. Які сильні сторони (Strengths) має транскордонний туризм у регіоні?
3. Які слабкі сторони (Weaknesses) має транскордонний туризм у регіоні?
4. Які можливості (Opportunities) відкриваються для транскордонного туризму в регіоні?
5. Які потенційні загрози (Threats) можуть бути щодо транскордонного туризму в регіоні?
6. Які регіони України мають найкращі можливості для розвитку транскордонного туризму?

Практична робота 3

Тема. Оцінка передумов і стримуючих чинників розвитку транскордонного туризму в регіоні.

Мета. Виокремити передумови та стримуючі чинники розвитку транскордонного туризму в регіонах:

- українсько-польському;
- українсько-румунському;
- українсько-словацькому;

- українсько-білоруському;
- українсько-угорському;
- українсько-молдовському.

Завдання:

- 1) обґрунтуйте передумови та стримуючі чинники розвитку транскордонного туризму в регіонах;
- 2) презентуйте результати роботи;
- 3) проведіть обговорення.

Вид роботи – груповий. Кожна студентська група обирає один із запропонованих регіонів для виконання завдання. Упродовж першої частини практичного заняття групи працюють над поставленими завданнями, упродовж другої частини групи презентують свої напрацювання. Підсумком роботи є заповнена таблиця на гугл-диску зі спільним доступом, посилання на яку закріплене на платформі дистанційного навчання Moodle.

Теоретична частина. Співпраця в галузі туризму займає одне з чільних місць у програмах транскордонного співробітництва. Для більшості транскордонних регіонів туризм є стратегічною сферою регіонального розвитку. Позаяк туризм відзначається високою залежністю від інших галузей національної економіки, а доцільність транскордонного співробітництва в туризмі зумовлюється високим ступенем залежності галузі від розміщення природно-рекреаційних об'єктів, що формують туристичну привабливість регіону, то в розвитку туризму на транскордонних територіях зацікавлені прикордонні регіони країн, які поєднані спільними туристичними об'єктами, та розділені державними кордонами.

Основні форми реалізації транскордонного співробітництва в Україні – єврорегіони, міжрегіональні агломерації, транскордонні туристичні кластери, стратегії транскордонної співпраці, двосторонні міжурядові чи міжрегіональні угоди, програми партнерства, транскордонні проекти.

Створення єврорегіону дає змогу його учасникам утворювати спільні економічні структури, розвивати прикордонну торгівлю, реалізовувати проекти в галузі туризму, екології, спорту та культури. Розвиток партнерських відносин між прикордонними регіонами у будь-якій сфері життєдіяльності сприяє розвитку туризму, а реалізація спільних проєктів у туристичній галузі

дає поштовх до розвитку економічних, соціальних та культурних зв'язків.

Роль транскордонного співробітництва у розвитку туристичної індустрії України розглянемо на прикладі єврорегіонів, які функціонують як організаційні форми співробітництва адміністративно-територіальних одиниць. З 1993 року на прикордонних територіях України створено десять єврорегіонів: Карпатський (1993 р.) Буг (1995 р.), Нижній Дунай (1998 р.), Верхній Прут (2000 р.), Дніпро (2003 р.), Слобожанщина (2003 р.), Ярославна (2007 р.), Чорноморський (2008 р.), Донбас (2010 р.) і Дністер (2012 р.). До їх функціонування залучено 16 адміністративних одиниць: Вінницьку, Волинську, Донецьку, Закарпатську, Запорізьку, Івано-Франківську, Луганську, Львівську, Миколаївську, Одеську, Сумську, Харківську, Херсонську, Чернівецьку, Чернігівську області та АР Крим.

У більшості єврорегіонів рекреаційно-туристична діяльність визначена як напрям транскордонної співпраці. Значна увага приділяється питанням охорони природної та культурної спадщини як ресурсів розвитку туризму. Особливо це характерно для єврорегіонів Верхній Прут, Карпати, Буг.

Для усіх єврорегіонів важливим напрямом діяльності, що сприяє розвитку туризму, є покращення інфраструктури: шляхів сполучення, закладів розміщення, харчування. Актуальними є питання розбудови прикордонної інфраструктури, зокрема пунктів пропуску за спрощеним режимом, особливо в межах територій малого прикордонного руху.

Для ряду єврорегіонів, особливо західної частини України, актуальним напрямом є використання в організації туристичних послуг етнокультурних традицій. На цьому ґрунтується ряд проєктів з підтримки етнічної та культурної самобутності населення регіонів. Для єврорегіонів Верхній Прут, Карпатський, Буг, Нижній Дунай стали традиційними міжетнічними фестивалями, що популяризують етнокультурну спадщину.

Збереженню та розвитку туристичної індустрії сприяють проєкти з охорони навколишнього середовища і попередження екологічних катастроф, що реалізуються в єврорегіонах Нижній Дунай, Буг, Карпати, Верхній Прут, Дністер.

У програмах розвитку туризму більшості єврорегіонів прописані розробка якісного туристського продукту з урахуванням потреб охорони природної та культурної спадщини, хоча в деяких з них (Нижній Дунай, Слобожанщина, Ярославна, Дніпро) туризм або відсутній як стратегічний напрям, або окреслений дуже загально. Головними завданнями розробники стратегій визначили тут розвиток малого та середнього бізнесу на транскордонних територіях, залучення до регіонів міжнародних туристичних потоків.

Актуальним завданням ряду єврорегіонів є поліпшення інформаційної доступності туристичного продукту та його промоції, що вирішується через впровадження ряду транскордонних проектів. Цілі досягаються шляхом створення баз даних туристичних ресурсів, пунктів і центрів туристичної інформації, розробки сайтів, картосхем, путівників, буклетів.

Серед стратегічних цілей та завдань свого часу недостатньо уваги було приділено туризму в єврорегіонах Слобожанщина, Ярославна, Дніпро, Донбас. З огляду на надскладну військово-політичну ситуацію сьогодення в цих єврорегіонах, а також у Чорноморському, транскордонні проекти призупинилися.

Транскордонний туризм є одним із напрямів реалізації проектів, що діють у прикордонних адміністративно-територіальних одиницях країн для поліпшення соціально-економічної ситуації. Це програми сусідства «Польща – Білорусь – Україна» (Волинська, Закарпатська, Львівська області), «Угорщина – Словаччина – Україна» (Закарпатська область), «Румунія – Україна – Молдова» (Закарпатська, Івано-Франківська, Одеська, Чернівецька області). Результатом впровадження проектів є вдосконалення комунікацій, оптимізація інформаційного забезпечення туризму, поліпшення туристичної інфраструктури та якості туристичного обслуговування, зростання потоків міжнародного туризму. Водночас потенціал транскордонної співпраці України, який може забезпечити сталий розвиток і конкурентоспроможність транскордонних регіонів, ще не повною мірою використовується.

? Запитання для обговорення

1. Якими, на Вашу думку, є передумови та стримуючі чинники розвитку транскордонного туризму в українсько-польському транскордонному регіоні?

2. Якими, на Вашу думку, є передумови та стримуючі чинники розвитку транскордонного туризму в українсько-румунському транскордонному регіоні?

3. Якими, на Вашу думку, є передумови та стримуючі чинники розвитку транскордонного туризму українсько-словацькому транскордонному регіоні?

4. Якими, на Вашу думку, є передумови та стримуючі чинники розвитку транскордонного туризму в українсько-білоруському транскордонному регіоні?

5. Якими, на Вашу думку, є передумови та стримуючі чинники розвитку транскордонного туризму в українсько-угорському транскордонному регіоні?

6. Якими, на Вашу думку, є передумови та стримуючі чинники розвитку транскордонного туризму в українсько-молдовському транскордонному регіоні?

Практична робота 4

Тема. Аналіз розвитку транскордонного туризму в регіоні.

Мета. Проаналізувати ресурси та можливості розвитку транскордонної співпраці в галузі туризму в регіоні.

Пропоновані транскордонні регіони:

- українсько-польський;
- українсько-румунський;
- українсько-словацький;
- українсько-білоруський;
- українсько-угорський;
- українсько-молдовський.

Завдання:

1. Проаналізуйте ресурси для розвитку транскордонного туризму в регіоні.

2. Проаналізуйте туристичні потоки (в'їзний та виїзний туризм) за період з 2006 по 2021 рік. Обґрунтувати причини спадів та підйомів.

3. Проаналізуйте, як пандемія Covid-19 вплинула на транскордонний туризм у регіоні.

4. Проаналізуйте програми транскордонної співпраці, що реалізовувалися в регіоні.

5. Дайте оцінку транскордонним проектам в регіоні.

6. Підготуйте звіт за переліченими вище пунктами.

7. Підготуйте презентацію.

8. Презентуйте результати.

Вид роботи – груповий. Кожна студентська група обирає один із запропонованих регіонів для виконання завдання. Упродовж першої частини практичного заняття групи працюють над поставленими завданнями, упродовж другої частини групи презентують свої напрацювання. Підсумком роботи є презентація та звіт, підготовлений за планом.

Структура Звіту:

Вступ

Розділи (відповідно до завдань)

Висновки

Перелік використаних джерел

Додатки (за наявності)

Теоретична частина. На розвиток транскордонного туризму мають безпосередній вплив ресурси та чинники, які можна об'єднати в такі групи:

- історико-етнографічні (історія розвитку регіону, етнічний склад, мова, менталітет, гостинність, фольклор, культура, історичні та архітектурні особливості);

- природні чинники (географічне розташування, рельєф, клімат, водні ресурси, ландшафтна структура);

- соціально-економічні умови та наявність транскордонної інфраструктури (пункти пропуску, транспорт, засоби комунікації, зокрема наявність мобільного зв'язку);

- спеціальна інфраструктура туризму (засоби розміщення, харчування, розваги тощо);

- адміністративно-правовий чинник сприяння розвитку транскордонного туризму.

Найвагомішу роль в успішному розвитку транскордонного туризму мають специфічні чинники та регіональні відмінності, які виступають своєрідним брендом території та формують її привабливість. Саме вони дають можливість ефективно виділятися певній транскордонній території з-поміж багатьох інших, стають її символами.

