

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА
АКАДЕМІЯ»**

**КІБІК О. М.,
НЕСТЕРОВА К. С.**

**УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНО-
РЕКРЕАЦІЙНИМ КОМПЛЕКСОМ**

ПРАКТИКУМ

Одеса
2021

УДК 378.147.34

Укладачі:

Кібік Ольга Миколаївна – завідувач кафедри національної економіки Національного університету «Одеська юридична академія», доктор економічних наук, професор.

Нестерова Катерина Сергіївна – доцент кафедри національної економіки Національного університету «Одеська юридична академія», кандидат економічних наук, доцент.

**Рекомендовано до друку
навчально-методичною радою
Національного університету «Одеська юридична академія»
(протокол № 5 від 30 серпня 2021 р.)**

Рецензенти:

Жихарєва Влада Вікторівна – завідувач кафедри економіки і фінансів Одеського національного морського університету, доктор економічних наук, професор.

Липинська Олена Андріївна – професор кафедри публічного управління та адміністрування Одеського національного політехнічного університету, доктор економічних наук, старший науковий співробітник.

Кібік О. М. Управління туристично-рекреаційним комплексом : практикум / О. М. Кібік, К. С. Нестерова. – Одеса, 2021. – 42 с.

Практикум призначений для поглиблення теоретичних знань студентів з менеджменту туристичних дестинацій, розуміння ними ролі ефективного управління туристичними дестинаціями задля забезпечення економічного розвитку регіону. Плани семінарських занять містять активні форми навчання, зокрема кейси, індивідуальні завдання, завдання для роботи у малих групах тощо.

Розрахований на здобувачів вищої освіти, що отримують ступінь бакалавра у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 073 «Менеджмент», а також може бути використаний для підготовки здобувачів, що отримують вищу освіту з інших спеціальностей.

ЗМІСТ

ВСТУП	4.
ТЕМА 1. ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ КОМПЛЕКС ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ	5
ТЕМА 2. ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ: СУТНІСТЬ І КЛАСИФІКАЦІЯ	9
ТЕМА 3. УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИМ КОМПЛЕКСОМ	12
ТЕМА 4. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ	14
ТЕМА 5. ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У ТУРИСТИЧНО- РЕКРЕАЦІЙНОМУ КОМПЛЕКСІ	19
ТЕМА 6. МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ	22
ТЕМА 7. БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	24
ТЕМА 8. КАРТ-СИСТЕМИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДА ДЕСТИНАЦІЇ	27
ТЕМА 9. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ	28
ТЕМА 10. ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ	30
ТЕМА 11. КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНО- РЕКРЕАЦІЙНИМИ КОМПЛЕКСАМИ	32
ТЕМА 12. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ КОМПЛЕКСІВ	33
ТЕМА 13. СУЧАСНІ СВІТОВІ ТРЕНДИ У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	37
ТЕМА 14. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНО- РЕКРЕАЦІЙНИХ КОМПЛЕКСІВ В УКРАЇНІ	38
ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ І ВМІНЬ	40
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК	41

ВСТУП

Туризм є одним із вагомих чинників соціально-економічного розвитку та інвестиційної привабливості як України в цілому, так і Одеського регіону. Туристично-рекреаційний комплекс є центральним елементом туристичної системи, тому потребує ефективного управління з метою забезпечення сталого розвитку туризму.

У дисципліні «Управління туристично-рекреаційним комплексом» розкривається сутність туристично-рекреаційного комплексу, його ключових елементів, визначається механізм управління, у тому числі особливості стратегічного планування розвитку туристично-рекреаційного комплексу та напрямки підвищення його конкурентоспроможності. У процесі навчання здобувачі ознайомляться з кращими світовими практиками формування та управління туристично-рекреаційними комплексами.

Майбутні фахівці з менеджменту повинні мати компетенції, що дозволять їм здійснювати професійну діяльність у різних галузях та сферах, у тому числі у туристичній та бути конкурентоспроможними на регіональному ринку праці.

В результаті вивчення дисципліни «Управління туристично-рекреаційним комплексом» студенти набувають таких компетенцій:

1. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.
2. Демонструвати навички виявлення проблем у сфері управління туристично-рекреаційним комплексом та обґрунтування господарських рішень щодо їх усунення.
3. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень у сфері управління туристично-рекреаційним комплексом.
4. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.
5. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичними і самокритичними.

Пререквізити. Теоретичною базою для успішного опанування дисципліни є знання та навички, отримані після вивчення дисциплін: «Менеджмент (основи)», «Маркетинг (основи)», «Країнознавство», «Стратегічний менеджмент».

Постреквізити. Отримані знання та навички будуть потрібні для вивчення таких дисциплін, як «Міжнародний менеджмент», «Міжнародний маркетинг», бізнес-тренінг «Розробка конкурентної стратегії», «Міжнародне бізнес-партнерство».

