

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**Методичні рекомендації
до практичних занять та самостійної роботи
з навчальної дисципліни**

**"МЕНЕДЖМЕНТ
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ"**

**для студентів напряму підготовки
6.140103 "Туризм"
усіх форм навчання**

Харків. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015

Затверджено на засіданні кафедри туризму.
Протокол № 9 від 17.06.2015 р.

Укладач Ястремська О. О.

М 54 Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни "Менеджмент міжнародного туризму" для студентів напряму підготовки 6.140103 "Туризм" усіх форм навчання / уклад. О. О. Ястремська. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 40 с. (Укр. мов.)

Подано методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни. Наведено порядок підготовки та проведення семінарських і практичних занять, що визначається методичними рекомендаціями і планами занять, також наведені рекомендації до самостійної роботи.

Рекомендовано для студентів напряму підготовки 6.140103 "Туризм" усіх форм навчання.

Вступ

Туризм став ознакою сучасного стилю життя, важливим елементом розвитку світової економіки, а також впливовим чинником міжнародних інтеграційних процесів. Туристична індустрія у наш час перетворилась у провідну галузь економіки. В Україні спостерігається постійний розвиток туризму, що виявляється у постійній зацікавленості іноземних туристів нашою державою та численними виїздами українських громадян за кордон. Український туризм повинен пройти інтенсивні модернізаційні процеси для адаптації до міжнародних стандартів. Вирішити це питання можуть висококваліфіковані кадри, підготовку яких необхідно здійснювати за принципами безперервності з урахуванням міжнародних стандартів і методик, що враховують специфіку українського ринку туристичних послуг. Міжнародний туризм відкриває нові можливості для надання послуг значній кількості споживачів, тому сучасні менеджери повинні мати професійні компетентності щодо управління міжнародними послугами у сфері туризму як переважним сучасним ресурсом підприємств. Сформувати такі компетентності дозволяє навчальна дисципліна "Менеджмент міжнародного туризму".

Міжнародний туризм передбачає наявність освічених фахівців належного рівня і кваліфікації. На жаль, сучасна освіта менеджерів зосереджена загалом у сфері економіки та майже цілковито ігнорує необхідність відповідного рівня соціальних і психологічних знань, умінь та навичок. Сформувати такі компетентності дозволяє навчальна дисципліна "Менеджмент міжнародного туризму".

Навчальна дисципліна "Менеджмент міжнародного туризму" є варіативною для бакалаврів за напрямом підготовки "Туризм". Із метою кращого засвоєння матеріалу студенти повинні **до початку вивчення дисципліни набути знань і навичок** у галузі економіки туристичних підприємств, маркетингу, менеджменту, стратегічного управління, основними з яких є: система чинників ефективного функціонування підприємства, закономірності сучасного перебігу економічних і соціальних процесів, особливості реалізації економічних відносин, методи оцінювання витрат і результатів діяльності підприємства, чинники їх підви-

щення; а також вміти: розраховувати основні техніко-економічні показники діяльності підприємства, аналізувати та оцінювати їх динаміку, розробляти окремі плани діяльності туристичних підприємств за функціональними сферами, розраховувати кошториси підприємства, калькуляції туристичних послуг і маркетингових заходів, обґрунтовувати ціни на туристичні продукти на основі кошторисів та калькуляцій, а також впливу факторів зовнішнього середовища, систематизувати інформацію, що необхідна для складання планово-економічної та звітної документації, приймати певні рішення щодо підвищення ефективності діяльності туристичного підприємства.

Метою викладання даної навчальної дисципліни є формування у студентів системи професійних компетентностей щодо використання основ міжнародного туризму, методів його організації для ефективного господарювання на рівні основної ланки суспільного виробництва – підприємства; набуття необхідної сукупності теоретичних і практичних знань для вирішення конкретних управлінських завдань на сучасному етапі розвитку економіки.

Об'єктом навчальної дисципліни є процес управління наданням міжнародних туристичних послуг.

Предметом навчальної дисципліни є форми виявлення економічних законів і закономірностей розвитку міжнародного туризму, методи, механізми, методичні підходи та практичний досвід туристичних підприємств із надання туристичних послуг споживачам у сучасних умовах господарювання в Україні та за кордоном. Предмет пізнання становлять: теорія і практика господарювання туристичних підприємств, формування та надання туристичних послуг у сфері міжнародної діяльності; організація і ефективність міжнародної туристичної діяльності.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять і виконання практичних завдань. Проблемні питання винесено на розгляд і обговорення під час семінарських занять. Також велике значення в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів.

У процесі викладання навчальної дисципліни основна увага приділяється оволодінню студентами професійними компетентностями, що наведені в табл. 1.

Професійні компетентності, які отримують студенти після вивчення навчальної дисципліни

Назва компетентності	Складові компетентності
Прийняття управлінських рішень зі здійснення міжнародних туристичних операцій	Здатності до визначення видів менеджменту в міжнародному туризмі
	Здатності до визначення дій міжнародних організацій у розвитку міжнародного туризму
	Здатності до визначення методів державного регулювання міжнародного туризму
	Здатності до методів управління туристичною галуззю
	Здатності до управління міжнародними транспортними перевезеннями
	Здатності до управління підприємствами харчування у міжнародному туризмі
	Здатності до управління гостинністю у міжнародному туризмі

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

місце та роль менеджменту міжнародного туризму в загальній системі управління туристичним підприємством;

зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на менеджмент міжнародного туризму;

міжнародні тенденції розвитку менеджменту міжнародного туризму;

характеристику й елементи моделей менеджменту міжнародного туризму;

економічні та правові засади управлінської діяльності у сфері міжнародного туризму;

етапи формування і просування міжнародних туристичних послуг;

механізм функціонування міжнародних організацій у сфері туризму;

основні особливості інтеграційних процесів у сфері туризму;

стилі управління туристичними підприємствами та їх персоналом у сфері міжнародного туризму;

особливості прийняття рішень у сфері міжнародного туризму;

види організаційних культур, сутність корпоративної соціальної відповідальності та напрями її забезпечення і підвищення в туризмі;

механізми розміщення, харчування та організаційних процедур прийняття туристів у процесі надання міжнародних туристичних послуг;

організацію системи франчайзингу в туристичній готельній індустрії;

основні моделі менеджменту в міжнародному туризмі щодо створення та підтримки гостинності;

особливості підписання контрактів на рівні підприємств у сфері міжнародного туризму.

У процесі вивчення навчальної дисципліни у студента повинні бути сформовані **вміння**:

формуванню статистичну звітність туристичних підприємств щодо міжнародного туризму;

аналізувати внутрішнє і зовнішнє середовище щодо організації та управління наданням туристичних послуг у міжнародному туризмі;

використовувати відповідно до ситуацій стилі управління на підприємствах у процесі надання послуг у міжнародному туризмі;

організовувати транспортні міжнародні перевезення туристів;

організовувати харчування та розміщення у готелях туристів у процесі міжнародних турів;

формуванню атмосферу гостинності під час прийняття міжнародних туристів;

формуванню міжнародні контракти на рівні підприємств щодо надання міжнародних туристичних послуг;

використовувати трансфери у міжнародному туризмі;

організовувати проходження процедур оформлення документів, що супроводжують надання туристичних послуг у міжнародному туризмі;

обирати стратегічні альтернативи розвитку туристичних підприємств у сфері міжнародного туризму;

створювати організаційну культуру туристичного підприємства, сприятливу до міжнародного співробітництва;

використовувати Інтернет-технології в туристичному менеджменті.

Комунікації:

здатність до здійснення взаємодії між клієнтом та туристичною компанією в процесі надання туристичної послуги;

здатність до прийняття управлінського рішення на основі наданої інформації;

здатність до забезпечення інформаційної прозорості про можливості туристичної компанії у міжнародному туризмі.