? Запитання для обговорення

1. Якими, на Вашу думку, є ресурси та можливості розвитку транскордонного туризму в українсько-польському транскордонному регіоні?

2. Якими, на Вашу думку, є ресурси та можливості розвитку транскордонного туризму в українсько-румунському транскордонному регіоні?

3. Якими, на Вашу думку, є ресурси та можливості розвитку транскордонного туризму українсько-словацькому транскордонному регіоні?

4. Якими, на Вашу думку, є ресурси та можливості розвитку транскордонного туризму в українсько-білоруському транскордонному регіоні?

5. Якими, на Вашу думку, є ресурси та можливості розвитку транскордонного туризму в українсько-угорському транскордонному регіоні?

6. Якими, на Вашу думку, є ресурси та можливості розвитку транскордонного туризму в українсько-молдовському транскордонному регіоні?

Практична робота 5

Тема. Оцінка стратегій розвитку регіонів щодо туризму та транскордонної співпраці.

Мета. Виокремити місце туризму та транскордонного розвитку в Державній стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки та регіональних стратегіях прикордонних областей України.

Завдання:

1) проаналізуйте Державну стратегію регіонального розвитку на 2021–2027 роки <https://www.kmu.gov.ua/npas/prozatverdzhennya-derzhavnoyi-strategiyi-regionalnogo-rozvitku-na-20212027-t50820>;

2) проаналізуйте стратегії розвитку регіонів України до 2027 року;

3) обґрунтуйте місце туризму та транскордонної співпраці у Державній та регіональних стратегіях розвитку;

4) презентуйте результати роботи.

Робота виконується за індивідуальними завданнями, які студенти обирають самостійно з запропонованого переліку. Підсумком роботи є звіт, підготовлений за планом.

Структура Звіту:

Вступ

Загальний аналіз регіональної стратегії

Аналіз питань розвитку туризму регіоні

Аналіз питань розвитку транскордонної співпраці в регіоні

Висновки

? Запитання для обговорення

1. Яке місце туризму у Державній стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки?

2. Яка роль у регіональних стратегіях відводиться туризму?

3. Яка роль у регіональних стратегіях відводиться транскордонній співпраці?

4. Які з регіональних стратегій економічного розвитку є найбільш сприятливими щодо розвитку туризму?

5. Які з регіональних стратегій економічного розвитку є найбільш сприятливими щодо розвитку транскордонної співпраці?

6. У яких з-поміж регіональних стратегій розвитку оптимально поєднуються туризм і транскордонна співпраця?

Практична робота 6

Тема. Аналіз Єврорегіонів.

Мета. Ознайомитися з історією створення Єврорегіонів, їх розташуванням та загальними особливостями.

Завдання:

1) опрацюйте інформацію про Єврорегіон, використовуючи ресурс <https://uk.wikipedia.org/wiki/Єврорегіон>;

2) підготуйте презентаційні матеріали;

3) представте доповідь про Єврорегіон за планом.

Робота виконується за індивідуальними завданнями, які студенти обирають самостійно з запропонованого переліку. Підсумком роботи є презентація та аналітичний документ, підготовлений за планом.

Структура аналітичного документа:

Назва Єврорегіону

Рік створення Єврорегіону

Країни-учасниці Єврорегіону

Карта Єврорегіону

Загальна характеристика діяльності Єврорегіону

Діяльність Єврорегіону в галузі туризму

Висновок

? Запитання для обговорення

1. Якими були передумови створення Єврорегіонів?
2. Які можна визначити історичні етапи регіонотворення?
3. Які загальні риси притаманні Єврорегіонам?
4. Які країни першими об'єдналися для створення Єврорегіону?
5. Які тенденції щодо створення Єврорегіонів притаманні Україні?
6. Які Єврорегіони охоплюють територію України?

Практична робота 7

Тема. Розробка транскордонного туристичного маршруту.

Мета. Сформувати у студентів вміння щодо розробки транскордонного туристичного маршруту.

Завдання:

- 1) ознайомтеся з методикою розробки туристичного маршруту;
- 2) обґрунтуйте вибір об'єктів для маршруту транскордонно-го туризму;
- 3) складіть схему маршруту транскордонного туризму;
- 4) визначіть просторово-часові параметри функціонування маршруту транскордонного туризму;
- 5) презентуйте маршрут.

Робота виконується за індивідуальними завданнями, які студенти обирають самостійно. Підсумком роботи є презентація та аналітичний документ, підготовлений за планом.

Орієнтовна схема представлення маршруту

1. Назва маршруту
2. Вид туризму
3. Сезонність
4. Тип побудови маршруту
5. Цільова аудиторія
6. Схема маршруту (напрямок руху, об'єкти, пункти поселення, харчування).
7. Параметри маршруту (доцільно подати в табличній формі).

Таблиця 4.13

Параметри маршруту транскордонного туризму

Пункти	Відстань, км	Спосіб переміщення	Час перебування в дорозі (год)
А-В	40	Автобус	1
В-С	65	Автобус	1,5

Теоретична частина. Методика розробки турів, запропонована Любіцевою О. О., включає такі етапи: «вибір пунктів маршруту, ієрархізація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту, після чого провадиться розробка схеми маршруту та його оптимізація» [16].

Розробка схеми маршруту, програмне забезпечення – нерозривно пов'язані паралельні процеси. Розрахунок вартості туру базується на проведених організаційно-технічних заходах щодо пошуку партнерів та укладених з ними угод.

1. *Вибір пунктів маршруту.* Критерієм обрання є атрактивність об'єктів показу, які б задовольняли мету подорожі, можливість забезпечити різноманітність програми перебування у конкретній дестинації, її транспортна доступність та можливість забезпечити послугами гостинності.

2. *Ієрархізація пунктів маршруту.* Враховує вказані вище критерії з акцентом на класі гостинності та транспортній доступності обраних пунктів маршруту. Мета цього етапу – диференціація пунктів маршруту відповідно до мети подорожі з виділенням пунктів дислокації з та екскурсійних пунктів.

3. *Вибір початкового та кінцевого пунктів маршруту.* Здійснюється за показником транспортної доступності, взаємозамінності видів транспорту, типу транспортних засобів.

4. *Розробка схеми маршруту.* Маршрут – це напрямок переміщення туриста. Схема маршруту залежить від обраної форми. За схемою маршрути можуть бути лінійні, кільцеві, радіальні та комбіновані. Вибір пунктів за маршрутом узгоджується з програмою відповідно до виду туризму, термінів, класу обслуговування.

5. *Оптимізація маршруту.* Установлюються об'єктивні (виходять з умов сегментації ринку) та суб'єктивні (визначаються можливостями туроператора) обмеження.

Розвитку туризму на транскордонних територіях сприяє впровадження транскордонних проектів за підтримки Євросоюзу. Досвід упровадження таких проектів є і в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича. Завдяки співпраці з Сучавським університетом Штефан чел Маре упродовж з 2006 р. вдалося досягнути практичних результатів у галузі туризму.

З 1.12.2006 р. до 31.09 2008 р. реалізовувався румунсько-український проект «Infobukovina – tourist campaign for the cross-border region Romania-Ukraine». Фінансувався Європейським Союзом через програму сусідства Румунія-Україна 2004–2006 з бюджетом 413 000 євро. Метою проекту було покращення транскордонної інтеграції в прикордонній зоні Румунія – Україна шляхом розширення й підвищення якості пропозиції туристської промисловості та забезпечення сталого розвитку туризму. Прямими бенефіціантами стали 20 менеджерів та адміністраторів туристської промисловості, а непрямими – туристи, потенційні туристи, менеджери підприємств сфери туризму регіону.

Результати проекту конкретизовані головню у розвитку туристичної промисловості регіону шляхом тренінгу 20 менеджерів в галузі туризму з Сучавського повіту та Чернівецької області і заснуванням 3-х точок туристичного інформування в трьох пунктах Сучавського повіту (Сучава, Гура Гуморулуй, Сірет) задля інформування потенційних туристів про наявні регіональні туристичні послуги і визначні пам'ятки в прикордонній зоні.

З 1.10.2007 р. до 31.10 2008 р. румунські та чернівецькі географи виконували спільний проект «Roua of Bucovina (cultural roots, people and places, unify by tradition, natural tourist's attractions)». Бюджет проекту склав 24, 6 тисяч євро. Основні заходи проекту були зосереджені на проведенні тематичних семінарів у Сучаві та Чернівцях за участю в них з доповідями виконавців проекту про головні групи туристично-рекреаційних ресурсів (природних, архітектурно-історичних, подієвих, персонально-історичних, етнокультурних). Здійснені експедиційні виїзди територією Буковини для збору фотоматеріалів та описів об'єктів туризму. Результатом роботи над проектом став ілюстрований фотоальбом туристичних атракцій Буковини.

Перспективи розвитку для етнотуризму в області відкрив грант на 1,5 мільйона євро, який виграв Чернівецький національний університет. Проект «Historical and ethnographic heritage – part of the sustainable development of tourism in Bucovina» сприяв розвитку туризму на Буковині й був розрахований на два роки (з 2012 р.). За його програмою у Чернівцях і Сучаві створено туристичні центри з розвитку історико-етнографічного туризму на Буковині, історико-етнографічний музей в Чернівцях та ар-

хеологічна експозиція в Сучаві. Передбачено видання рекламної літератури для туристів трьома мовами (українською, румунською, англійською), путівники по туристичних маршрутах, карти історико-етнографічного туризму, тренінги цільових груп з розвитку туризму, випуск туристичного журналу, альбоми та dvd-диски, створено спеціальний сайт. Проведено етнофестиваль, що доповнив значний список дійств на території області.