ТЕМА 1.
ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ КОМПЛЕКС ЯК ОБ'ЄКТ
УПРАВЛІННЯ

План

- 1.1. Поняття туристично-рекреаційного комплексу і туристичної дестинації.
- 1.2. Підходи до класифікації туристичних дестинацій.
- 1.3. Структура туристично-рекреаційного комплексу.
- 1.4. Життєвий цикл туристичних дестинацій.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Надайте відповідь на тестові питання:

1. У новій редакції Закону України «Про туризм» поняття туристичної дестинації:
 - а) відсутнє
 - б) розкрито
2. Атракція – це:
 - а) соціальна взаємодія між учасниками туристичної дестинації.
 - б) виникнення при сприйманні туристичної дестинації приємних емоцій.
 - в) розвинута інфраструктура туристичної дестинації.
3. Концепт туристичної дестинації – це:
 - а) інноваційна ідея туристичної дестинації.
 - б) система інструментів регулювання туристичної дестинації.
 - в) характеристика основних туристичних суб'єктів.
 - г) немає вірної відповіді.
4. Аксіологічний характер поняттю «туристична дестинація» надає:
 - а) кількість туристів
 - б) простір
 - в) державне регулювання.

Завдання 2. Заповніть табл. 1 «Характеристика основних підходів до класифікації туристичних дестинацій».

Таблиця 1

Характеристика основних суб'єктів міжнародного бізнесу

Назва підходу	Основна характеристика
Географічний (ресурсно-територіальний)	
Економіко-управлінський	
Маркетинговий	
Соціально-культурологічний	

Завдання 3. Видаліть зайві слова у реченні. Обґрунтуйте вибір.

- а) За станом розвитку туристична дестинація може бути реальна, неефективна, перспективна, планова, мала, прогнозована.

Завдання 4. Вставте пропущені за змістом слова у речення.

Прикладами туристичних дестинацій в Україні є _____ (3-5 прикладів). З метою забезпечення ефективного розвитку туристичних дестинацій важливим є залучення до її функціонування різних груп _____ (зацікавлені сторони, які мають безпосередній інтерес чи права щодо функціонування туристичних дестинацій). Ієрархічна _____ (класифікація) означає, що кожен тип дестинацій представляє собою структурний елемент іншого. Прикладами суверенних країн, які якщо не де-юре, то де-факто входять до складу туристичних районів і навіть туристичних центрів окремих країн (1-2).

Завдання 5. Поєднайте слова за змістом у 2 колонках.

Одеська область	туристичний регіон
Євразія	туристична місцевість
Південно-Східна Європа	континент
Затока	міжнародний регіон

Завдання 6. Вставте пропущені елементи моделі туристичної дестинації 6 А на рис. 1.

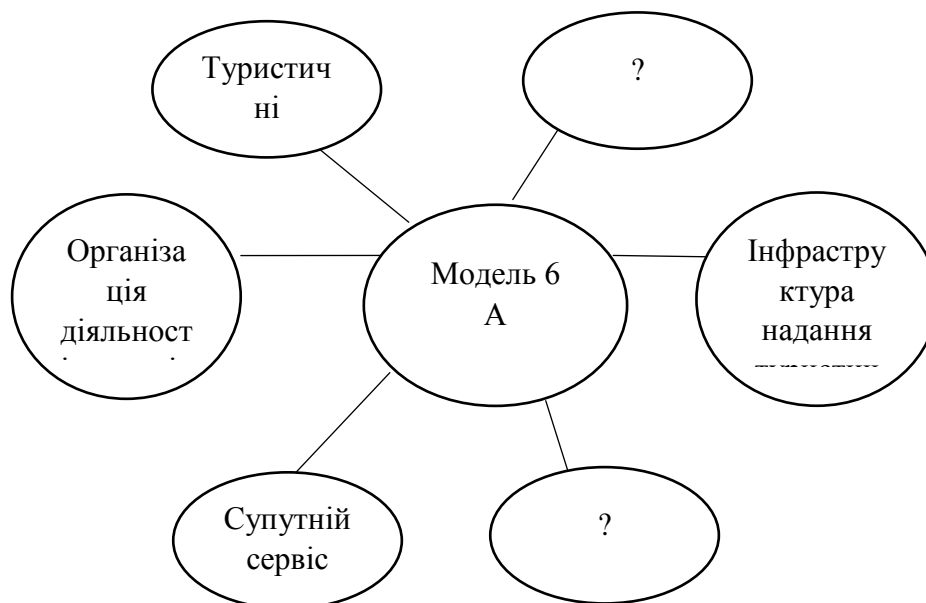
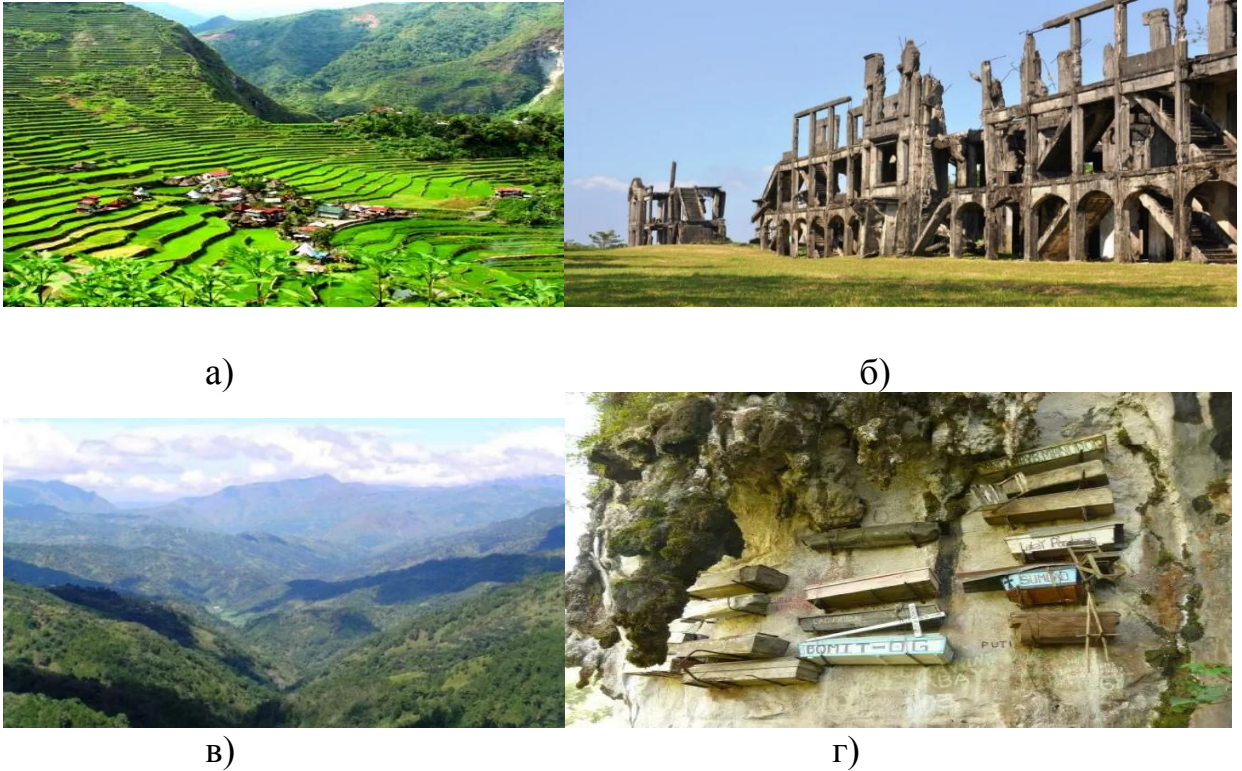