Автономність і відповідальність:

здатність до самостійного ухвалення управлінських рішень про надання послуг у міжнародному туризмі;

здатність до вирішення проблем, що виникли у процесі формування і реалізації послуг у міжнародному туризмі;

здатність брати відповідальність за процес і результат надання послуг у міжнародному туризмі;

відповідальність за результати надання послуг у міжнародному туризмі.

Вивчення теоретичних положень навчальної дисципліни потребує їх закріплення. Із цією метою проводяться семінарські та практичні заняття, що дозволяють здійснити поточну перевірку засвоєння студентами навчального матеріалу за окремими темами навчальної дисципліни. На семінарські та практичні заняття виносяться лише найважливіші та найскладніші питання. Решту питань студенти повинні опрацювати самостійно. Під час підготовки до семінарських і практичних занять слід ознайомитися з конспектом лекцій на відповідну тему, вивчити понятійний апарат і усвідомити логіку навчального матеріалу. Для більш поглибленого вивчення матеріалу потрібно дослідити рекомендовані до відповідної теми, а також підібрані самостійно літературні джерела.

1. Теми та плани семінарських занять

Семінарське заняття – це форма навчального заняття, за якої викладач організовує дискусію навколо попередньо визначених тем, до яких студенти готують тези виступів. На кожному семінарському занятті викладач оцінює підготовлені студентами доповіді та презентації з окреслених питань (табл. 2), їх виступи, активність у дискусії, уміння формулювати і відстоювати свою позицію тощо. Підсумкові бали за кожне семінарське заняття виставляються у відповідний журнал. Отримані студентом бали за окремі семінарські заняття враховуються у процесі накопичення підсумкових балів із даної навчальної дисципліни.

Плани семінарських занять

Назва теми	Програмні питання	Література
1	2	3
<i>Тема 1.</i> Види менеджменту в міжнародному туризмі	Семінар-дискусія "Основні завдання менеджменту у міжнародному туризмі". 1. Сутність менеджменту міжнародного туризму. 2. Рівні менеджменту, особливості праці менеджерів на кожному рівні. 3. Особливості менеджменту в туризмі. 4. Інновації менеджменту в міжнародному туризмі на сучасному етапі його розвитку	Основна: [1 – 7]. Додаткова: [8 – 10; 13; 16]. Інформаційні ресурси: [24]
<i>Тема 2.</i> Міжнародні організації в туризмі	Презентації та доповіді за темою "Міжнародний туризм" (перелік країн надається). 1. Загальна характеристика країни. 2. Статистичні дані, щодо виїжджаючих та в'їжджаючих у країни, з яких країн. 3. Види туризму, які приваблюють туристів. 4. Видатні місця, які приваблюють туристів	Основна: [1 – 7]. Додаткова: [9; 10]. Інформаційні ресурси: [24]
<i>Тема 3.</i> Державне регулювання міжнародного туризму	Презентації доповідей студентів за країною, яку вони обрали для розгляду у другій темі. Питання: 1. Міжнародна співпраця у галузі туризму. 2. Документи, що є базою міжнародного туризму. 3. Основні міжнародні туристичні організації, їх функції та умови функціонування	Основна: [1 – 7]. Додаткова: [9; 10]. Інформаційні ресурси: [24]
<i>Тема 4.</i> Менеджмент індустрії міжнародного туризму	Презентації доповідей студентів за країною, яку вони обрали у другій темі. Питання: 1. Механізм регулювання міжнародної туристичної діяльності. 2. Стандартизація у міжнародному туризмі. 3. Ліцензування у міжнародному туризмі. 4. Податкове регулювання у міжнародному туризмі	Основна: [1 – 7]. Додаткова: [13]. Інформаційні ресурси: [20 – 24]

1	2	3
Тема 5. Менеджмент міжнародних транспортних туристичних перевезень	Презентації доповідей студентів щодо розвитку кожної галузі індустрії туризму в Україні та інших зарубіжних країнах, які вони обрали раніше. 1. Транспортні перевезення. 2. Туризм і транспортні системи. 3. Залізничний транспорт. 4. Автомобільний транспорт. 5. Водний транспорт. 6. Повітряний транспорт	Основна: [1 – 7]. Додаткова: [13]. Інформаційні ресурси: [24]
Тема 7. Менеджмент гостинності у міжнародному туризмі	Презентація власного закладу харчування на міжнародному ринку, враховуючи міжнародне законодавство	Основна: [1 – 7]. Інформаційні ресурси: [21; 22; 24]

У процесі проведення семінарського заняття організовується дискусія навколо попередньо визначених тем, до яких студенти готують тези виступів та доповіді, а також проблемні питання, відповідь на які має бути знайдена у ході обговорення та дискусії.

Під час проведення семінарського заняття чітко встановлюється час на виконання кожного виду робіт. Активна участь студентів протягом семінарського заняття передбачає відповідне оцінювання.

2. Перелік тем практичних занять

Практичне заняття – це форма навчального заняття, за якої викладач організовує детальний розгляд окремих теоретичних положень навчальної дисципліни і формує вміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом сформульованих завдань.

Проведення таких занять ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі – тестах для виявлення ступеня оволодіння необхідними теоретичними положеннями, а також за допомогою набору завдань різного рівня складності для вирішення їх на занятті.

Заняття включає проведення попереднього контролю знань, умінь і навичок студентів, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, вирішення завдань із їх обговоренням, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку та оцінювання (табл. 3).

Таблиця 3

Перелік тем практичних занять

Назва теми	Завдання практичних занять	Література
1	2	3
<i>Тема 1.</i> Види менеджменту в міжнародному туризмі	<i>Завдання 1.</i> Провести SWOT-аналіз та визначити фактори, які сприяють та перешкоджають внутрішньому і зовнішньому туризму для Харкова та Харківського регіону	Основна: [1 – 7]. Додаткова: [9; 10]
<i>Тема 3.</i> Державне регулювання міжнародного туризму	<i>Поточна контрольна робота</i>	Основна: [1 – 7]. Додаткова: [9; 10]
<i>Тема 4.</i> Менеджмент індустрії міжнародного туризму	<i>Завдання 1.</i> Вирішення завдань з планування виплати податків туристичними підприємствами	Основна: [1 – 7]. Інформаційні ресурси: [20 – 23]
<i>Тема 6.</i> Менеджмент підприємств харчування у міжнародному туризмі	<i>Завдання 1.</i> Вирішення завдань із визначення тарифів на транспортні перевезення залежно від зміни умов надання міжнародних туристичних послуг та сегментації їх споживачів. <i>Поточна контрольна робота</i>	Основна: [1 – 7]. Інформаційні ресурси: [20; 23; 24]
<i>Тема 7.</i> Менеджмент гостинності у міжнародному туризмі	<i>Завдання 1.</i> Вирішення ситуаційного завдання з вибору підприємства харчування залежно від можливостей і вимог споживачів міжнародних туристичних послуг. <i>Завдання 2.</i> Вирішення практичних завдань із калькулювання меню та витрат на утримання підприємства харчування, що приймає зарубіжних туристів	Основна: [1 – 7]. Додаткова: [13; 15]. Інформаційні ресурси: [21; 22; 24]

1	2	3
	<p><i>Завдання 3.</i> Вирішення ситуаційного завдання з розміщення туристів залежно від їх уподобань та очікувань.</p> <p><i>Завдання 4.</i> Вирішення практичних завдань із розрахунку вартості трансферу на надання послуг готелів</p> <p><i>Проведення підсумкового контролю – колоквиум</i></p>	

3. Методичні рекомендації до виконання практичних завдань та самостійної роботи

Тема 1. Види менеджменту в міжнародному туризмі

Методичні рекомендації щодо вивчення теми

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: поняття і сутність менеджменту в туризмі; визначення поняття "менеджер"; рівні менеджерів у туризмі: високий (*top manager*), середній (*middle manager*), низький (*entry manager*) рівні; визначення поняття "менеджмент у туризмі"; структуризація менеджменту за трьома критеріями; основні види менеджменту в туризмі: функціональний та типологічний; напрями менеджменту в туризмі: кадровий, адміністративний, фінансовий, маркетинг-менеджмент, транспортний, інноваційний, PR-менеджмент, інвестиційний, стратегічний, *quality*-менеджмент, виробничий, інформаційний, комунікативний, *knowledge*-менеджмент, анімаційний, міжнародний, менеджмент нерухомості, мотиваційний, координаційний, екологічний, менеджмент-продаж, правовий, ризик-менеджмент; основні функції менеджменту: планування, організація, мотивація, контроль, комунікативна, погодження рішень; визначення зовнішнього та внутрішнього середовища в міжнародному туризмі; визначення факторів зовнішнього середовища прямого та непрямого впливу; визначення факторів внутрішнього середовища; SWOT-аналіз.