Важливим результатом транскордонного проекту стала розробка маршрутів історичного та етнографічного туризму на Буковині. За умовами гранту, мережу таких маршрутів становили 8 міжнародних, 20 регіональних (по 10 територією Чернівецької області та Сучавського повіту), 4 локальні (по 2 у м. Чернівці та м. Сучава). Маршрути охоплюють найцікавіші історичні та етнографічні об'єкти прикордоння за категоріями: археологічні пам'ятки, пам'ятки військово-історичного характеру, громадські будівлі, музеї (зокрема музеї-садиби), релігійні об'єкти, кінно-спортивні комплекси, фестивалі й традиційні свята, промислово-історичні об'єкти, центри народних промислів, місця національної кухні, пам'ятники. Прокладені маршрути лягли в основу розробленої карти історичного та етнографічного туризму території Чернівецької області та Сучавського повіту.

Докладніші параметри маршрутів наведені в таблиці 4.14. З восьми розроблених 4 розраховані на пересування автомобілем, 2 велосипедом, 2 пішки. Загальна протяжність маршрутів становить 1 325 км.

Таблиця 4.14

Транскордонні маршрути історико-етнографічного туризму на Буковині [6]

Маршрут	Тип побудови	Спосіб пересування	Протяжність, км	Тематика
Ватра Дорней – Кимполунг Молдавенеск – Садова – Молдовіца –	лінійний	автомобільний	150	сакрально-історичний

Маршрут	Тип побудови	Спосіб пересування	Протяжність, км	Тематика
Сучевіца – Редець – Сірет – Біла Криниця – Глибока – Димка – Валя Кузьмина – Чернівці – Лужани – Неполоківці				
Фальтичень – Гурга – Гуморалуй – Манастирея Гуморалуй – Солка – Марджіня – Вішеу де Жос – Путьна – Вішеу де Сус – Красноільськ – Чудей – Сторожинець – Берегомет – Вижниця	лінійний	автомобільний	220	історико-етнографічний
Кимполунг Молдавенеск – Фунду Молдавей – Бреаза – Молдова Суліца – Ізвоареле Сучевей – Бродіна – Улма – Стража – Вішеу де Сус – Красноільськ – Череш – Банілів – Підгірний – Берегомет – Вижниця – Підзахаричі – Путила – Селятин	лінійний	автомобільний	325	історико-етнографічний

Маршрут	Тип по- будови	Спосіб пересу- вання	Про- тяж- ність, км	Тематика
Фалтічень – Суча- ва – Мітоцу Дра- гомірней – Драго- мірна – Патрауці – Калінешть – Ка- лафіндешть – Сі- рет – Чернівці – Бояни – Динівці – Хотин	лінійний	автомо- більний	180	історичний
Вижниця – Усть- Путила – Путила – Сергії – Руська – Ульма – Бродіна – Путна – Вішеу де Сус – Красноільськ – Чудей – Череш – Банилів-Підгірний – Мигове – Бере- гомет – Вижниця	кільце- вий	велоси- педний	210	історико- етногра- фічний
Путила – Плоска – Селятин – Ульма – Бродіна – Бро- діна де Жос – Із- воареле Сучевей – Шепіт – Нижній Яловець – Яблуни- ця – Усть-Путила – Дихтинець – Пу- тила	кільце- вий	велоси- педний	150	історичний
Красноільськ – Ві- шеу де Сус – Білка – Баїнет – Манасті- оара – Сірет	лінійний	піший	50	історико- краєзнав- чий

Маршрут	Тип побудови	Спосіб пересування	Протяжність, км	Тематика
Нижній Яловець – Перкалаб – Сарата – Яровиця – Верхній Яловець – Шепіт – Ізвоареле Сучевей	лінійний	піший	40	історико-етнографічний

Функціонування деяких розроблених транскордонних маршрутів унеможлиблюється проблемами їх нерегульованого митного забезпечення. Єдиний діючий пункт пропуску на українсько-румунському кордоні Порубне-Сірет здатен забезпечити використання лише двох, автомобільних, маршрутів. Інші ж розроблялися на перспективу, позаяк упродовж останніх років ведуться роботи з облаштування пунктів пропуску «Красноільськ – Вішеу де Сус» та вишукуються можливості відновлення колишніх «Руська – Ульма» та «Шепіт – Ізвоареле Сучевей». Завдяки цьому Буковина зробить ще один крок для поліпшення інфраструктури, що відкриватиме нові перспективи розвитку малого і середнього бізнесу та туристичної сфери.

Успішний розвиток транскордонного туризму визначається взаємними інтересами сусідніх країн у розвитку міждержавних і міжрегіональних зв'язків, що сприятимуть координації спільної діяльності з реалізації туристичних проєктів, забезпечення безпеки туристів, поліпшення системи прикордонного контролю. Функціонування транскордонних туристичних маршрутів сприятиме збереженню історичної та етнокультурної спадщини Буковини, зайнятості населення та поліпшенню інфраструктури на прикордонних територіях.

? Запитання та завдання для обговорення

1. Назвіть основні етапи розробки турів та охарактеризуйте їх зміст.

2. Як обираються пункти маршруту, проводиться їх ієрархізація, визначення початкового і кінцевого пунктів маршруту?
3. Які особливості розробки остаточної схеми маршруту?
4. У чому полягає оптимізація маршруту транскордонного туризму?
5. Що таке програмне забезпечення туру?
6. Як упровадження транскордонних проєктів поліпшує розвиток туризму на прикордонних територіях?

ЛІТЕРАТУРА

1. Бучко Ж., Антоняк Е. Аналіз туристичних потоків України – Румунії у контексті транскордонного туризму // Географія та туризм: Науковий збірник / Ред. кол.: Я. Б. Олійник (відп. ред.) та ін. К.: Альфа-ПІК, 2016. Вип. 35. С. 26-35.

2. Бучко Ж. Буковина етнотуристична: можливості та тенденції для транскордонного туризму // Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи: Збірник матеріалів IV Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (Львів, 25 лютого 2016 р.). Львів: ЛІЕТ, 2016. С. 37-42.

3. Бучко Ж. Географічні аспекти транскордонного туризму в контексті євроінтеграції України // Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (23-24 квітня 2015 р.). Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2015. С. 370-372.

4. Бучко Ж. І. Тенденції туризму та транскордонної співпраці в контексті регіональних стратегій розвитку // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки. Випуск 7. Херсон, 2017. С. 179-184.

5. Бучко Ж. Транскордонний туризм у контексті євроінтеграції України // Науковий вісник Чернівецького університету: збірник наукових праць. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2015. Вип. 744-745: Географія. С. 109-111.

6. Бучко Ж. Транскордонні маршрути історико-етнографічного туризму на Буковині // Географія та туризм: Наук. Зб. / Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. К.: Альфа-ПІК, 2015. Вип. 34. С. 137-143.

7. Державний кордон. Електронний ресурс]. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Державний_кордон

8. Єврорегіон «Ярославна» [Електронний ресурс]. URL: http://forum-sumy.com/post_vroregion_jaroslavna.html

9. Єврорегіони на території України: сучасний стан та перспективи розвитку // Актуальні проблеми розвитку освіти і науки в умовах глобалізації. [Електронний ресурс]. URL: http://e-pidruchniki.com/content/802_Evroregioni_na_teritorii_Ukraini_sychasnii_stan_ta_perspektivi_rozvitky.html

10. Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями / Мадридська конвенція. Мадрид. – 21 травня 1980 року // Законодавство України. [Електронний ресурс]. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_106

11. Закон України «Про державний кордон» [Закон України «Про державний кордон» N 1777-XII від 4 листопада 1991 року (зі змінами та доповненнями)] // Законодавство України. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1777-12>

12. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» N 959-XII від 16 квітня 1991 року (зі змінами та доповненнями)] // Законодавство України. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>

13. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» // Законодавство України. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр>

14. Закон України «Про місцеві державні адміністрації» // Законодавство України. [Електронний ресурс]. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/586_14

15. Закон України «Про транскордонне співробітництво» [Закон України «Про транскордонне співробітництво» N 1861-IV від 24 червня 2004 року (зі змінами та доповненнями)] // Законодавство України. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1861-15#Text>

16. Любіцева О. О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.

17. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторіві аспекти). К.: Альтерпрес, 2002. 436 с.

18. Мальська М. П. Пріоритети розвитку туризму у польсько-українських відносинах / М. П. Мальська, О. П. Біланюк // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2012. Вип. 29. Ч. 2. С. 138-143.

19. Мальська М. П. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність: монографія / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, Н. М. Паньків. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. 268 с.

20. Мікула Н. А. Транскордонне співробітництво: посібник / Н. А. Мікула, В. В. Толкованов. Київ: Крамар, 2011. 259 с.

21. Мікула Н. Єврорегіони: досвід та перспективи / Н. Мікула. Львів: ІРД НАН України, 2003. 222 с.

22. Мікула Н. Міжтериторіальне та транскордонне співробітництво: Монографія / Н. Мікула. Львів: ІРД НАН України, 2004. 395 с.

23. Мікула Н. Національна доповідь «Сучасний стан та перспективи розвитку транскордонного співробітництва в Україні» (Основні положення проекту) / Н. Мікула, В. Толкованов // Регіональна економіка. 2010. № 3. С. 7-19.

24. Офіційний сайт громадської Організації Агентство Сталого Розвитку та Європейської Інтеграції «Єврорегіон Нижній Дунай». [Електронний ресурс]. URL: <http://www.asdei.od.ua>

25. Офіційний сайт Єврорегіону «Буг». [Електронний ресурс]. URL: <http://euroregionbug.pl/index.php>

26. Офіційний сайт Єврорегіону «Дністер». [Електронний ресурс]. URL: <http://dniester.eu>

27. Офіційний сайт Єврорегіону «Карпати». [Електронний ресурс]. URL: <http://www.euroregionkarpaty.com.ua>

28. Офіційний сайт Програми транскордонного співробітництва Польща – Білорусь – Україна на 2007–2013 р.р. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.pl-by-ua.eu/ua,news,139>

29. Офіційний сайт Центру транскордонної співпраці. [Електронний ресурс]. URL: <http://cts.org.ua/ru/example-pages/zagalni-vidomosti.html>

30. Bozhuk T. I., Buchko Z. I. Cross-Border Ukrainian-Hungarian Cooperation in the Sphere of Tourism / T. I. Bozhuk, Z. I. Buchko // Journal of Geology, Geography and Geoecology. Dnipro: Oles Gonchar Dnipro National University, 2018. 27(1). P. 35-42.