Рис. 1. Модель туристичної дестинації 6 А

Завдання 7. За даними ЮНВТО (<https://www.e-unwto.org/toc/unwtotfb/current>) визначте сучасний стан розвитку міжнародного туризму, проаналізуйте динаміку з 2019 р. Встановіть, які дестинації мають найбільшу кількість міжнародних туристичних прибуттів (International tourist arrivals).

Завдання 8. На рис. 2 представлені туристичні дестинації, що входять до світового рейтингу найпопулярніших. Висловіть основну концепцію представлених туристичних дестинацій. Оберіть один з чотирьох рисунків і сформулюйте ключові напрямки розвитку дестинації. Визначте, які фактори (5-6) складають основу конкурентоспроможності обраної туристичної дестинації.



а)

б)

в)

г)

Рис. 2. Туристичні destinations

Завдання 9. Дайте відповідь на питання кейсу.

Родина Іванових відкрила у Затоці ресторан української кухні «Смачно як вдома». Цільовий сегмент ресторану – туристи, особливо ті, які відпочивають родинами, з дітьми.

Питання до кейсу:

1. Як забезпечити функціонування ресторану після літнього сезону? Чи варто його тримати відкритим?
2. Як можна зменшити сезонну залежність туристичного бізнесу в Одеському регіоні? Наведіть приклади, які заходи вже зроблені місцевою владою.

Завдання 10. На рис. 3 представлена схема туристичного маршруту.



Рис. 3. Схема туристичного маршруту

Продумайте назву цього маршруту. Визначте туристичні destinations за цією схемою. Вкажіть тип destinations залежно від розмірів простору.

Питання для самоконтролю

1. Розкрийте сутність поняття туристичної дестинації.
2. Назвіть основні підходи до класифікації туристичних дестинацій та їх ключові відмінності.
3. З яких елементів складається типова туристична дестинація?
4. Визначте стадії життєвого циклу туристичних дестинацій.
5. Сформулюйте основні фактори впливу на ефективність менеджменту туристичної дестинації.
6. Назвіть основні види туристичних ресурсів.
7. Визначте поняття туристичної інфраструктури.
8. Що таке туристичний потенціал та як його оцінити?

Література

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.
2. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. 344 с.
3. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. К.: Знання, 2010. 502 с.
4. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
5. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. /Т. М. Афонченкова та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.
6. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник / За ред. І. М. Школи. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.
7. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія / За заг. ред. доктора економічних наук, професора В. Я. Брича, к.е.н., доцента А. М. Тибія. Тернопіль: Осадца Ю.В., 2017. 164 с.
8. Пушкар Б.Т. Територіальна організація рекреаційного господарства регіону. / Б.Т. Пушкар, З.М. Пушкар. Тернопіль: «Вектор» 2014. 196 с.
9. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
10. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова. Одеса: ОДЕУ, 2011. 225 с.
11. Інформаційні матеріали на сайті Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC). URL: <https://wttc.org/>.
12. Інформаційні матеріали на сайті Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.e-unwto.org/>
13. eNUOLAIR – депозитарій (архів) НУ ОЮА – URL: <http://dspace.onua.edu.ua>.