Практичне завдання 1.

Провести SWOT-аналіз та визначити фактори, які сприяють та перешкоджають внутрішньому і зовнішньому туризму для Харкова та Харківського регіону.

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. Основні поняття міжнародного туризму: туризм, турист, туристичний продукт, просування туристичного продукту.
2. Види туризму: міжнародний та внутрішній туризм.
3. Суб'єкти, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність: турагенти, туроператори.
4. Класифікація туризму.
5. Організований і неорганізований туризм, діловий туризм, індивідуальний і груповий туризм, комерційний і соціальний туризм.
6. Масовий та елітарний туризм.
7. Стійкий та екологічний туризм.
8. Подорожі з метою розваги і відпочинку.

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Які особливості має міжнародний туризм?
2. Назвіть статті витрат країни, яка хоче прийняти іноземних туристів.
3. Назвіть фактори розвитку міжнародного туризму.
4. Що таке "менеджмент у туризмі"?
5. Які види менеджменту застосовуються у туризмі?
6. У чому проявляється специфіка менеджменту у туристичній індустрії?
7. Які фактори зовнішнього середовища впливають на туристичну діяльність регіону?
8. Які фактори внутрішнього середовища найбільш важливі для розвитку туристичної діяльності регіону або країни?
9. Які види менеджменту застосовуються у міжнародному туризмі.
10. У чому полягає специфіка менеджменту у міжнародному туризмі.
11. Які фактори внутрішнього середовища є найвпливовішими для розвитку менеджменту міжнародного туризму.

Тема 2. Міжнародні організації в туризмі

Методичні рекомендації щодо вивчення теми

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: визначення двосторонньої співпраці у міжнародному туризмі, конкретні заходи такої співпраці, контроль над виконанням таких угод; багатостороння співпраця у міжнародному туризмі, функції такої співпраці, форми багатосторонньої співпраці; всесвітня організація туризму, організаційна структура всесвітньої організації туризму, статут цієї організації, функції всесвітньої організації туризму, виконавчий комітет організації, функції цього комітету, допоміжні органи виконавчого комітету, діяльність UNWTO за напрямками, документи UNWTO; рада з туризму СНД. Особливості її роботи; Всесвітня федерація асоціацій туристичних агентств, Міжнародна федерація туроператорів, міжнародна готельна асоціація, міжнародна асоціація повітряного транспорту, міжнародна асоціація конгресового бізнесу, міжнародне бюро з соціального туризму, міжнародне бюро молодіжного туризму; регіональні туристичні організації, їх функції.

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Назвіть міжнародні туристичні організації та їх функції.
2. У чому полягають завдання Всесвітньої туристичної організації?
3. Яку роль відіграє ООН у розвитку міжнародного туризму?
4. Що є метою професійних асоціацій сфери міжнародного туризму?
5. Що таке "міжнародна співпраця у галузі туризму", якими є її основні завдання?
6. Хто бере участь у міжнародній співпраці й у яких формах?
7. Що таке "міжнародна співпраця на двосторонній основі"? Які цілі переслідують міжурядові угоди про співпрацю у галузі туризму?
8. Що таке багатостороння співпраця у галузі туризму й у яких формах вона виявляється?
9. Наведіть приклади основних всесвітніх конференцій і нарад із питань туризму. Які головні питання обговорювалися на цих форумах?
10. Які міжнародні туристичні організації ви знаєте і в чому полягають їх завдання? Назвіть критерії класифікації цих організацій.

11. Яку роль відіграє Організація Об'єднаних Націй у розвитку міжнародного туризму?

12. Які структура, мета і форми роботи Всесвітньої організації туризму?

13. Що таке "спеціалізована туристична організація"? Наведіть приклади таких організацій і розкажіть про цілі їхньої роботи.

14. Для чого створюються регіональні туристичні організації? Наведіть їх приклади.

15. Назвіть цілі та завдання Всесвітньої організації туризму.

Тема 3. Державне регулювання міжнародного туризму

Методичні рекомендації щодо вивчення теми

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: державне регулювання туризму в Україні; поняття й ефективні методи державного регулювання міжнародного туризму в Україні; інструменти державного регулювання міжнародного туризму в Україні: конференції, асамблеї, зустрічі, форуми, конгреси, семінари проведені міжнародними організаціями; декларації, конвенції, резолюції, угоди, протоколи, рекомендації, прийняті на міжнародних конференціях і форумах; історія виникнення державного втручання у туристичну діяльність на міжнародному просторі; основні важелі державного втручання у туристичну діяльність; визначення поняття "сертифікація", види сертифікації, завдання сертифікації; визначення поняття "стандартизація", завдання стандартизації, перелік та сутність міжнародних стандартів; визначення поняття "ліцензування", визначення поняття "ліцензія", основні вимоги для отримання ліцензії на прикладі деяких держав; класифікація податків, що отримуються з туристичних послуг; досвід зарубіжних країн в оподаткуванні туристичних послуг; основні етапи розвитку правового регулювання міжнародного туристичного бізнесу; характерні риси сучасної системи правового регулювання та інструменти.

Практичне завдання 1

Розробити ваучер для туристичної подорожі.

Методичні рекомендації

З інструкцією про порядок оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання можна ознайомитись:

Закон України "Про туризм" від 18.11.2003 р. № 1282-І, ст. 23

Наказ Держтурадміністрації № 50 від 06.06.2005 р. "Про затвердження порядку оформлення ваучера на надання туристичних послуг і його використання", зареєстрований у Міністерстві юстиції України 18.07.2005 р. за № 765/11045.

Ваучер повинен містити такі дані:

- назва та юридична адреса туристичної фірми;
- серія, номер та дата видачі ліцензії на туроператорську (турагентську) діяльність Державної туристичної адміністрації України;
- прізвище, ім'я туриста;
- прізвище, ім'я, вік дітей;
- назва країни (міста);
- розміщення, у тому числі контактний телефон адміністратора готелю (бази відпочинку тощо);
- термін перебування;
- харчування;
- вид транспорту;
- трансфер;
- страхування;
- ціна туру;
- оплачено;
- підлягає оплаті;
- додаткові умови;
- дата;
- печатка, прізвище, ім'я та підпис керівника туристичного підприємства.

Зразок ваучера:

Туристична фірма "Калина"
м. Львів, вул. Вузька, 5
тел. (0322) 76-75-67
факс (0322) 76-75-66

Ліцензія Державної туристичної
адміністрації України
на туроператорську діяльність
АА № 780308 від 01.06.2005 р.