31. Brian I. Skinner. *Ears Resources*. Prentice-Hall. Ins., Englewood cliffs, New Jersey, 1986. 264 p.
32. Buchko Z., Efros V., Popescu L., Rudenko V. *Bukovina: Unicity through diversity. Bukovina's Carpathians*. Suceava: University Publishing house, 2015. 106 p.
33. Buchko Z., Efros V., Popescu L. *Bukovina: Unicity through diversity. Bukovina's Subcarpathians*. Suceava: University Publishing house, 2015. 152 p.
34. Buchko Z., Korol O., Skrypnyk Y., Smirnov Y. *Bukovina: Unicity through diversity. Chernivtsi*. Suceava: University Publishing house, 2015. 75 p.
35. Buchko Z., Efros V., Popescu L. *Bukovina: Unicity through diversity. Cycling through Bukovina and Bessarabia*. Suceava: University Publishing house, 2015. 49 p.
36. Buchko Z., Efros V., Popescu L. *Bukovina: Unicity through diversity. Equestrian Rotes in Bukovina*. Suceava: University Publishing house, 2015. 139 p.
37. Buchko Z., Efros V., Popescu L. *Bukovina: Unicity through diversity. Hikin Rotes*. Suceava: University Publishing house, 2015. 56 p.
38. Buchko Z., Efros V., Popescu L. *Bukovina: Unicity through diversity. The cross-border area*. Suceava: University Publishing house, 2015. 163 p.
39. Buchko Z. *Cross-Border Ukrainian–Polish Cooperation in the Sphere of Tourism / Economic and Regional Studies*. Volume 13: Issue 3. 2020. P. 271-283. URL: <https://content.sciendo.com/view/journals/ers/13/3/article-p271.xml> doi.org/10.24917/20801653.353.5
40. Buchko Z. *Transborder recreational tourism complexes (TBRTC) as a result of international collaboration*. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]*, 2021. 35(3), 76-89. URL: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.5>
41. Buchko Z. *I. Cross-Border Tourism In Bukovina / Scientific Review of Physical Culture*, volume 8, issue 1. University of Rzeszów, 2018. P. 37-42.

42. Buchko Z., Rudenko S., Rudenko V., Yeremiia H. Ethnic tourism potential of Bukovyna for the purposes of cross-border tourism / Zhanna Buchko, // Часопис соціально-економічної географії. Вип. 20 (1). Харків, 2016. С. 75-79.

43. Buchko Z. Festivals and traditional holidays in the ethnic tourism in Chernivtsi region // Tourist Bucovina. Issue I. Bucharest, 2015. P. 128-133.

44. Miszczuk, A. (2002). Pogranicze polsko-ukraińskie a polityka zagraniczna III RP [Polish-Ukrainian borderland and foreign policy of the Third Polish Republic]. In R. Stemplowski, & A. Żelazo (Eds.), *Polskie pogranicza a polityka zagraniczna u progu XXI wieku* [Polish borderlands and foreign policy in the midst of the 21st century] (pp. 263-280). Warsaw, Poland: Instytut Spraw Międzynarodowych.

45. *Polsko-Ukraińska Strategia Spivrobotnytstva na 2007–2015 rr.* [Polish-Ukrainian Cooperation Strategy for 2007–2015]. URL: <http://ekosfera.org/faily/dokumenty-faily/polskoukraińska-stratehiia-transkordonnoho-spivrobotnytstva-na-20072015-roky/>

46. Rudenko V., Dzhaman V., Buchko Z., Dzhaman Y., Mruchkovsty P. Theoretical-Methodological Basis for Studying the Preconditions of Ethnic Tourism in Multi-ethnic Urban Settlements. The Case of Chernivtsi City, Ukraine // *Journal of Settlement and Spatial Planning*. Vol. 7, No. 2/2016, Cluj-Napoca, 2016. P. 157-165. URL: DOI: 10.19188/06JSSP022016

47. Studzieniecki, T, Palmowski, T, Korneevetsc, V. (2016). The system of cross-border tourism in the Polish-Russia borderland. *Procedia Economics and Finance* 39, 545-552.

48. Studzieniecki, T, Spiriajevas, E. (2019). Cross-Border Tourist Destinations In Europe Genesis, Essence And Promotion. *Proceedings of Varazdin 46th International Scientific Conference on Economic and Social Development "Sustainable Tourist Destinations"*, 341-354, Varazdin 2019.

49. Turystyka w 2012 r. [Tourism in 2012] (2013). URL: https://stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/KTS_turystyka_w_2012.pdf

50. Turystyka w 2019 r. [Tourism in 2019] (2020). URL: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/>

ЗАМІСТЬ ПІСЛЯМОВИ

ВИПУСКНИКИ-МЕНЕДЖЕРИ ГЕОГРАФІЧНОГО ФАКУЛЬТЕТУ ЧЕРНІВЕЦЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА: ЧВЕРТЬ СТОЛІТТЯ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ СПІВПРАЦІ*

Кінцевим результатом довготривалого процесу підготовки фахівців у закладах вищої освіти України є, безперечно, його випускники. Ідеться нині про перший (бакалаврський) та другий (магістерський) рівні вищої освіти, а віднедавна – і про рівень спеціаліста. Успішне виконання здобувачем відповідної освітньої програми на кожному рівні вищої освіти ставало підставою для присудження відповідного **СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ- БАКАЛАВРА, СПЕЦІАЛІСТА ЧИ МАГІСТРА**. Тому цілком логічним підсумком даного навчального посібника міг би стати узагальнений аналіз як отриманих здобутків, так і певних недопрацювань у справі підготовки фахівців-менеджерів на географічному факультеті ЧНУ ім. Ю.Федьковича крізь призму останніх 25 років (1996–2021 р.р.). Така оцінка тим більше важлива, оскільки вона проведена у співпраці з самими випускниками-менеджерами кафедри економічної географії та екологічного менеджменту університету.

Отже, 1 вересня 1996 року географічний факультет університету поповнився 32 першокурсниками денної форми навчання за спеціальністю «Менеджмент природоохоронної діяльності». З цього зарахування розпочався плідний період інтенсивної

* Доопрацьована версія. Вперше надруковано див. : Руденко В., Куцак Ю., Хникіна М. Випускники-менеджери географічного факультету Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича : чверть століття освітньо-наукової співпраці. Науковий вісник Чернівецького університету : Географія. Випуск 838. 2022. С. 47-60. DOI: <https://doi.org/10.31861/geo.2022.838.47-60>.

творчої співпраці викладачів і студентів географічного факультету даного університету у царині управлінської природоохоронної освіти та науки на буковинській землі.

Проїшли 25 років підготовки висококваліфікованих фахівців. Відбувся 22-й випуск бакалаврів, 17-й випуск спеціалістів та 21-й випуск магістрів денної форми та відповідно 21, 17, 20 випуск бакалаврів, спеціалістів і магістрів заочної форми навчання. За вказаний період підготовлено загалом на географічному факультеті 1146 бакалаврів, 731 спеціаліста, 344 магістрів-менеджерів, з них по денній формі навчання – 747 бакалаврів, 321 спеціаліста та 210 магістрів (див. табл. 1-3, рис. 1-3) (архів та матеріали відділу кадрів ЧНУ).

Отже, за чверть століття за денною та заочною формами навчання ЧНУ ім. Ю. Федьковича видано 2221 диплом бакалавра, спеціаліста і магістра-менеджерів випускникам географічного факультету.

Цікаво і дуже важливо простежити динаміку випуску фахівців як за окремим роками, так і за п'ятирічні періоди. Їх п'ять. На першому етапі (1996–2001 р.р.) йшлося про перші випуски бакалаврів, спеціалістів і магістрів-менеджерів – підготовлено 91 дипломованого фахівця (близько 4 відсотків від загальної кількості).

Таблиця 1

Випускники-менеджери географічного факультету ЧНУ ім. Ю. Федьковича 2000–2021 років (денна форма навчання), кількість осіб

Рік	Рівні вищої освіти			Усього
	бакалаврський	спеціаліст	магістерський	
2000	29	-	-	29
2001	23	23	6	57
2002	29	19	6	54
2003	19	24	3	46
2004	21	13	6	40

Рік	Рівні вищої освіти			Усього
	бакалаврський	спеціаліст	магістерський	
2005	33	13	6	52
2006	49	24	7	80
2007	48	29	13	90
2008	40	24	13	77
2009	62	21	7	100
2010	64	28	25	117
2011	59	25	24	108
2012	57	24	6	97
2013	51	19	15	85
2014	23	15	-	38
2015	22	6	9	37
2016	21	11	-	32
2017	15	3	3	21
2018	19	-	18	37
2019	21	-	12	33
2020	16	-	6	22
2021	21	-	5	26
За 2000-2021 роки	747	321	210	1278
Структура, %	58,5	25,1	16,4	100

Таблиця 2

Випускники-менеджери географічного факультету ЧНУ
ім. Ю. Федьковича 2001–2021 років (заочна форма навчання),
кількість осіб

Рік	Рівні вищої освіти			Усьо- го
	бакалавр- ський	спеціа- ліст	магістер- ський	
2001	-		5	5
2002	-	29	7	36
2003	11	13	-	24
2004	1	10	-	11
2005	31	33	-	64
2006	28	28	1	57
2007	47	43	6	96
2008	38	40	10	88
2009	72	26	12	110
2010	70	48	11	129
2011	-	52	13	65
2012	-	38	14	52
2013	26	23	15	64
2014	7	20	16	43
2015	11	-	11	22
2016	12	1	-	13
2017	9	1	5	15
2018	9	-	-	9
2019	-	-	5	5
2020	15	-	6	21
2021	12	-	2	14
За 2000- 2021 роки	399	410	134	943
Структу- ра, %	42,3	43,5	14,2	100