ТЕМА 2.
ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ: СУТНІСТЬ І КЛАСИФІКАЦІЯ
План

- 2.1. Поняття і класифікація туристичних ресурсів.
- 2.2. Інфраструктура туристичної дестинації.
- 2.3. Туристичний потенціал: оцінка і напрямки зростання.
- 2.4. Процедура відбору територій в якості туристичної дестинації.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Дайте відповідь на тестові питання:

1. Актуальний напрям досліджень туристичних ресурсів отримав назву:
 - а) сертифікація
 - б) міфологія
 - в) агрегація
 - г) немає вірної відповіді.
2. Інфраструктура дестинації – це:
 - а) матеріально-технічна база
 - б) сукупність рекреаційних ресурсів
 - в) сукупність регуляторних органів
 - г) немає вірної відповіді
3. Частина економічної системи, що забезпечує нормальну та ефективну діяльність туристичної індустрії, виробництво якісного та конкурентоспроможного туристичного продукту, але спочатку призначена для задоволення потреб як туристів, так і інших споживачів, і опосередковано залежна від розвитку туризму в регіоні – це:
 - а) інфраструктура
 - б) супраструктура
 - в) мегаструктура
 - г) макроструктура
 - д) немає вірної відповіді
4. Ресурси + можливості – це:
 - а) потенціал
 - б) перспективи
 - в) туристичний комплекс
 - г) а + б
5. Рівень відвідуваності туристичної дестинації або об'єкта, перевищення якого призводить до неприйнятних екологічних наслідків має назву:
 - а) фізичне навантаження
 - б) туристичне навантаження
 - в) соціально-допустиме навантаження
 - г) екологічно-допустиме навантаження

Завдання 2. Вставте пропущені за змістом слова.

1. До основних властивостей туристичних ресурсів відносять: атрактивність (привабливість); ступінь вивченості; способи використання, _____ (4 од.).
2. Показник максимально можливої місткості пляжу визначається на підставі санітарної норми довжини пляжу в розрахунку на _____ ос. (чисельність) і становить _____ (метрів).

Завдання 3. Заповніть табл. 2 «Внутрішнє середовище дестинації»

Таблиця 2

Внутрішнє середовище дестинації

Елементи внутрішнього середовища дестинації	Приклади
Супраструктура туризму	
Туристично-рекреаційні ресурси	
Туристична інфраструктура	
Соціальне середовище, туристичний імідж	

Завдання 4. На прикладі Затоки проаналізуйте складові елементи туристичного потенціалу: ресурси, кадри, фінанси, маркетинг, інновації. Що з цих елементів є, на Вашу думку, найголовнішим? Обґрунтуйте напрямки розвитку зазначених складових.

Завдання 5. На рис. 4 наведене фото туристичного перенавантаження пляжу. Що, на Вашу думку, має зробити місцева влада, щоб не допустити туристичного та екологічного перенавантаження дестинації? Наведіть успішні приклади.



Рис. 4. Туристичне перенавантаження пляжу

Завдання 6. Визначте допустиме туристичне навантаження морських пляжних ресурсів, виходячи з таких даних:

- довжина берегової смуги Азовського моря та його лиманів у межах Запорізького Приазов'я становить 365,5 км;
- довжина пляжів, придатних для рекреації (крім природоохоронних територій) – 120 км;
- місткість рекреаційних підприємств Запорізького Приазов'я – 59 300 місць;
- сприятливий період для літнього відпочинку на узбережжі Запорізького Приазов'я триває 110 днів;

- середня тривалість турів у Запорізьке Приазов'я (курорти Бердянська, Приморська, Кирилівки тощо) становить 20 діб.

Завдання 7. Здійснити розрахунок максимально можливого туристичного потоку для туристичного об'єкту – середньовічної фортеці площею, (S) 20 000 м² за стандартом щільності відвідувачів (Щ), який дорівнює 5 м²/1 особу.

Завдання 8. Поясніть чому с. Диканька відповідає напрямку міфологізації туристичних ресурсів. Наведіть інші приклади у світовій практиці туристичного бізнесу.

Питання для самоконтролю

1. Чи всі об'єкти туристичної дестинації є туристичними ресурсами? Обґрунтуйте відповідь.
2. Надайте класифікацію туристично-рекреаційних ресурсів.
3. Що таке міфологія туристичних ресурсів?
4. У чому відмінність між туристичною інфраструктурою та супраструктурою туризму?
5. Сформулюйте сутність туристичного потенціалу та його складових.
6. Назвіть основні підходи до аналізу туристичного потенціалу.
7. Що таке допустиме навантаження на туристичну дестинацію? Які негативні наслідки вона має?
8. Назвіть критерії допустимого туристичного навантаження на дестинацію.
9. Розкрийте сутність методики відбору території в якості потенційної дестинації.

Література

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.
2. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. К.: Знання, 2010. 502 с.
3. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
4. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. /Т. М. Афонченкова та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.
5. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник / За ред. І. М. Школи. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.
6. Панченко Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон : Олдіплюс, 2013. 342 с.
7. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія / За заг. ред. доктора економічних наук, професора В. Я. Брича, к.е.н., доцента А. М. Тибіня.. Тернопіль: Осадца Ю.В., 2017. 164 с.

8. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.

9. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова. Одеса: ОДЕУ, 2011. 225 с.

ТЕМА 3.

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИМ КОМПЛЕКСОМ

План

3.1. Принципи управління туристично-рекреаційним комплексом.

3.2. функції управління туристично-рекреаційним комплексом.

3.3. Діяльність організацій з управління туристичними дестинаціями.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Дайте відповідь на питання кейсу.