Прізвище, ім'я.....
Діти (років).....
Країна (місто).....
Розміщення.....
(адміністратор).....
Харчування.....
Термін перебування.....
Вид транспорту.....
Трансфер.....
Додаткові послуги.....
Ціна туру.....
Оплачено.....
Підлягає оплаті.....
Додаткові умови.....

".....".....20.... р.

Директор /підпис/ Іванов І. І.
Місце печатки

Контрольні запитання для самодіагностики

1. У чому полягає сутність і якими є структура й інструменти державного регулювання міжнародної туристичної діяльності?
2. Опишіть основні механізми підтримки розвитку міжнародного туризму.
3. Назвіть основні особливості правового регулювання міжнародної туристичної діяльності в різних країнах.
4. Назвіть завдання, які стоять перед сертифікацією у туризмі.
5. Навіщо потрібна стандартизація в міжнародному туризмі?
6. Що таке "ліцензування туристичної діяльності" й у чому полягають особливості ліцензування туристичної діяльності в різних країнах?
7. Які особливості податкового регулювання міжнародної туристичної діяльності в різних країнах?
8. Як держава бере участь у вирішенні питань підготовки кадрів для сфери туризму?
9. Які питання, що стосуються сфери діяльності туристичних фірм, вирішуються на рівні загального законодавства, що є предметом туристичних нормативних актів?

10. Як питання діяльності туристичних фірм вирішується в Іспанії?
11. Яким чином французьке туристичне законодавство захищає права споживача в туризмі?

Тема 4. Менеджмент індустрії міжнародного туризму

Методичні рекомендації щодо вивчення теми

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: визначення поняття "туристична індустрія"; групи підприємств, які виготовляють товари та послуги для туристів; туристична продукція; координація діяльності компонентів індустрії туризму; структура індустрії; транспортні перевезення, заклади розміщення туристів, підприємства харчування, інформаційно-екскурсійне обслуговування, анімаційні послуги; визначення поняття "туроператор", види туроператорів; визначення поняття "тур-агенти"; види туристичних агентств; залежність та співпраці між туроператорами та туристичними агентствами, зарубіжний досвід.

Практичне завдання 1

Турист, що відвідує курорт "Сонячний берег" Болгарії залишає в готелях та інших закладах, що належать до інфраструктури туризму, в середньому 1 000 доларів. Ці гроші йдуть власникам готелів, ресторанів тощо, які після сплати податків витрачають свої кошти за власним розсудом. Вони витрачають гроші також й на імпорتنі товари, але більша частина залишається в товарах та послугах національного виробництва.

Нехай податок із долара складає 20 %, розмір заощаджень становить 10 % сукупного прибутку. Гроші, які залишились, розподіляються таким чином – 20 % на товари імпортного походження, а залишок на вітчизняних виробників (рис. 1).

Показати схематично процес кругообігу на I, II та III етапах. Розкрити зміст роботи коефіцієнта прибутку туристичного бізнесу.

Обґрунтувати, на якому етапі ця схема перестає бути дієвою для України.

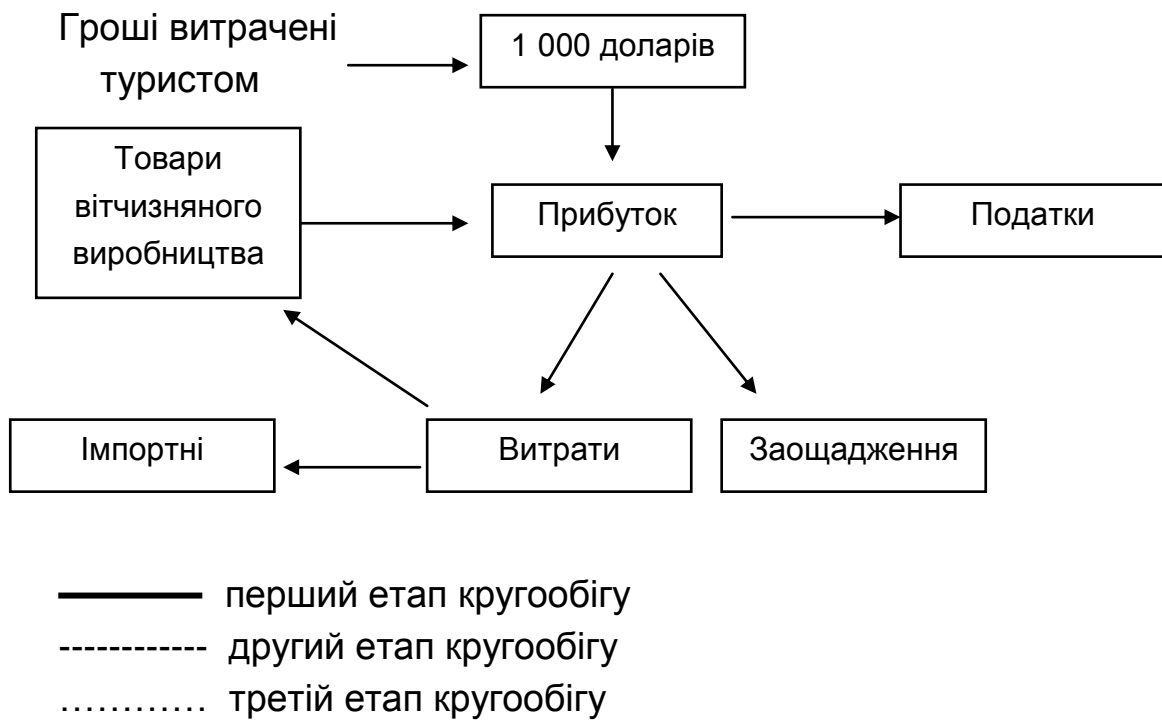


Рис. 1. **Схема кругообігу коштів**

Практичне завдання 2

Індекс конкурентоспроможності країни світу в сфері туризму й подорожей сформовано на основі обліку 13 основних факторів, які, на думку організаторів дослідження, визначають позиції окремої країни на світовому туристичному ринку. До них належать такі:

1. Безпека.
2. Рівень охорони здоров'я й санітарний стан.
3. Рівень цін. Цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії.
4. Людські ресурси.
5. Пріоритетність туристичної сфери для органів влади.
6. Інфраструктура повітряного транспорту.
7. Ставлення місцевого населення до туристів. Рівень гостинності.
8. Інфраструктура наземного транспорту.
9. Туристична інфраструктура.
10. Державна політика й законодавство в сфері туризму.
11. Природоохоронне законодавство.
12. Інфраструктура телекомунікацій.
13. Природні й культурні ресурси.

Розподілити дані критерії на три логічні групи, які використовуються експертами Всесвітнього економічного форуму для оцінювання конкурентоспроможності націй у світі: державна політика та законодавство; інфраструктура та бізнес; людські, природні та культурні ресурси (табл. 4).

Таблиця 4

Критерії

Назва	2012 рік	2013 рік	Динаміка змін
<i>Загальне місце в рейтингу</i>	78	77	+1
Державна політика й законодавство в сфері туризму	88	100	- 12
Природоохоронне законодавство	109	83	+26
Культурні ресурси	118	84	+34
Безпека	73	93	-20
Рівень охорони здоров'я й санітарний стан	39	17	+22
Пріоритетність туристичної сфери для органів влади	90	96	-6
Ставлення місцевого населення до туристів. Рівень гостинності	46	62	-16
Природні ресурси	118	104	+14
Інфраструктура телекомунікацій	64	52	+12
Інфраструктура повітряного транспорту	87	98	-11
Інфраструктура наземного транспорту	84	67	+17
Туристична інфраструктура	75	62	+13
Рівень цін. Цінова конкурентоспроможність тур індустрії	37	115	-78
Людські ресурси	73	80	-7

Дайте характеристику ситуації в туристичній сфері України за результатами даного рейтингу (брали участь 124 країни).