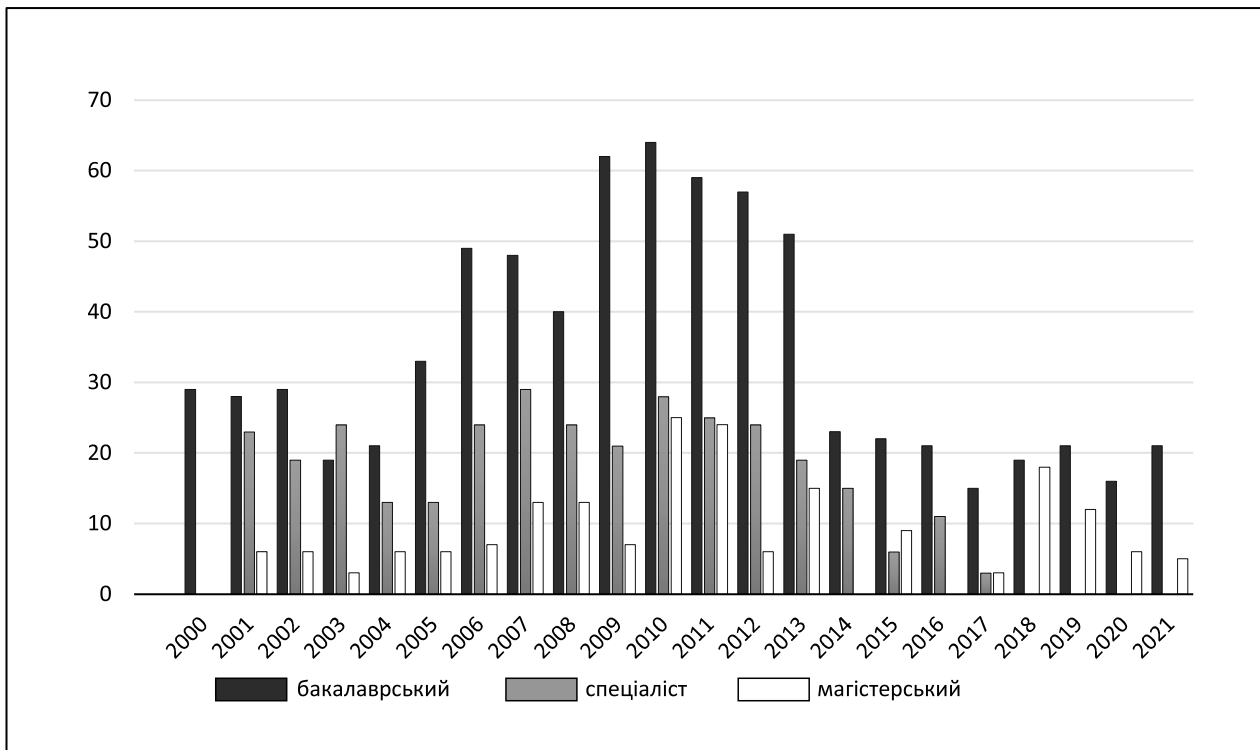


Рис. 1. Випускники-менеджери географічного факультету ЧНУ ім. Ю. Федьковича 2000–2021 років (денна форма навчання), кількість осіб

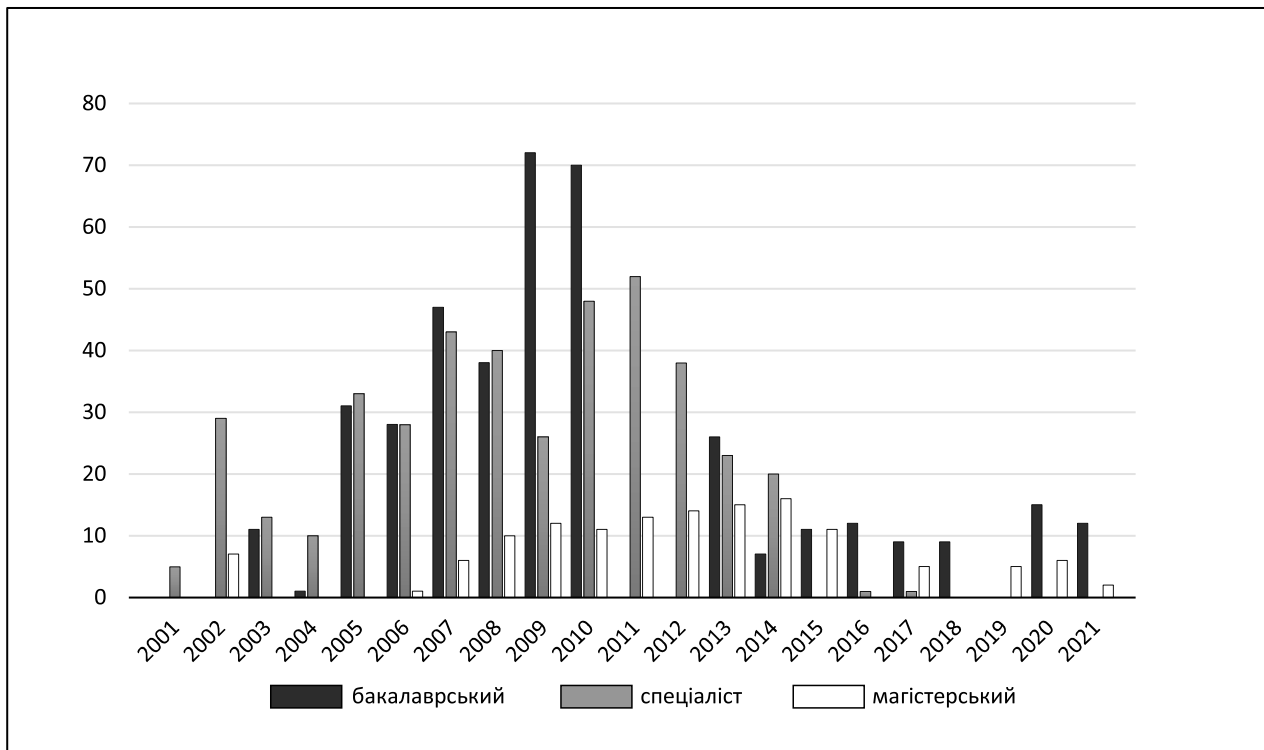


Рис. 2. Випускники-менеджери географічного факультету ЧНУ ім. Ю. Федьковича 2001–2021 років (заочна форма навчання), кількість осіб

Другий етап (2001–2006 р.р.) – вже 464 випускників-менеджерів (20,9% за весь 25-річний період). На третьому етапі (2006–2011 р.р.) – дипломи менеджерів отримали на географічному факультеті 980 випускників (44%). Це був найбільш результативний період розвитку менеджерської спеціальності географічного факультету. Четверта п'ятирічка (2011–2016 р.р.) – 483 випускника (21,7%). І, нарешті, в 2016–2021 роках менеджерами – випускниками факультету стали ще 203 вихованці (9,1%). Найбільш плідними за абсолютною чисельністю дипломованих бакалаврів, спеціалістів і магістрів-менеджерів географічного факультету були 2010 рік – 246 випускників (11% за всі 25 років), 2008 рік – 210 (9,5%) та 2007 рік – 186 (8,4%). У той же час найменшим випуск фахівців – управлінців був у 2017 та 2019 роках, відповідно 36 та 38 осіб, що значно пов'язано зі скасуванням рівня «спеціаліст» у системі вищої освіти України.

Таблиця 3

Випускники-менеджери географічного факультету ЧНУ ім. Ю. Федьковича 2000–2021 років (денна та заочна форми навчання), кількість осіб

Рік	Рівні вищої освіти			Усього
	бакалаврський	спеціаліст	магістерський	
2000	29	-	-	29
2001	28	23	6	57
2002	29	19	6	54
2003	19	24	3	46
2004	21	13	6	40
2005	33	13	6	52
2006	49	24	7	80
2007	48	29	13	90
2008	40	24	13	77
2009	62	21	7	100

Рік	Рівні вищої освіти			Усього
	бакалаврський	спеціаліст	магістерський	
2010	64	28	25	117
2011	59	25	24	108
2012	57	24	6	97
2013	51	19	15	85
2014	23	15	-	38
2015	22	6	9	37
2016	21	11	-	32
2017	15	3	3	21
2018	19	-	18	37
2019	21	-	12	33
2020	16	-	6	22
2021	21	-	5	26
За 2000-2021 роки	747	321	210	1278
Структура, %	58,5	25,1	16,4	100

Таблиця 4

Динаміка випуску географічного факультету ЧНУ ім. Ю. Федьковича за 2000–2021 роки, (денна та заочна форми навчання), 2001 р. – 100%

Рік	Рівні вищої освіти			Усього
	бакалаврський	спеціаліст	магістерський	
2000	104	-	-	47
2001	100	100	100	100
2002	104	171	216	145
2003	107	132	50	113
2004	79	82	100	82

Рік	Рівні вищої освіти			Всього
	бакалаврський	спеціаліст	магістерський	
2005	229	164	100	187
2006	275	186	133	221
2007	339	257	317	300
2008	279	229	383	266
2009	479	168	483	339
2010	479	271	600	397
2011	211	275	617	279
2012	204	221	500	240
2013	275	150	500	240
2014	107	125	267	130
2015	118	21	333	95
2016	118	43	-	73
2017	86	14	133	58
2018	100	-	300	74
2019	75	-	283	61
2020	111	-	200	69
2021	118	-	117	65

У табл. 4 розкрита динаміка випуску менеджерів на географічному факультеті ЧНУ ім. Ю. Федьковича за рівнями вищої освіти, де за основу відліку (та з метою порівняльного аналізу) взятий 2001 рік, коли вперше здобувачі отримували дипломи і бакалавра, і спеціаліста, і магістра. Перше, що вражає, – велика кратність у кількості випускників з року в рік. При середній оцінці чисельності підготовлених бакалаврів у 2001 р., взятій за 100 відсотків, маємо амплітуду коливань від 75% у 2019 р. до 479% у 2009 та 2010 роках (різниця в 6,4 рази). Цей же показник по спеціалістах складає 14% у 2017 р. і 275% у 2011 р., по магістрах – випускників-менеджерів у 2010 році було вшестеро більше, ніж у базовому 2001 р.