Туристична компанія «Рафтинг тур» пропонує споживачам широкий спектр маршрутів. Але починала вона з організації сплавів по Дністру. Поступово компанія почала розширювати перелік турів, доповнюючи спочатку маршрути сплавами по різних річках, потім організацією турів до Львова. Назва компанії зараз не відповідає послугам та туристичним продуктам, які вона надає.

Питання:

1. Розробіть стратегію розвитку компанії «Рафтинг тур».

2. Запропонуйте нову назву для регіональної туристичної компанії, яка надає послуги з організації внутрішнього туризму.

3. Наскільки доцільно для компанії розвивати послуги у сегменті спеціалізованого туризму? Обґрунтуйте відповідь.

Завдання 2. Проаналізуйте основні напрямки діяльності НТО в Україні за посиланням <http://www.ntoukraine.org/>. Заповніть таблицю ключові відмінності НТО в Україні, Марокко, Естонії та Джибуті.

Таблиця 2

Напрямки функціонування НТО окремих країн

Показник	Україна	Марокко	Естонія	Джибуті
Історія створення				
Організаційна структура				
Мета та завдання				
Структура офіційного сайту				

Завдання 3. У невеликому селищі, де мешкають Ваші родичі, є розвалини старого замку князя, який колись був господарем на цих землях. Всі Ваші знайомі люблять проводити там час у гарну погоду, влаштовувати пікніки, робити гарні фото тощо. Селище розташоване достатньо далеко від

найближчого міста, проте недалеко проходить траса регіонального масштабу. Запропонуйте механізм розвитку цієї туристичної дестинації.

Завдання 4. Наведіть приклади проєктів державно-приватного партнерства у туризмі? У чому актуальність таких проєктів. Визначте переваги та ризики для усіх країн – держава, бізнес, споживачі.

Завдання 5. Заповніть табл. 3.

Таблиця 3

Типи дестинацій		
Тип дестинації	Приклади	Типові атракції знайдені у дестинації
Міська	Париж, Амстердам	Музеї, історичні будівлі, магазини
Пляж/Море		
Гірська		
Сільський		
Оздоровчі		
Релігійні		

Завдання 6. Органи місцевої влади Одеси, відповідальні за розвиток туризму, з 2020 р. важливий акцент роблять на заохочення китайських туристів. Зокрема, був створений Інтернет ресурс про Одесу на китайській мові, довідник «Одеса – місто для тебе» перекладений також на китайську мову, був організований фам-тур для туристів з Китаю тощо.

Питання до кейсу:

1. Поясніть наскільки виправданим є вибір властей цього напрямку.
2. Які туристичні ресурси можуть приваблювати китайських туристів в Одесі? Поясніть свій вибір.
3. Запропонуйте дводенний туристичний маршрут для китайських туристів в Одесі.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні принципи управління туристично-рекреаційним комплексом.
2. Яка організація виступає стратегічним лідером і координатором розвитку дестинації?
3. Перелічіть функції управління туристично-рекреаційним комплексом.
4. Які основна мета та завдання НТО України?
5. Розкрийте сутність державно-приватних взаємин з управління туристично-рекреаційним комплексом.
6. Наведіть приклади організаційної структури та змішаного фінансування організації з менеджменту дестинації.

Література

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.
2. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. К.: Знання, 2010. 502 с.
3. 6. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
4. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. /Т. М. Афонченкова та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.
5. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник / За ред. І. М. Школи. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.
6. Панченко Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон : Олдіплюс, 2013. 342 с.
7. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання п'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.
8. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія / За заг. ред. доктора економічних наук, професора В. Я. Брича, к.е.н., доцента А. М. Тибіня.. Тернопіль: Осадца Ю.В., 2017. 164 с.
9. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
10. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова. Одеса: ОДЕУ, 2011. 225 с.

ТЕМА 4.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ

План

- 4.1. Роль стратегічного планування у розвитку туристично-рекреаційного комплексу.
- 4.2. Етапи стратегічного планування розвитку туристично-рекреаційного комплексу.
- 4.3. Приклади стратегічного планування розвитку туристичних дестинацій в Україні.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Дайте відповідь на питання кейсу.

Уряд Таїланду закликає місцеве населення відвідувати природні та культурно визначні пам'ятки, зробивши вхідні квитки до всіх визначних пам'яток доступними для всіх громадян. Також релігія вважає, що всі історичні та

священні місця є частиною національної спадщини і тому належать всім тайцям однаково. Отже, повинен бути рівний доступ для усіх громадян Таїланду, незалежно від соціально -економічного статусу. Ідентифікаційна карта, видана районною чи провінційною владою, дозволяє громадянам Таїланду користуватися об'єктами за пільговою ставкою.

Питання до кейсу:

1. Як така цінова дискримінація впливає на розвиток туристичної дестинації?
2. Сформулюйте туристичну стратегію Таїланду.

Завдання 2. На рис. 5 представлена туристична дестинації, яка планувалась як шопінг молл. Розробіть стратегічний план відновлення розвитку туристичної дестинації.



Рис. 5. Шопінг молл «La Festa»

Завдання 3. На рис. 6 наведені логотипи деяких туристичних дестинацій. Поясніть їх зміст. Проаналізуйте як логотип впливає на розвиток дестинації.



Рис. 6. Логотипи туристичних дестинацій

Завдання 4. Дайте відповідь на питання кейсу.