Порівняйте ситуацію 2012 і 2013 років.

Які складові найбільше вплинули на таку низьку позицію в 2012, а які в 2013 роках?

Чи згодні ви з оцінками міжнародних експертів?

Які оцінки, на вашу думку, не відображають реальної ситуації в країні (завищені або занижені)?

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Охарактеризуйте структуру індустрії міжнародного туризму.
2. Як координується взаємодія компонентів індустрії гостинності?
3. Наведіть класифікацію туроператорів.
4. Яка стандартна класифікація засобів розміщення туристів?
5. Назвіть типи готельних підприємств.
6. Назвіть основні системи класифікації готелів у деяких країнах.
7. Які вимоги висуваються до персоналу, що працює в готелі "5 зірок".
8. Які підприємства масового харчування залучаються до організації харчування туристів?
9. Коротко охарактеризуйте кожен тип підприємства масового харчування.
10. Які типи готельних тарифів ви можете назвати?
11. Що таке "диференційований підхід до роботи з іноземною аудиторією"?
12. Якими є основні вимоги до особистих і професійних якостей гідів-перекладачів?
13. Які методи і прийоми екскурсоводства вам відомі?
14. Назвіть основні види екскурсій.
15. Якою повинна бути композиція оглядової екскурсії?
16. Як взаємопов'язані туризм і транспортні системи?
17. Назвіть особливості автобусного й автотранспортного туризму.
18. Яку роль відіграє залізничний транспорт у туризмі?
19. Охарактеризуйте функції міжнародних організацій авіаперевізників.
20. Що становить нормативно-правову базу морських міжнародних круїзів?
21. У чому полягають основні завдання управління сучасною індустрією розваг?

Тема 5. Менеджмент міжнародних транспортних туристичних перевезень

Методичні рекомендації щодо вивчення теми

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: роль та місце транспортних перевезень; історія виникнення поняття "туристичні перевезення"; види транспортних перевезень; ознаки міжнародних туристичних перевезень; міжнародні угоди в галузі перевезень; транспортні документи; учасники договірних відносин у галузі міжнародних туристичних перевезень; джерела правового регулювання транспортних туристичних перевезень; регулювання залізничного перевезення; типи пасажирських перевезень: рейсові та позарейсові; види рейсових перевезень; види позарейсових перевезень; спеціальні туристичні потяги; напрями автопослуг у туристичній індустрії: організація автобусних мандрівок, організація мандрівок на приватному авто, прокат авто; регулювання міжнародних автомобільних перевезень; процес прокату авто, необхідні документи; види водних перевезень: морські круїзи, річні круїзи, океанічні круїзи; основні круїзні регіони; категорії круїзних компаній; договір для круїзних перевезень; способи регулювання повітряного транспорту; поняття "пул-договір"; міжнародне регулювання авіаперевезень; Варшавська конвенція; Чикагська конвенція; Бермудська угода; Міжнародна організація цивільної авіації; Міжнародна асоціація повітряного транспорту; взаємодія туристичних підприємств з авіаперевізниками.

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Організація взаємодії між дирекцією круїзу та службою туристичного обслуговування; шляхи її вдосконалення.
2. Організація тематичних круїзів.
3. Співвідношення основних і додаткових послуг під час круїзу.
4. Сучасний стан ринку спеціалізованих залізничних турів.
5. Особливості організації комплексного обслуговування туристів під час спеціалізованого маршруту.
6. Особливості організації перевезень міжнародними регулярними залізничними лініями.

7. Розвиток швидкісних залізничних ліній та особливості перевезення ними туристів.
 8. Особливості обслуговування туристів на міжнародних регулярних залізничних лініях.
 9. Організація перевезення пасажирів регулярними залізничними лініями.
 10. Основні етапи розробки автобусного туру.
 11. Специфіка транспортного забезпечення каскадних турів.
 12. Організація роботи гідів під час автобусного маршруту.
 13. Укладання угод між транспортною компанією та турфірмою.
- Права та обов'язки партнерів.
14. Перевезення рейсовими автобусними лініями.
 15. Етапи забезпечення діяльності маршруту для туристів на власному автотранспорті.
 16. Основні види авіаперевезень.
 17. Особливості чартерних рейсів.
 18. Особливості ділової авіації.
 19. Особливості системи регулярних перевезень. Провідні авіаперевізники.
 20. Організація взаємодії турфірми та авіакомпанії.

Тема 6. Менеджмент підприємств харчування у міжнародному туризмі

Методичні рекомендації щодо вивчення теми

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: визначення поняття "ресторан"; визначення поняття "кафе"; визначення понять "бар", "буфет", "закусочна", "столова"; класифікація ресторанів залежно від місцезнаходження; класифікація барів залежно від їх місцезнаходження; форма обслуговування; культура обслуговування; умови харчування у ресторанах; види сніданків; методи обслуговування; види сервісу: французький, російський, англійський, американський; обслуговування банкетів; визначення поняття "франчайзинг"; суб'єкти франчайзингу у ресторанному бізнесі; фактори впливу на його розвиток; визначення поняття "меню"; види меню; групи страв у послідовності, які

подані у меню; специфіка складання меню; якісний аналіз меню; метод Міллера; метод Сміта; метод Пейвесіка.

Практичне завдання 1

1.1. Надходження й витрати, пов'язані з туризмом у платіжному балансі, відповідно до рекомендацій Міжнародного валютного фонду за статтею "Туризм/подорож" включають, з одного боку, доходи даної країни від іноземних відвідувачів (актив), а з іншого – витрати громадян даної країни за кордоном (пасив) (табл. 5).

Таблиця 5

Надходження і витрати

№ п/п	Актив	Пасив
1	Надходження від продажу туристичних товарів і послуг	Витрати на придбання туристичних товарів і послуг
2	Надходження від експорту товарів туристичного попиту й обладнання для туристичних підприємств	Витрати на імпорт товарів, необхідних для туристичного споживання, у тому числі на прямій і непрямий імпорт
3	Надходження від продажу інших послуг: підготовки кадрів, надання послуг фахівцям даної країни й іншим країнам	Витрати на придбання інших послуг: підготовка кадрів, оплата праці закордонних фахівців
4	Транспортні витрати іноземних відвідувачів: місцевий транспорт, міжнародний транспорт	Транспортні витрати на перевезення не місцевого характеру
5	Інвестиції іноземного капіталу	Інвестиції за кордон
6	Надходження від кредитів, що наданні іншим країнам: відсотки, відшкодування капіталу	Витрати за довгостроковими іноземними кредитами: відсотки; відшкодування капіталу

Необхідно оцінити всі статті надходжень та витрат табл. 5 з точки зору сучасної ситуації в Криму. Запропонувати заходи за розділами, що дозволили б збільшити активну частину балансу.

1.2. Розподіліть наведений перелік країн на дві групи:

країни з позитивним сальдо туристичного балансу;

країни з негативним сальдо туристичного балансу.

Запропонований перелік країн: Іспанія, Італія, Германия, Японія, Великобританія, США, Франція, Туреччина, Мексика, Бельгія, Швеція, Канада, Греція, Угорщина, Норвегія, Фінляндія.

Практичне завдання 2

За результатами проведеного дослідження отримано такі результати стосовно сучасних тенденцій розвитку професійних рівнів спеціалістів сфери міжнародного туризму в основних туристичних субрегіонах світу за класифікацією COT.

Професійні рівні визначені таким чином:

FLP – керівники;

SPV – топ-менеджери;

MLM – менеджери середньої ланки;

HLM – обслуговуючий персонал.