За всіма трьома рівнями вищої освіти дипломованих фахівців-менеджерів у 2010 р. географічний факультет випустив майже у 7 разів більше ніж у 2017 р.

Як бачимо, за випуском бакалаврів і магістрів-менеджерів у 2020 та 2021 роках географічний факультет вийшов на початковий 2001–2002 років рівень, що пов'язано з багатьма чинниками. Тут і певне скорочення кількості випускників із закладів загальної середньої освіти, відносно насичення національної економіки фахівцями-управлінцями, вплив міжнародної конкуренції та закордонний попит на українських абітурієнтів та інші фактори. Очікується, що в найближчі роки відбудеться стабілізація набору на 1-й курс і випуску бакалаврів, магістрів-менеджерів на географічному факультеті ЧНУ ім. Ю. Федьковича на рівні академічної групи у 20-25 осіб.

За минулий 25-річний період відбулися значні зміни і в самому переліку напрямів та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах України. Так, зокрема, перший набір абітурієнтів у 1996 р. здійснювався за спеціальністю «Менеджмент природоохоронної діяльності» чинного та на той час «Переліку напрямів підготовки фахівців з вищою освітою...» 1994 року. Зрозуміло, що і перші випуски бакалаврів, спеціалістів і магістрів 2000, 2001 та 2002 років відбулися за цією ж спеціальністю. Проте вже у травні 1997 р. Кабінетом Міністрів України був затверджений новий Перелік напрямів і спеціальностей, за яким «Менеджмент природоохоронної діяльності» трансформувався у «Менеджмент організацій». Різке зростання набору абітурієнтів за вказаною спеціальністю на географічному факультеті ЧНУ ім. Ю. Федьковича зумовило започаткування у межах указаної спеціальності трьох спеціалізацій: «Менеджмент природоохоронної діяльності» (з 1998 р.), «Менеджмент туристичної індустрії» (з 2001 р.) та «Менеджмент готельного, курортного та туристичного сервісу» (з 2003 р.). Підготовку фахівців за першими двома спеціалізаціями здійснювала кафедра економічної географії та екологічного менеджменту (завідувач – професор Руденко В. П.), за третьою – нововідкрита (з 2003 р.) кафедра географії та менеджменту туризму (завідувач – професор Жук М. В.).

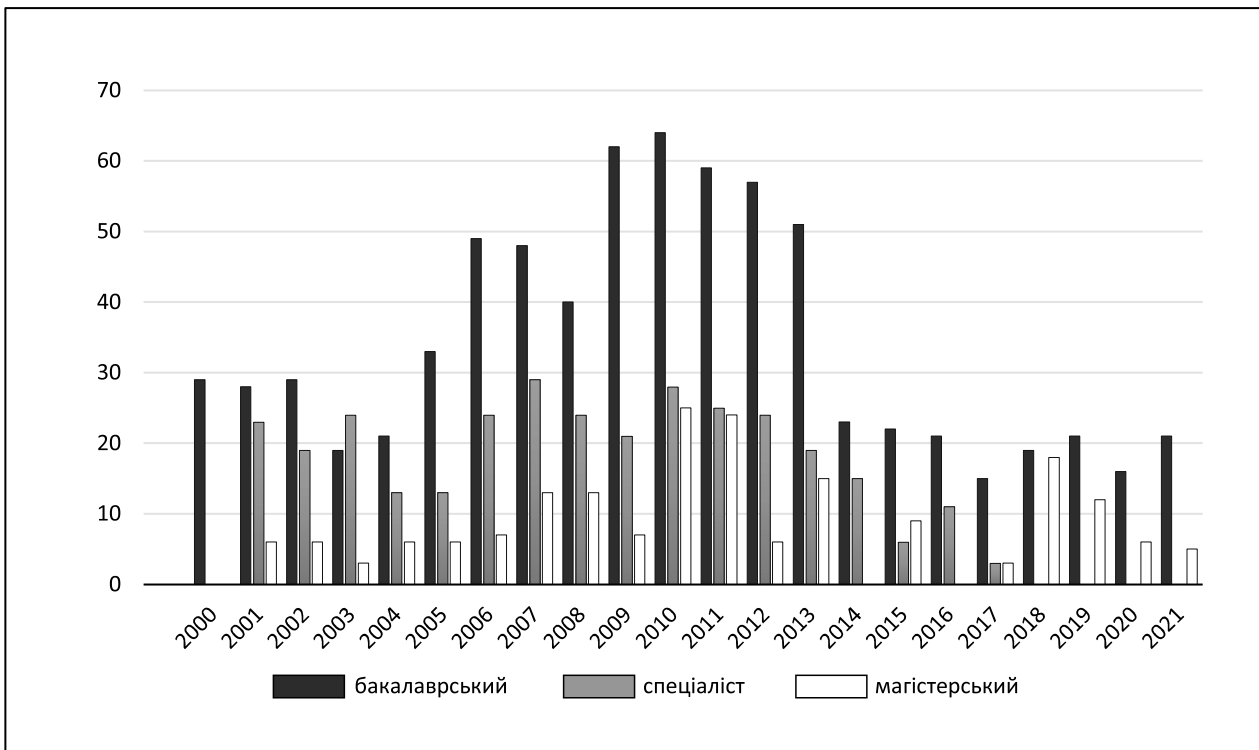


Рис. 3. Випускники-менеджери географічного факультету ЧНУ ім. Ю. Федьковича 2000–2021 років (денна та заочна форми навчання), кількість осіб

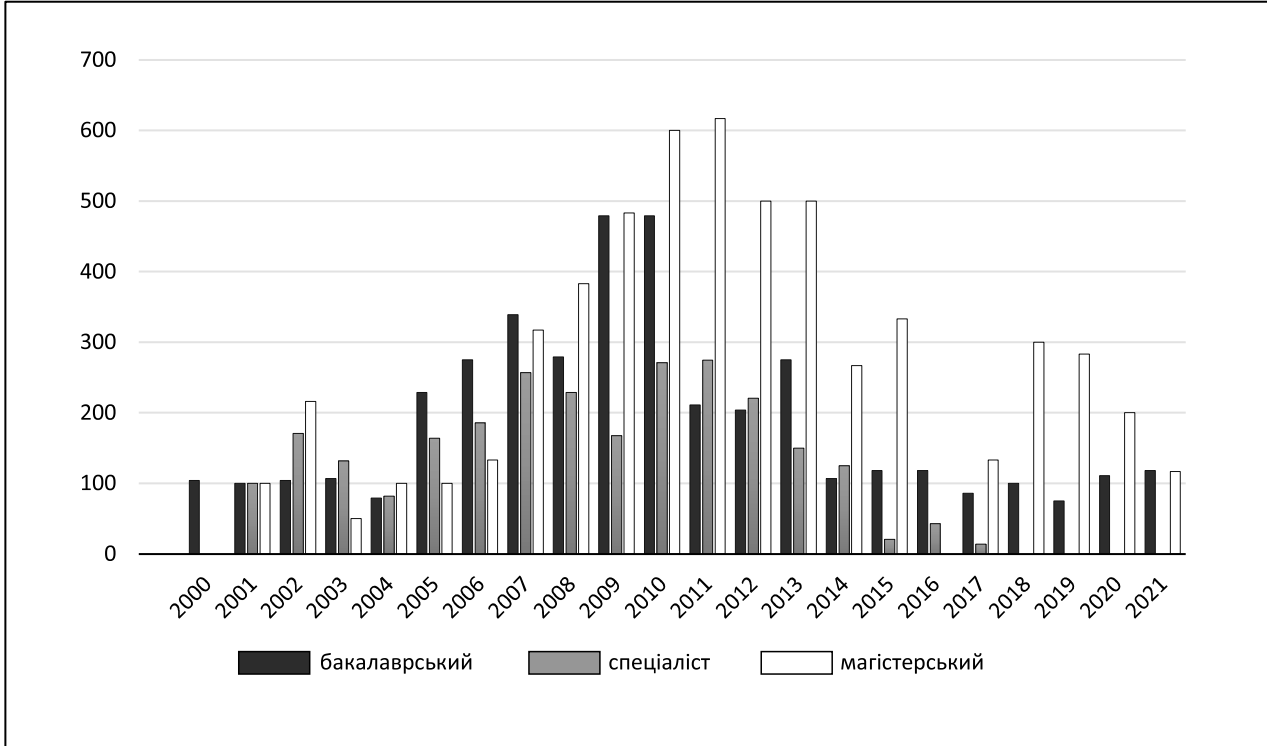


Рис. 4. Випуск менеджерів географічного факультету ЧНУ ім. Ю. Федьковича за 2000–2021 роки, (денна та заочна форми навчання), 2001 р. – 100%

Так тривало до 2014–2015 р.р., коли зменшення набору на 1-й курс за спеціальністю «Менеджмент» зумовило організацію навчального процесу на географічному факультеті ЧНУ ім. Ю. Федьковича лише за однією освітньо-професійною програмою «Менеджмент туристичної індустрії» за бакалаврським і магістерським рівнями вищої освіти.

Творча освітньо-наукова співпраця викладачів і студентів-менеджерів географічного факультету має чимало результативних прикладів.

Так, зокрема студенти-менеджери географічного факультету неодноразово ставали переможцями Всеукраїнських студентських олімпіад з дисципліни напрямків «Економіка природокористування», «Туризм»; Всеукраїнських конкурсів студентських наукових робіт з природничих, технічних і гуманітарних наук; регіональних турів Всеукраїнського конкурсу робіт молодих економістів; Всеукраїнських наукових конференцій студентів та аспірантів «Екологічні проблеми регіонів України». Ідеться про Токмакову Олену, Кирпушка Віталія, Даналакі Наталію, Козій Людмилу, Яценко Марину, Кібич Анну, Здреник Наталію, Погинайко Інну, Семенюк Аліну та ін.

Випускники-менеджери географічного факультету – Ячнюк М., Наконечний К., Цепенда М., Іванунік В., Токмакова О., Григор'єва Г., Брик С., Грицку-Андрієш Ю., Паламарюк М., Руденко С., Скутар Т., Єремія Г., Ячнюк М., Джаман Я. захистили кандидатські дисертації.