Хотинська фортеця (рум. Cetatea Hotinului) – фортеця XIII–XVIII ст. у м. Хотині на Дністрі, що у Чернівецькій області в Україні. Сьогодні на території

фортеці розташований Державний історико-архітектурний заповідник «Хотинська фортеця» - одне з семи чудес України. В середині замку знаходяться палац, мечеть, багато магазинів і 40 різних будинків, в яких могло би розміститись 800 осіб Місто розташоване вище фортеці і оточене палісадом до самої фортеці. Сьогодні на території Хотинської фортеці люблять проводити свята козацької історії, знімати фільми. У 2010 та 2011 роках на території Хотинської фортеці проводився міжнародний фестиваль з історичного середньовічного бою «Битва націй». У 2012 році організатори вирішили провести фестиваль у Варшаві.

Питання до кейсу:

1. Розробіть стратегію розвитку туристичної дестинації «Хотинська фортеця».
2. Оформіть стратегію розвитку за прикладом, наведеним на рис. 7.

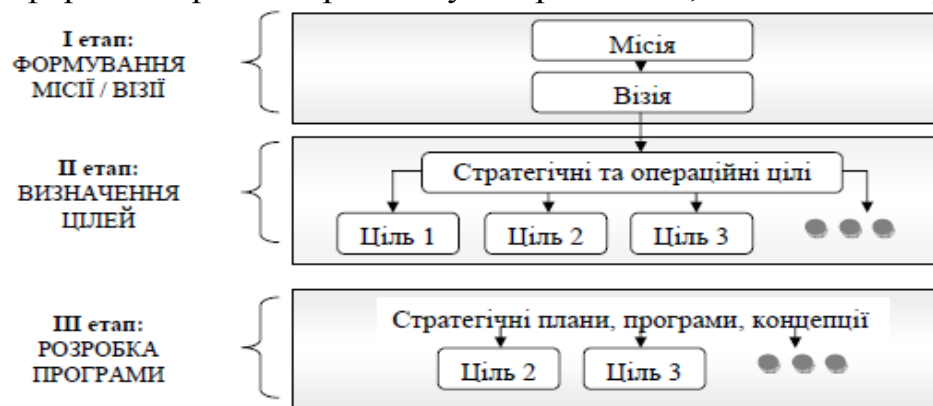


Рис. 7. Схема стратегічного планування туристичної дестинації

Завдання 5. Проаналізуйте Міську цільову програму розвитку туризму в Одесі за посиланням <https://omr.gov.ua/ru/acts/council/182779/>. Підготуйте доповідь щодо стратегічного планування розвитку туризму до 2023 р.

Завдання 6. Оберіть одну дестинацію з запропонованого переліку. Проаналізуйте її історію створення, особливості функціонування та управління. Зробіть її SWOT-аналіз. Дані надайте у формі таблиці. Дестинації на вибір: Затока, Колочава, Дендропарк «Софіївка», Дендропарк «Кропивницький», Опішня.

Таблиця 4

SWOT-аналіз

	Можливості (шанси) Рішення: використовувати?	Загрози. Рішення: пом'якшити?
Сильні сторони Рішення: підтримувати? розвивати?	Поле СіМ Рішення: використовувати? яким чином?	Поле СіЗ Рішення: «тримати удар»? чи є «сили»?
Слабкі сторони Рішення: ліквідувати? що саме? в якому порядку?	Поле СлМ. Рішення: аналізувати «доступність» можливостей, що їх надає середовище (перелік заходів)	Поле СлЗ. Рішення: ліквідувати недоліки (або об'єкт) в цілому з визначенням термінів

Рис. 8. Матриця SWOT-аналізу

Завдання 7. Виконайте індивідуальне завдання, оформивши результати у формі доповіді та презентації у Power-Point.

У рамках маркетингового підходу для оцінки міських дестинацій можна використовувати модель Янсена-Вербіка (Jansen-Verbeke, 1986), яка розглядає міську дестинацію як «продукт для відпочинку», що включає в себе первинні та вторинні елементи. За даними таблиць 4-5-6 провести дослідження розвитку туристичної дестинації двох будь-яких обраних міст (наприклад, Вінниця та Кропивницький). Пара міст у групі не повинна повторюватись. Для оцінювання ввести для кожного критерія числову 3-бальну шкалу: наприклад, 1 бал – низька ефективність розвитку, 2 бали – середня ефективність розвитку, 3 бали – висока ефективність розвитку. Підсумувати отримані бали для кожної з міських туристичних дестинацій. Зміст індивідуального навчально-дослідницького завдання: географічне визначення туристичної дестинації, характеристика здійснених за останні 5-10 років перетворень та розвитку туристичної дестинації, значення та роль розвитку дестинації з точки зору туризму, пропоновані альтернативні можливості розвитку туристичної дестинації, висновки, використані джерела інформації. Вимоги до оформлення: шрифт «Times New Roman», розмір 14, міжрядковий інтервал – 1,5 пт, абзац – 1 см, вирівнювання тексту по ширині, поля: верхнє та нижнє – 2 см, ліве – 3 см, праве – 1,5 см. Обсяг роботи 6 – 15 сторінок формату А4. Супровідний матеріал під час представлення результатів роботи: мультимедійна презентація з 10-15 слайдів.