Оцінки експертів розподілилися таким чином:

Європа

Задоволення	FLP	SPV	MLM	HLM
Відсоток підприємців, що задоволені знаннями та вміннями своїх робітників	38	28	21	23

США

Задоволення	FLP	SPV	MLM	HLM
Відсоток підприємців, що задоволені знаннями та вміннями своїх робітників	28	28	37	35

Африка

Задоволення	FLP	SPV	MLM	HLM
Відсоток підприємців, що задоволені знаннями та вміннями своїх робітників	0	33	55	55

Східна Азія та Тихоокеанське узбережжя

Задоволення	FLP	SPV	MLM	HLM
Відсоток підприємців, що задоволені знаннями та вміннями своїх робітників	47	35	41	50

Середній Схід

Задоволення	FLP	SPV	MLM	HLM
Відсоток підприємців, що задоволені знаннями та вміннями своїх робітників	33	11	44	62

Північна Азія

Задоволення	FLP	SPV	MLM	HLM
Відсоток підприємців, що задоволені знаннями та вміннями своїх робітників	14	57	43	83

Проаналізуйте результати оцінювання експертів за кожним суб-регіоном, урахувавши економічні, соціально-культурні, демографічні та інші особливості функціонування кожного з них.

Яким чином ці особливості відобразилися на результатах опитування?

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Розкажіть про класифікацію підприємств харчування в туризмі.
2. Які існують методи обслуговування на підприємствах харчування?
3. Які існують системи громадського харчування, дайте їм характеристику.
4. Розкажіть про типи організації харчування туристів (сніданок, напівпансіон, повний пансіон, *all inclusive*).
5. Види сніданків, їх характеристика.
6. Розкажіть про види обслуговування та сервісу.

Тема 7. Менеджмент гостинності у міжнародному туризмі

Методичні рекомендації щодо вивчення теми

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: групи засобів розміщення; види підприємств розміщення: акварель, апартамент-готель, туристична база, бізнес готель, ботель, бунгало, гостьові будинки, конгресні готелі, курортний готель, готель курортний міський, готель курортний конгресний, дача, постійний двір, екологічне село, кемпінг, мотель, готель, пансіон, ротель, фотель; вимоги до готелів

залежно від їх категорії; досвід зарубіжних країн щодо класифікації готелів; фактори, які впливають на вибір засобу розміщення; роль персоналу; організаційні структури менеджменту в готельному бізнесі: лінійна структура управління, функціональна структура управління, лінійно-функціональна структура управління, дивізійна структура управління, матрична структура управління.

Практичне завдання 1

Ви – менеджер готелю "Славутич". Вам необхідно розробити маркетингову стратегію для вашого готелю, сформулювати основні цілі.

На основі наведених даних запропонувати критерії діяльності готелю "Славутич", які підвищать його конкурентоспроможність.

1. Оптимальне місце розташування.
2. Якість та перелік послуг, які надаються.
3. Оптимальна кількість місць у готелі.
4. Вимоги до обслуговуючого персоналу.

Вихідні дані.

Нестабільність політико-економічної ситуації в Криму і в Україні не дає розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

У результаті попит на туристичні послуги невеликий. Діяльність більшості готелів характеризується сезонністю. Коефіцієнт завантаженості не перевищує 0,3 (за умовами оптимального рівня 0,8).

Однак більшість готелів не відповідають світовим стандартам готельного обслуговування. Завантаженість номерного фонду найбільше пов'язана з переліком пропонованих послуг, їх якістю, рівнем цін на номери. Всі перераховані готелі мають різні рівні показників середньорічної завантаженості. Це залежить від ціни номерів, категорій клієнтів, активності та цілеспрямованості пошуку клієнтів, переліку та якості основних і додаткових послуг.

У барах, ресторанах готелів – готівкова та безготівкова оплата.

У готелях "Ялта" та "Ореанда" є площі, призначені для проведення масових заходів, таких, як конгреси, семінари, ярмарки, переговори.

Готелі мають вигідне розташування, що є важливим чинником їхньої конкурентоспроможності.

У світовій практиці в цей час оптимальним для ефективного обслуговування є готелі з номерним фондом до 200 місць, а в Криму – до 60 місць.

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Дайте визначення термінів "гостинність", "готельна послуга", "ринок готельних послуг", "індустрія гостинності", "готель", "засіб розміщення", "готельна справа".

2. На які групи поділяються готельні послуги? Наведіть приклади кожної із груп.

3. Назвіть чинники, які впливають на формування середовища гостинності. За якими аспектами аналізують ресурси гостинності?

4. Охарактеризуйте економічну сутність готельної діяльності. В чому проявляються її особливості?

5. Назвіть основні етапи розвитку готельної справи у світі. Які заклади гостинності були притаманні кожному етапові?

6. Охарактеризуйте особливості розвитку готельного бізнесу в США. Назвіть нововведення, запропоновані американськими готельєрами, які пізніше набули популярності в усіх готелях світу.

7. Дайте визначення терміна "готельний ланцюг". Які моделі організації готельного бізнесу сформувались у другій половині ХХ ст.? Назвіть категорії готельних ланцюгів, запропоновані Міжнародною готельною асоціацією.

8. Які готельні ланцюги формують десятку лідерів? За яким критерієм визначають найбільші готельні ланцюги? Назвіть специфічні об'єднання, які створюються для визначення найкращих у готельному бізнесі.

9. Назвіть визначних людей готельного бізнесу, які заснували всесвітньовідомі готельні ланцюги. Що нового запропонував кожний із них в індустрії гостинності?

10. У чому проявляється спеціалізація, диверсифікація, концептуалізація та екологізація готельних послуг? Наведіть приклади.

4. Тести для самоконтролю

1. Туристична подорож – це:

а) виїзд людини на 24 години чи більше за межі свого населеного пункту;

б) поїздка людини за межі населеного пункту постійного проживання терміном понад 24 години без отримання платні за таку діяльність;

в) спеціальна форма переміщення людей, коли вони поєднують корисну діяльність із відпочинком;

г) подорож до іншої країни чи населеного пункту без отримання матеріальної винагороди за такі дії.

2. До видів туризму належать:

а) поїздки вчених, викладачів і науковців на різноманітні наукові конференції, симпозіуми, семінари тощо;

б) поїздки учнів і студентів (незалежно від віку) для вивчення загальних і спеціальних курсів, іноземних мов тощо;

в) подорожі громадян із метою відпочинку чи лікування, відвідання святих місць або історичних та культурних пам'яток тощо;

г) усі відповіді правильні.

3. Для національної економіки бажаним є:

а) переважання в'їзного туризму над виїзним і внутрішнім у загальнодержавному балансі туристичних послуг;

б) поєднання якості, ресурсомісткості та ціни туристичного продукту на світовому ринку;

в) переважання внутрішнього туризму в усіх його проявах над туризмом в'їзним і виїзним;

г) використання наявних конкурентних переваг вітчизняних туристичних послуг у реалізації пропозицій вітчизняних туристичних фірм щодо організації відпочинку за межами країни.

4. Сучасний світовий туризм однозначно є:

а) чинником, що прискорює зростання важкої індустрії в країнах із високорозвиненою економікою;

б) важливими перевагами сучасної організації виробництва міжнародними компаніями;

в) однією з найрентабельніших галузей бізнесу;

г) одним із явищ, що реально не впливає на розвиток світових комунікативних процесів.

5. Відповідно до напрямів руху туристів (туристичних потоків) розрізняються такі види туризму:

а) закордонний;

б) іноземний;

в) внутрішній;

г) усі відповіді правильні.

6. Національні переваги в туристичній галузі можуть бути зумовлені такими чинниками:

а) розвитком виробничих відносин у галузі та рівнем розвитку внутрішнього туризму;

б) наявністю та структурою виробничих ресурсів, розвитком суміжних галузей, характером попиту на туристичні продукти, рівнем конкуренції на національному ринку;

в) діяльністю з реалізації комерційних і творчих ідей, що стимулюють продаж туристичних послуг, рівнем конкуренції на національному туристичному ринку;

г) станом розвитку попиту на вироблювані туристичні продукти на національному та світовому ринках.