З чотирнадцяти успішно захищених дисертацій – 3/5 присвячені власне проблемам природно-ресурсного, зокрема туристичного, менеджменту України.

Так, у дисертації В.О. Івануніка (2009 р.) дається оцінка рекреаційно-туристичної атрактивності території на матеріалах Чернівецької області. Рекреаційно-туристична атрактивність регіону, як обґрунтовує автор, з одного боку, є його комплексною здатністю приваблювати споживачів, а з іншого боку – розкриває потенційні можливості створення відповідного комфортного середовища для інвестування у розвиток рекреаційно-туристичної галузі краю. Дослідником розраховані норми рекреаційного навантаження на довкілля буковинського краю, що складають влітку 122 особи/км², а взимку – 65 осіб/км². Це дозволило визначи-

ти рекреаційну місткість регіону у літній та зимовий періоди, що складає відповідно 3,374 млн. та 1,535 млн. осіб.

М. М. Цепендою (2010 р.) проведена оцінка господарської освоєності водноресурсного потенціалу регіону на матеріалах басейну Середнього Дністра. Ним здійснена, зокрема, вартісна оцінка потенціалу водно-рекреаційних територій басейну Середнього Дністра (площею у 24,1 тис.км²), яка визначена через грошову оцінку вільного часу відпочиваючих. Величина водно-рекреаційного потенціалу характеризувалася валовим внутрішнім продуктом, що створюється всіма працюючими за одиницю часу і належить до чисельності усього населення регіону.

Перспективному фауністичному потенціалу регіону, що охоплює мисливські, рибні та медоносні ресурси, присвячена кандидатська дисертація М.О. Ячнюк (2010 р.). Зрозуміло, що названі ресурси є надзвичайно важливими складовими природно-рекреаційного потенціалу території (акваторії).

Дослідження рекреаційно-туристичної різноманітності як історично сформованого взаємообумовленого та взаємопов'язаного речовинно-енергетичними потоками співіснування рекреаційних умов і процесів у Чернівецькій області – головний об'єкт пізнання Т. Д. Скутар (2012 р.). Дослідницею розраховані показники концентрації рекреаційних об'єктів, коефіцієнти рекреаційно-туристичної різноманітності та екологічного стану Буковинського краю.

Здійснити у сучасному вимірі вартісну оцінку природно-ресурсного потенціалу (ПРП) у розрізі 278 природних районів, 57 областей, 14 країв, 3 підзон, 4 зон, 3 країн Української держави за новою схемою її природного районування – головна мета, що була досягнута у дисертації С. В.Руденка (2013 р.). Автор робить такі узагальнення: «1) Загальною закономірністю в розвитку сумарного ПРП природних регіонів держави є збільшення його обсягу (потуги) з півночі та північного заходу на південь та південний схід; 2) ПРП природних регіонів України за новою удосконаленою схемою фізико-географічного районування (2003 р.) має такі географічні особливості: ПРП нової Зони широколистяних лісів складає майже 1/10 від сумарного природно-ресурсного потенціалу України, при цьому величина потенціалу Лісостепової зони зменшилась до 1/5 від загальнодержавного

показника. Істотні зміни відбулися у територіальній диференціації ПРП між районами Кримських гір. Найбільшою величиною сумарного ПРП відзначаються Середньосалгирсько-Зуйський, Верхньокачинський та Василівсько-Старокримський райони, де розміщується 1/3 всіх ресурсів краю. В Українських Карпатах найістотніші зміни характерні для Передкарпатської височинної області, де відбулося укрупнення фізико-географічних районів; 3) Для кожного з фізико-географічних регіонів України, як засвідчують матеріали кількісної та картографічної оцінки, сформувалася специфічна, своєрідна компонентна структура ПРП, що є відображенням складної взаємодії природних та соціально-економічних чинників».

2. «Аналіз особливостей територіальної продуктивності природно-ресурсного потенціалу, засвідчує, по-перше, підвищену віддачу ПРП у гірських районах порівняно з рівнинними, а, по-друге, у межах Східно-Європейської рівнини ефективність потенціалу зростає з півночі та центру на південний захід та південь України – від Зони мішаних лісів, Лісостепової зони до Зони широколистяних лісів та Степової зони. За економічною продуктивністю інтегрального ПРП найвищою серед фізико-географічних країн вона є на Східно-Європейській рівнині, далі – Українські Карпати та Кримські гори (показники територіальної продуктивності сумарного ПРП зменшуються в зворотньому напрямку)».

3) «На рівні фізико-географічних областей, країв, підзон, зон та країн України сформувалося 23 типи природно-ресурсного потенціалу. Найпоширенішими є земельно-водно-рекреаційний продуктивний тип ПРП, що спостерігається в 16 з 80 фізико-географічних регіонах держави, починаючи від рівня області і закінчуючи фізико-географічною країною. Ще 7 регіонів представлені земельно-водно-рекреаційним низькопродуктивним, а 5 регіонів – земельно-водно-рекреаційним високопродуктивним типом ПРП».

Ґрунтовний аналіз рекреаційно-туристичних ресурсів Буковинських Карпат здійснений випускницею-менеджеркою 2002 р. М. Ю. Паламарюк. Науковицею встановлені обсяги природних, історико-культурних та інфраструктурних рекреаційно-туристичних ресурсів краю, оцінена їх просторова організація, обґрунтовані території пріоритетного розвитку рекреації та ту-

ризму та заходи щодо подальшого збалансування рекреаційно-туристичної діяльності у Буковинських Карпатах.

Укрупнене комплексне дослідження етнічного туризму в поліетнічному великому місті – Чернівцях проведене Я. В. Джаманом (2018 р.), яким здійснено згрупування і систематизацію туристичних ресурсів міста за етнічною належністю, оцінена їх туристична атрактивність, розроблені етнографічні екскурсійні маршрути української, румунської і молдавської, німецької й австрійської, єврейської, вірменської, польської етнічних громад м. Чернівців.

Не менш важливими та значущими для науки і господарської практики в Україні стали розробки випускників-менеджерів географічного факультету ЧНУ ім. Ю.Федьковича: Ю. П. Грицку-Андрієш (2011 р.) – з аналізу соціально-економічних особливостей та основних напрямів розвитку сільського туризму в регіоні; К. П. Наконечного (2008 р.) – з медико-екологічної оцінки поселенських геосистем Чернівецької області; Г. В. Григор'євої (2012 р.) – щодо пізнання процесів заселення Північної Бессарабії та формування в ній поселенської мережі; О. Ю. Красовської (2011 р.) – з оцінки факторів впливу для моделювання забруднення приземного шару атмосфери від рухомих джерел м. Чернівці, С. Д. Брика (2012 р.) – щодо дослідження давніх поселень німецьких колоністів на території Західної України; М. Ю. Ячнюка (2016 р.) – з технології впровадження засобів активного туризму в рекреаційну діяльність студентської молоді; Г. І. Єремії (2017 р.) – з опрацювання науково-географічної спадщини румуномовних дослідників України.

Підготовлені монографії, навчальні посібники, підручники, десятки наукових статей у галузі знань – управління та адміністрування. Серед них варто назвати: «Менеджмент природоохоронної діяльності»: У 3-х частинах: підручник (В. П. Руденко, М. Т. Гостюк, І. В. Кібіч та ін. Чернівці: Чернівецький національний університет. 2014. 440 с.; Руденко В.П., Руденко С.В. Оцінка природно-ресурсного потенціалу України як основа менеджменту природоохоронної діяльності. Чернівці: Чернівецький національний університет. 2014. 248 с.; «Менеджмент туристичної індустрії: підручник у 3-х частинах» Руденко В. П., Вацеба В. Я., Підгірна В. Н., та ін. Чернівці: Чернівецький національний універ-

ситет. 2019. 504 с. ; Король О. Д. Міжнародні туристичні потоки: суспільно-географічні аспекти формування та геопросторовий розподіл: монографія. Чернівці: Чернівецький національний університет. 2018. 512 с.

Одним з найважливіших результатів наукової діяльності у сфері менеджменту туристичної індустрії стала реалізація міжнародних грантових проєктів. Так, зокрема, у 2006–2007 р.р. та 2008–2009 р.р. Руденко В. П., Бучко Ж. І., Король О. Д. спільно з науковцями Університету Павла Йозефа Шафарика виконували два спільних українсько-словацьких проєкти з оцінки ресурсного та естетичного потенціалів розвитку екологічного туризму в Карпатському регіоні (наукові керівники: Руденко В. П. – від України та Хохмут З. – від Словаччини).

16 травня 2009 року С. В. Мельничуком – ректором Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича була підписана угода щодо розробки проєкту «Історико-етнографічна спадщина – складова сталого розвитку туризму на Буковині» (HERITAGE) MIS-ETC Code 829. Проєкт тривалістю 24 місяці реалізовувався за спільною операційною програмою Румунія – Україна – Республіка Молдова 2007–2013 р.р. завдяки фінансовій підтримці Європейського Союзу. Бюджет проєкту – 1,47 млн. євро, у тому числі ЧНУ ім. Ю. Федьковича – 0,93 млн. євро. У ЧНУ ім. Ю. Федьковича реалізація угоди розпочалася з липня 2012 р.

Головною метою проєкту стало збереження та розвиток історико-культурної спадщини Чернівецької області та Сучавського повіту. Для досягнення цієї мети розробники проєкту – менеджери та виконавці географічного та історичного факультетів ЧНУ ім. Ю. Федьковича та їхні колеги з Університету ім. Штефана чел Маре (Штефана Великого), зокрема, Руденко В., Бучко Ж., Скрипник Я., Смірнов Я., Король О., Данілова О., Ефрос В., Попеску Л., Крістеа І.А., Федорцов Д., Воротняк І., Чучко М., Сандуляк І., впродовж 2012–2016 років:

- організували функціонування Буковинського інформаційно-комунікаційного центру розвитку історико-етнографічного туризму у м. Чернівці та його Регіонального представництва у м. Сучава;

- сформували реєстр історико-етнографічних об'єктів (близько 450) на території Чернівецької області та Сучавського

повіту, а також створили на їх основі електронні бази даних і туристичної карти;

- розробили методичні рекомендації та провели тренінги для представників цільових груп, зокрема студентів-менеджерів ЧНУ ім. Ю. Федьковича з Чернівецької області та Сучавського повіту;

- забезпечили доступ до інформації щодо можливостей відвідування та популяризації спільної історико-етнографічної спадщини Буковини.