Таблиця 5

Питання, на які необхідно відповісти, аналізуючи основний туристичний продукт міста

Складова продукту	Приклад питань для вивчення складової
Туристичні атракції	Якими комерційними туристичними атракціями володіє місто? Якій цільовій аудиторії вони адресовані? В якому стані перебувають атракції? Чи можливо покращити їх привабливість?
Культурні та некомерційні атракції	Які є театральні групи і музичні колективи? Чи приїздять артисти на гастролі? Наявність аматорських або професійних арт- та анімаційних команд. Наявність місцевих фестивалів, що могли б привабити туриста.
Історичні місця та пам'ятники	Наявність історичних місць, особливо важливих пам'ятників, музеїв. Чи проживають у місті відомі люди? Чи збереглася у місті архітектурна спадщина?
Розваги	Наявність нічних клубів. Чи існує особливий вид розваг у місті?
Спорт	Наявність спортивних команд, що грають у молодшій чи вищій лізі. Чи є команда вболівальників? Наявність спортивних заходів, в яких можуть брати участь туристи.
Шопінг	Наявність торговельних центрів, спеціалізованих, антикварних та букіністичних магазинів. Чи є можливість придбання унікальних творів мистецтва та ремісництва?

Таблиця 6

Питання, на які необхідно відповісти, аналізуючи супутній та додатковий продукт міста

Складова продукту	Приклад питань для вивчення складової
Сувеніри, тури, екскурсії	Чи є продукти, призначені для задоволення спеціального інтересу туристів, що приїхали з метою споживання основного продукту? Чи розроблено тематичні екскурсійні тури, оглядові екскурсії містом?
Ресторани	Чи існують заклади ресторанного господарства з різним концептуальним меню? Чи надається послуга харчування різним сегментним групам туристів? Чи відповідає рівень цін на якості послуг харчування?
Засоби розміщення	Чи достатня кількість місць у засобах розміщення для задоволення потреб туристів різних сегментних груп? Рівень цін, сервісу
Транспорт	Рівень організації транспортного сполучення між вокзалом і центром міста та готелями.
Інші послуги	Можливість оренди автомобіля, технічного сервісу автомобілів. Чи існує можливість для туристів проведення релігійних обрядів? Якість роботи органів правопорядку. Чи функціонує туристично-інформаційний центр?

Таблиця 7

Питання, на які необхідно відповісти, аналізуючи розширений продукт міста

Складова продукту	Приклад питань для вивчення складової
Вулиці та тротуари	Чистота вулиць і тротуарів. Стан і рівень освітленості, дизайн вуличної ілюмінації. Чи передбачені місця відпочинку, лавочки?
«Жива» спадщина	Наявність релігійних та етнічних груп населення. Чи спілкується населення міста іншими мовами? Чи є практика унікальних звичаїв? Традицій. Чи проводяться етнічні фестивалі?
Благоустрій вулиць	Стан і достатність урн, телефонних автоматів, електронних автоматів, інформаційних кіосків з інструкцією для їх користування для іноземних туристів.
Будівлі	Стан будівель. Наявність та рівень ландшафтного дизайну, озеленення, міської скульптури. Чи існують позначки будівель історичного значення? Наявність назв вулиць іноземною мовою.
Магазини	Стан фасадів магазинів, привабливість їх вітрин. Дотримання магазинами режиму роботи. Наявність реклами.
Безпека	Наявність патрулювання вулиць представниками правоохоронних органів. Чи існує інформація для туристів у випадку їх потрапляння в неприємні ситуації? Чи існують піктограми безпеки?
Люди	Дружелюбність до туристів. Чуйність до проблем туриста.
Парки та доріжки для прогулянок	Чи існує інформація для туристів, які бажають зайнятися спортом на відкритому повітрі? Чи існує прокат човнів, велосипедів?
Загальні	Наявність місць для парковок. Наявність громадських туалетів.

Питання для самоконтролю

1. Як впливає ефективність стратегії на розвиток туристичної дестинації?

2. Назвіть основні елементи стратегічного управління розвитком туристичної дестинації?

3. Надайте характеристику основним етапам стратегічного планування розвитку туристичної дестинації.

5. Поясніть різницю між місією та візією туристичної дестинації. У чому їх роль?

6. У яких документах відображаються завдання стратегічного плану?

8. Як оцінка результатів впровадження стратегічного плану розвитку туристичної дестинації?

Література

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.

2. Інститути та інструменти розвитку територій. На шляху до європейських принципів / За ред. С. Максименка. К.: Центр Інституту Схід-Захід, 2001. 244 с.

3. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. К.: Знання, 2010. 502 с.

4. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.

5. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. /Т. М. Афонченкова та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.

6. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник / За ред. І. М. Школи. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.

7. Панченко Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон : Олдіплюс, 2013. 342 с.

8. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія / За заг. ред. доктора економічних наук, професора В. Я. Брича, к.е.н., доцента А. М. Тибія.. Тернопіль: Осадца Ю.В., 2017. 164 с.

9. Пушкар Б.Т. Територіальна організація рекреаційного господарства регіону. / Б.Т. Пушкар, З.М. Пушкар. Тернопіль: «Вектор» 2014. 196 с.

10. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.

11. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова. Одеса: ОДЕУ, 2011. 225 с.

ТЕМА 5.

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОМУ КОМПЛЕКСІ

План

5.1. Роль інтеграції у розвитку туристично-рекреаційного комплексу.

5.2. Особливості мережевої форми організації туристичного бізнесу.

5.3. Характеристика стратегічних альянсів у туристичному бізнесі.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Ознайомтесь з інформацією щодо функціонування мережі «HolidayInn» за посиланням https://uk.wikipedia.org/wiki/Holiday_Inn/ Визначте, які особливості розвитку мережевих форм готельного бізнесу.