7. Для успішного розв'язання проблеми конкурентоспроможності національної туристичної галузі на міжнародних ринках слід ефективно вирішувати такі завдання:

а) створювати, експлуатувати та обслуговувати місцеве технічне обладнання та елементи національної інфраструктури туризму;

б) придбавати та використовувати сучасні інформаційні технології для розвитку вітчизняних підприємств;

в) отримати доступ до основних, задіяних у міжнародному туристичному бізнесі мереж (фінансової, інформаційної, торговельної);

г) усі відповіді правильні.

8. Сучасний міжнародний туризм як галузь світової економіки, що активно розвивається, є:

а) одним із чинників світової глобалізації;

б) відносно важливим аспектом діяльності вітчизняних підприємств та організацій на міжнародних ринках;

в) чинником політичної та економічної стабільності у державі;

г) важливим інструментом підтримки політичної стабільності, прозорості владних структур, ефективної діяльності вітчизняних маркетологів, гармонізації законодавства з міжнародними правовими нормами, низького рівня корупції.

9. Світовими тенденціями, що активно сприяли втраті колишнього значення державних і митних кордонів та глобалізації світової економіки, є такі:

а) глобалізація фінансів, управлінських функцій, третинного сектора економіки та проблем довкілля;

б) міжнародна економічна інтеграція, зростання ролі ТНК, міжнародна спеціалізація виробництва і торгівлі товарами та послугами,

розширення експорту прямих інвестицій з Північної Америки, Західної Європи та Східної Азії;

в) відповіді "а" та "б" правильні;

г) правильних відповідей немає.

10. Особливо важливе значення для бурхливого розвитку міжнародного туризму набули:

а) швидкий розвиток різноманітних засобів міжнародної комунікації;

б) процес інтернаціоналізації та глобалізації фінансових і страхових послуг;

в) постійне вдосконалення транспортних засобів і оптимізація вартості міжнародних подорожей;

г) усі відповіді правильні.

11. З гуманітарних позицій міжнародний туризм:

а) не має істотного значення;

б) має велике загальнолюдське значення як чинник об'єднання народів в одну планетарну родину;

в) є важливою галуззю бізнесу, а не гуманітарного об'єднання;

г) правильної відповіді немає.

12. Під час вивчення та оцінювання стану сучасного міжнародного туризму:

а) слід ураховувати національні інтереси;

б) необхідно об'єктивно зважувати й оцінювати його здобутки в гуманітарному напрямі та знаходити можливості їх подальшого збільшення та урізноманітнення;

в) треба шукати шляхи його подальшого інтенсивного розвитку, а не пропагувати вже досягнуте;

г) потрібно враховувати його економічні, політичні та соціальні здобутки і перспективи.

13. Відповідно до обсягу валових доходів світовий туризм:

а) відстає від нафтодобувної, автомобільної промисловості;

б) випереджає сталеваріння, видобуток благородних металів, автомобілебудування, але поступається нафтопереробній і хімічній промисловості;

в) посідає одне з провідних місць серед інших видів матеріального виробництва;

г) поступається банківським послугам і телекомунікаціям, випереджаючи транспортні, юридичні та медичні послуги.

14. Туристична галузь разом із суміжними на внутрішній і регіональний ринки праці:

- а) великого впливу не мають;
- б) мають незначний вплив сезонного характеру;
- в) мають помітний вплив через створення робочих місць для різних категорій працівників;
- г) правильної відповіді немає.

15. До найважливіших ознак міжнародного туризму кінця ХХ – початку ХХІ ст. можна віднести:

- а) високу привабливість такого виду відпочинку для заможних громадян і громадян із середніми та невисокими доходами;
- б) відносно незначні кошти, необхідні для початку своєї справи у галузі, раціональне використання природних ресурсів;
- в) підтримку дружніх стосунків із представниками інших держав, поглиблення взаєморозуміння між народами за рахунок людського спілкування та відкритості, відкритість країни та високий рівень інформаційного забезпечення управління державою;
- г) усі відповіді правильні.

16. Згідно з теорією М. Портера, конкуренція у міжнародному туризмі – це:

- а) діяльність маркетологів, спрямована на розширення клієнтської бази та її утримання за рахунок високоякісних послуг певної торгової марки;
- б) динамічний процес, за якого безперервно з'являються нові туристичні пропозиції (нові турпродукти), нові шляхи маркетингу, нові технології виробництва турпослуг;
- в) діяльність з ініціювання та створення тривалого переважного ставлення до турпослуг, що базується на спільному посиленому впливі на споживача товарного знака, рекламних звернень та інших складових реклами, об'єднаних певною ідеєю, що вирізняють фірму-туроператора серед конкурентів і створюють її образ;
- г) суперництво в якійсь галузі між окремими фізичними чи юридичними особами, котрі зацікавлені в досягненні однієї й тієї ж мети.

17. Туристичні агенти:

- а) здійснюють посередницьку діяльність із реалізації характерних туристичних і супутніх послуг;

б) здійснюють посередницьку діяльність із реалізації туристичного продукту туроператорів;

в) здійснюють будь-які інші дозволені види господарської діяльності;

г) усі відповіді правильні.

18. Реальні переваги туристичної фірми створюються завдяки:

а) ексклюзивним цінностям запропонованого туристичного продукту;

б) багатству клієнтів;

в) створенню ідеального образу для споживачів, котрі постійно очікують на появу нових туристичних послуг найвищої якості;

г) більш ефективному використанню чинників, які є схожими для них і конкурентів.

19. Туристичні оператори займаються:

а) організацією та створенням туристичних послуг;

б) посередницькою діяльністю з надання основних і супутніх туристичних послуг;

в) відповіді "а" та "б" правильні;

г) правильної відповіді немає.

20. Вітчизняні ліцензовані туроператори можуть:

а) приймати іноземних туристів і надавати їм турпослуги в Україні;

б) відправляти за кордон вітчизняних туристів;

в) забезпечувати туристичні послуги громадянам України в межах нашої держави;

г) усі відповіді правильні.

21. До особливо ефективних сучасних способів просування туристичного продукту на світовому ринку слід віднести:

а) прямий пошук зарубіжних партнерів;

б) міжнародні туристичні виставки;

в) залучення посередників – фахівців із пошуку міжнародних комерційних контактів;

г) правильної відповіді немає.

22. На зростання чи спад попиту на міжнародні туристичні послуги можуть впливати:

а) зміна внутрішньої економічної ситуації в країні, куди люди збираються поїхати, чи в країні, звідки вони хочуть виїхати;

- б) різкі зміни погоди, природні катаклізми, тривалі порушення в роботі міжнародного транспорту;
- в) сезонні коливання;
- г) усі відповіді правильні.

23. Наявність значних інтелектуальних потреб сучасного туриста зумовлює відповідну реакцію підприємств туристичного бізнесу у вигляді пропозиції:

- а) екскурсійних турів, конгресного (наукового) туризму, навчання за кордоном;
- б) турів кількома країнами континенту;
- в) нових паломницьких турів;
- г) рекреаційних турів із факультативними екскурсіями.

24. Сучасний ринок міжнародних туристичних послуг насичений:

- а) значною кількістю дрібних, середніх і великих туристичних фірм;
- б) великим вибором різноманітних туристичних пропозицій;
- в) відповіді "а" та "б" правильні;
- г) правильних відповідей немає.

25. На ринку туристичних послуг кінця ХХ – початку ХХІ ст. спостерігається:

- а) зростання кількості спеціалізованих курортів та окремих видів відпочинку (нерідко – екстремального);
- б) постійне зростання рівня сервісу, що надається міжнародним туристам готелями, ресторанами, транспортними компаніями;
- в) концентрація виробництва турпослуг у руках великих міжнародних і транснаціональних туроператорів;
- г) усі відповіді правильні.