Чи не головним здобутком колективу виконавців стала «Карта історичного й етнографічного туризму Чернівецької області та Сучавського повіту» у двох варіантах – у масштабах 1:100000 та 1:300000 та картосхеми туристичних маршрутів міст Чернівці і Сучава у масштабі 1:12500. Не менш цінними є тримовний (українською, румунською та англійською мовами) туристичний журнал «Tourist Bucovina» (вийшло два випуски) та 15 брошур і буклетів: «Буковина: унікальність у розмаїтті» (див., наприклад, Буковина: унікальність у розмаїтті. Буковинські Карпати. Bucovina:unicitate in diversitate. Carpatii Bucovinei. Bucovina: unicity through diversity. Bukovinas Carpathians / Zhanna Buchko, Vasile Efros, Liviu Popescu, Valeriy Rudenko. – Suceava: Editura Universitatii «Stefan cel Mare», 2015. – 10 vol. – ISBN 978-973-666-476-2. Vol. 5. – 105 p. (The Joint Operational Programme Romania-Republic of Moldova. MIS ETC 829. HERITAGE. –: www.heritage-ua-ro.org/journal.php.)

З 2017 до 2023 року триває впровадження результатів виконаних робіт у практику туристичного менеджменту Чернівецької області та Сучавського повіту, що відбувається під наглядом BRCT–Регіонального офісу транскордонної кооперації (Сучава, Румунія – Україна). З цією метою у липні 2018 р. представниками Регіонального офісу здійснений візит до ЧНУ ім. Ю Федьковича.

Серед конструктивних напрямів реалізації HERITAGE (MIS-ETC Code 829) варто назвати:

- Нарощування ескурсійно-туристичної роботи через проведення відповідних практик студентів і викладачів. Щороку на такі маршрутні практики, у тому числі і по Буковині, виїжджають близько 200 здобувачів і викладачів ЧНУ ім. Ю. Федьковича.

Іде активний прийом студентів-туристів з інших країн і регіонів України. Так, зокрема у травні 2017 р. на туристичну практику у ЧНУ ім. Ю. Федьковича прийнято 12 студентів і викладачів Білоруського держуніверситету з Мінська, а 6-7 червня 2018 р. – 45 студентів і викладачів Університету Павла-Йозефа Шафарика в м. Кошице (Словаччина); 15 студентів та викладачів ЧНУ ім. Ю. Федьковича стажувалися по туристичних маршрутах Південної Буковини у липні 2017 р. (керівник Д. І. Холявчук). Виконавці проекту активно залучаються до проведення таких практик по м. Чернівці та Чернівецькій області для студентів з Київського, Центрально-Українського, Ніжинського університетів, що стали вже систематичними;

- під безпосереднім керівництвом і за активної підтримки виконавців проекту HERITAGE («Спадщина») йде поглиблення науково-теоретичних, методичних та прикладних основ вивчення історичної та етнографічної спадщини як частини сталого розвитку туризму на Буковині. Так, зокрема, виконавцем проекту Ж. І. Бучко завершено у 2019 р. докторське наукове дослідження з проблем розвитку транскордонного туризму в Україні, що розвиває ідеї та основні напрями ідеї «Спадщина». У 2020 р. виконавець проекту «Спадщина» Король О. Д. успішно захистив докторську дисертацію з проблем міжнародних туристичних потоків – їх формування та геопросторового розподілу. Під керівництвом професора Руденка В.П. Джаманом Я.В. виконане дослідження «Розвиток етнотуризму в поліетнічному місті Чернівці», що напряму базується на матеріалах проекту «Спадщина», поглиблює та розвиває його інформаційну та методичну базу. М. Ю. Паламарюк здійснений суспільно-географічний аналіз рекреаційно-туристичних ресурсів Буковинських Карпат як дисертаційне дослідження (2015 р., керівник Руденко В. П.). Дуже близькими до проблем етнотуризму є наукові дисертаційні роботи здобувачів географічного факультету ЧНУ ім. Ю. Федьковича С. М. Павлюк (2017 р.), Добинди І. П. (2016 р.), Лапушняк М. Д. (2015 р.), Лопушняк Л. В. (2018 р.);

- залучення до реалізації ідей проекту підготовлених у колективі географічного факультету професійних гідів – екскурсоводів – М. Ю. Паламарюк, С. Д. Брика, І. Д. Бойко, Г. Я. Круль, М. Д. Лапушняк, Н. С. Андрусак, В. С. Грицьку, як і самих виконавців проекту – Ж. І. Бучко, О. Д. Короля, якими практично щоден-

но матеріали проєкту доносяться до уваги десяткам зацікавлених відвідувачів – туристів Чернівецької області;

- організація та проведення всеукраїнських та міжнародних науково-методичних конференцій та семінарів з широким використанням матеріалів проєкту. Так, у 2014, 2016, 2017, 2021 роках у ЧНУ ім. Ю. Федьковича на географічному факультеті були проведені науково – методичні конференції з міжнародною участю, на яких широко обговорювались питання подальшого розвитку етнічного туризму як на Буковині, так і за кордоном.

Як бачимо, проєкт HERITAGE: MIS-ETC Code: 829 проростає на благодатному ґрунті дружби і співробітництва між етнічними спільнотами Буковини та зарубіжжя і в цьому великі перспективи подальшої співпраці в розрізі досліджень історичної та етнографічної спадщини як складової сталого розвитку туризму на Буковині.

Географічний факультет, як і Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича загалом, по-праву гордиться своїми відомими випускниками-менеджерами, які щоденною напруженою працею досягають професійних вершин. Серед них варто назвати: Красовську О. Ю. (випускницю 2002 р.), кандидатку наук, директорку туристичної фірми «Грінвіч – Тур»; Веригу О. В. (випускницю 2002 р.) як заступницю голови Чернівецької обласної державної адміністрації; Ячнюк М. О., Цепенду М. М., Наконечного К. П., Івануніка В. О., Скутар Т. Д. – доцентів географічного факультету ЧНУ ім. Ю. Федьковича; Циганок Л. В. (2004 р.) – Президента Професійної Асоціації екологів України; Андрієш Ю. Ф. (випускник 2005 р.) – експерта Програми транскордонного співробітництва «Румунія – Україна 2014–2022» у складі ГО «Буковинська агенція ініціатив та розвитку»; Даналакі Н. В. (випускниця 2005 р.) директорка відділення «Приватбанку» у м. Чернівці; Грицьку-Андрієш Ю. П. – депутатку Чернівецької обласної ради, кандидатку економічних наук, радницю голови Чернівецької обласної ради з питань гендерної рівності, національних меншин та антикорупції; Руденка С. В. – депутата Чернівецької міської ради, кандидата наук, экс-радника Чернівецького міського голови; Кібич А. Д. – докторку філософії, викладачку Щецинського університету (Польща); Рудейчука Р. М. – менеджера туркомплексу «Карпати» (Мигове); Погинайко І. В. голову Чернівецької філії Всеукраїнської громадської

організації «Активна громада»; Скобунів Олександра та Юрія – управителів ресторанного комплексу «Кофеїн» (м. Чернівці).

Випускники-менеджери географічного факультету Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича, безумовно, складають сьогодні надійну основу подальшого розвитку управлінської сфери національної економіки України. Їх досягнення, життєвий і професійний досвід, націленість на якнайшвидше впровадження у господарському комплексі держави прогресивних соціально-економічних та екологічних реформ сприятимуть поступальному, збалансованому розвитку менеджменту загалом і менеджменту туристичної індустрії, зокрема, як освітньої, наукової та прикладної галузі суспільної діяльності.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
ЧАСТИНА 1.	
ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ	4
1.1. Теоретико-методологічні та методичні основи менеджменту туристичної індустрії	4
1.2. Механізми управління інноваційною діяльністю в туристичних підприємствах	20
1.3. Особливості управління персоналом у системі менеджменту туристичних організацій	44
ЧАСТИНА 2.	
МЕНЕДЖМЕНТ І ГЕОГРАФІЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ	72
2.1. Географія туристичних ресурсів	72
2.2. Оцінка природно-рекреаційного потенціалу України як основа менеджменту туристичної індустрії	93
2.3. Менеджмент водних туристично-рекреаційних ресурсів	110
2.4. Менеджмент лісових туристично-рекреаційних ресурсів	120
2.5. Географія подієвого туризму	151
ЧАСТИНА 3.	
МЕНЕДЖМЕНТ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ	166
3.1. Організація туристичного бізнесу та туроперейтинг	166
3.2. Менеджмент готельно-ресторанних послуг	187
3.3. Організація екскурсійної діяльності	207
3.4. Управління рекреаційно-туристичною діяльністю на природоохоронних територіях	244

ЧАСТИНА 4.

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	266
4.1. Туристичний аспект у регіональній економіці	266
4.2. Стратегічне управління у туризмі	292
4.3. Транскордонне регіональне співробітництво в туристичній галузі	324
ЗАМІСТЬ ПІСЛЯМОВИ	361

МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Практикум

Укладачі:

Руденко В. П., Підгірна В. Н., Наконечний К. П.

Відповідальний за випуск – В.П.Руденко

Літературний редактор – *О.В. Лукул*

Технічна редакторка – *А.В. Цвірна*

Підписано до друку 06.06.2023. Формат 60x84/16
Папір офсетний. Друк різнографний. Ум. друк. арк. 24.
Обл.-вид. арк. 22,6. Тираж 50. Зам. № Н-040
Видавництво та друкарня Чернівецького національного
університету. 58012, Чернівці, вул. Коцюбинського, 2

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 891 від 08.04.2002