26. Паломницький туризм – це:

- а) туристична подорож місіонера-одинака чи групи місіонерів із метою пропаганди релігійного віровчення;
- б) подорож індивідуального чи масового характеру з метою відвідання різноманітних святих місць;
- в) відповіді "а" та "б" правильні;
- г) правильних відповідей немає.

27. Науковим є туризм, котрий:

- а) включає поїздки з метою участі у конгресах, симпозіумах, конференціях, нарадах тощо;
- б) належить до найприбутковіших видів туризму;

в) становить до 10 % загальної кількості іноземних туристів;

г) усі відповіді правильні.

28. Інклюзив-тур – це:

а) тур, що складається з різних видів послуг, кожна з яких може реалізовуватися окремо та має власну роздрібну ціну;

б) подорож за визначеним маршрутом із певним конкретним комплексом послуг;

в) тур, що передбачає переміщення у різних напрямках з одного і того самого пункту та повернення до нього;

г) правильної відповіді немає.

29. Етнічним туризмом називаються:

а) поїздки на побачення з рідними, котрі проживають за кордоном;

б) відвідання історичних місць, з якими пов'язана історія народу чи життя предків;

в) відповіді "а" та "б" правильні;

г) правильної відповіді немає.

30. Туризм самообслуговування характеризується такими ознаками:

а) розміщуються туристи найчастіше у приватному секторі;

б) туристи купують у турфірми розміщення (часом ще й транспортування та страховий поліс);

в) на місці туристи отримують мінімум послуг, а решту можуть придбати додатково;

г) усі відповіді правильні.

31. У міжнародному туризмі за останні 20 років спостерігається:

а) поява нових невеликих мобільних підприємств туристичного бізнесу;

б) укрупнення підприємств туристичної галузі та поступове витіснення дрібних фірм із цього бізнесу;

в) зростання інвестицій, гармонізація законодавства всіх країн, що активно приймають іноземних туристів, із законодавством країн-учасників СОТ;

г) збереження потенціалу вітчизняної робочої сили, реорганізація транспортної мережі, зростання іноземних інвестицій у національну економіку держав, що активно розвивають в'їзний туризм.

32. До золотих правил високої конкурентоспроможності національних економік слід віднести такі:

а) стабільне й передбачуване законодавство, гнучка економічна структура, взаємозалежність зарплати, продуктивності праці та податків, інвестиції в освіту та підвищення кваліфікації;

б) інвестування у традиційні та технологічні інфраструктури, стимулювання приватних заощаджень і внутрішніх інвестицій, баланс переваг глобалізації економіки та збереження національних особливостей;

в) агресивність експорту та привабливість внутрішнього ринку, якість, гнучкість і прозорість управління й адміністрування, скорочення розриву між мінімальними та максимальними доходами, зміцнення середнього класу;

г) усі відповіді правильні.

33. Зазначте, чи відповідає поняття конкурентоспроможності національної економіки визначенню: "Це міра можливості країни за умов вільного ринку виробляти продукти, що відповідають вимогам світових ринків під час збереження чи підвищенні реальних доходів своїх громадян":

а) так;

б) ні.

34. Зручними та гнучкими в управлінні є туристичні підприємства у формі:

а) малих приватних підприємств;

б) кооперативних підприємств;

в) товариств з обмеженою відповідальністю;

г) акціонерних товариств.

35. Для європейського регіону характерно:

а) значна кількість туристів, що виїждять за межі своїх країн;

б) значна кількість туристів, що приїздять до європейських країн з-за кордону, передусім з американських та азійських держав;

в) збереження історичних, культурних, природних пам'яток;

г) усі відповіді правильні.

5. Рекомендована література

5.1. Основна

1. Александрова А. Ю. Международный туризм : учебник / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
2. Дейнека А. Г. Страноведение: Общая часть : учебник / А. Г. Дейнека. – Х. : Бизнес-Информ, 2000. – 252 с.
3. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
4. Максименко С. В. Туристская деятельность: международно-правовые аспекты / С. В. Максименко. – Одесса : Латстар, 2001. – 168 с.
5. Масляк П. О. Рекреаційна географія : навч. посіб. / П. О. Масляк. – К. : Знання, 2008. – 343 с.
6. Мироненко Н. С. Страноведение: Теория и методы : учеб. пособ. для вузов / Н. С. Мироненко. – М. : АспектПресс, 2001. – 268 с.
7. Романов А. А. География туризма : учеб. пособ. / А. А. Романов, Р. Г. Саакянц. – 3-е издание. – М. : Советский спорт, 2004. – 169 с.

5.2. Додаткова

8. Дмитревский Ю. Д. Туристские районы мира / Ю. Д. Дмитревский. – Смоленск : Изд. СГУ, 2000. – 150 с.
9. Мальська М. Я. Туристичний бізнес: теорія і практика : навч. посіб. / М. Я. Мальська, В. В. Худо. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
10. Мальська М. Я. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. / М. Я. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 460 с.
11. Мальська М. Я. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. / М. Я. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух. – Л. : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003. – 360 с.
12. Маринин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме / М. М. Маринин. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 344 с.
13. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / О. О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2002. – 436 с.

14. Панкова Є. В. Туристичне краєзнавство : навч. посіб./ Є. В. Панкова. – К. : Альтерпрес, 2003. – 352 с.
15. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
16. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу / І. В. Смаль. – Ніжин : Вид. Ніжин. держ. ун-у імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.

5.3. Інформаційні ресурси

17. Вікіпедія. Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uk.wikipedia.org/wiki/Світова_спадщина_ЮНЕСКО.
18. Всемирное наследие. Гринпис России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.greenpeace.org/russia/ru/campaigns/world-heritage/>.
19. Офіційний сайт Світової спадщини ЮНЕСКО. – Режим доступу : <http://whc.unesco.org>.
20. ДСТУ 3862-99. Ресторанне господарство. Терміни та визначення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://document.ua/restoranne-gospodarstvo.-termini-ta-viznachennjanor2733.html>.
21. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dbn.at.ua/load/normativy/dstu/5-1-0-941>.
22. ДСТУ 4269:2003. Класифікація готелів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://3umf.com/doc/450/>.
23. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3.&ved=0CDkQFjAC&url=http%3A%2F%2Fexpertks.ipb.su%2Findex.php%3Fact%3DAttach%26type%3Dpost%26id%3D870&ei=ynVOU9qhOcix4wSzkYB4&usg=AFQjCNHer-LxWQzuGm5Uar8PYo2Yuevtrw>.
24. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95 – ВР в редакції Закону України від 18.11.2003 р. № 1282 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1. Теми та плани семінарських занять.....	7
2. Перелік тем практичних занять.....	9
3. Методичні рекомендації до виконання практичних завдань та самостійної роботи.....	11
4. Тести для самоконтролю.....	27
5. Рекомендована література.....	36

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Методичні рекомендації
до практичних занять та самостійної роботи
з навчальної дисципліни
"МЕНЕДЖМЕНТ
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ"**

**для студентів напряму підготовки
6.140103 "Туризм"
усіх форм навчання**

Укладач **Ястремська** Олеся Олександрівна

Відповідальний за випуск *Нагаєв В. М.*

Редактор *Бутенко В. О.*

Коректор *Маркова Т. А.*

План 2015 р. Поз. № 121.

Підп. до друку 15.10.2015 р. Формат 60 × 90 1/16. Папір офсетний. Друк цифровий.
Ум. друк. арк. 2,5. Обл.-вид. арк. 3,13. Тираж 50 пр. Зам. № 176.

Видавець і виготівник – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Леніна, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*