Завдання 2. Проаналізуйте історію створення стратегічного альянсу «Carlson WagonLit Travel».

Завдання 3. Дайте відповідь на питання кейсу.

Однією з найвідоміших міжнародних корпоративних спілок в світовій індустрії туризму є готельний консорціум «Бест Вестерн», якому в 2012 р. виповнилося 66 років. «Бест Вестерн» був заснований в США після закінчення Другої світової війни, в 1946 р., коли активізувалися подорожі американців країною. Залишаючи готель вранці, вони хотіли увечері гарантовано мати номер в іншому гарному готелі за маршрутом подорожі. Вловивши цю тенденцію в туристичному попиті і спираючись на власний багатий досвід роботи в готельному бізнесі, М.К. Гертін створив в Каліфорнії неформальну групу готелів. Члени групи, невеликі сімейні придорожні готелі, зберігали правову та економічну незалежність, але повинні були дотримуватися певних стандартів якості і передавати клієнтів за ланцюжком один одному: рекомендувати для зупинки партнерів, безпосередньо зв'язуватися з їх службами прийому та по телефону бронювати місця. Незабаром вони перетворилися на престижні й дохідні заклади, що дозволило їм з повною підставою називатися «Best Western», тобто кращі готелі на заході США. Мережа Гертіна швидко поширилася на схід, охопивши всю країну, а з 1964 р. набула транснаціональний статус. Сьогодні «Бест Вестерн» є одним з найвідоміших готельних брендів, що об'єднує 4200 готелів у 79 країнах Америки, Європи, Азії та Океанії, Африки та Близького Сходу

Питання до кейсу:

1. Які переваги отримали компанії від об'єднання у консорціум.
2. Назвіть інші види об'єднань підприємств.

Завдання 4. Заповніть табл. 7 «Характеристика основних видів об'єднань підприємств».

Таблиця 4

Характеристика основних видів об'єднань підприємств

	Асоціація	Концерн	Консорціум	Синдикат	Трест
Коротка характеристика					
Переваги					
Недоліки					
Приклади у туристичному бізнесі					

Завдання 5. Дайте відповідь на тестові питання.

1. Об'єднання підприємств, довгострокове зближення їх генеральних цілей, отримання переваг у постачанні та збуті, обмеження конкуренції, спрощення впровадження технологічних інновацій, зниження видатків має назву:

- а) альянс
- б) інтеграція
- в) специфікація
- г) немає вірної відповіді

2. Конгломеративна інтеграція – це:

- а) повна втрата юридичної самостійності.
- б) повна втрата економічної самостійності.
- в) об'єднання підприємств різних за профілем.

3. Пул – це:

- а) монополістичне об'єднання, при якому прибуток всіх учасників акумулюється в єдиному фонді, а потім розподіляється між ними у заздалегідь установленій пропорції.
- б) об'єднання, при якому покращуються умови для комерційної діяльності, збуту, закупівлі сировини тощо.
- в) обидві відповіді вірні.

4. Синергійність – це принцип:

- а) територіальних кластерів;
- б) ефективності франчайзингу;
- в) ефективності мережі.

Завдання 6. Поєднайте праву та ліву колонку за змістом.

Туроператор → турагент

Горизонтальна інтеграція

Туроператор → постачальник

Вертикальна інтеграція

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні види інтеграції.
2. Сформулюйте основні механізми стратегічного партнерства.
3. Охарактеризуйте основні етапи формування та розвитку стратегічного партнерства.
4. Які принципи ефективності організації мережевого бізнесу?
5. Що таке стратегічний альянс? Назвіть його переваги та недоліки.
6. Яка різниця між мережею та туристичним кластером.

Література

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.
2. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.
3. Головчан А.І. Особливості механізму формування кластерних утворень туристичних дестинацій. *Сучасні тенденції економічної теорії і*

практики: світовий досвід та вітчизняні реалії: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Херсон, 18-19 листопада 2010 р.). Херсон, 2010. С. 124-127.

4. Інститути та інструменти розвитку територій. На шляху до європейських принципів / За ред. С. Максименка. К.: Центр Інституту Схід-Захід, 2001. 244 с.

5. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. К.: Знання, 2010. 502 с.

6. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.

7. Нестерова К.С. Інструменти державної підтримки розвитку інтегрованих бізнес-структур у сфері морського туризму в Україні. Приморські регіони: проблеми та траєкторії соціально-економічного розвитку: матеріали V Міжнародної наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. Одеса: МГУ, 2018. С. 54 – 56.

8. Пушкар Б.Т. Територіальна організація рекреаційного господарства регіону. / Б.Т. Пушкар, З.М. Пушкар. Тернопіль: «Вектор» 2014. 196 с.

9. Інформаційні матеріали на сайті Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC). URL: <https://wttc.org/>.

10. Інформаційні матеріали на сайті Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.e-unwto.org/>

ТЕМА 6.

МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ

План

6.1. Сутність маркетингу та його роль у розвитку туристично-рекреаційного комплексу.

6.2. Маркетингова стратегія туристичної дестинації.

6.3. Комплекс маркетингових комунікацій туристичної дестинації.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Проведіть SWOT-аналіз туристичного бізнесу в м. Одесі. Чи був створений бренд міста? Які маркетингові заходи потрібно зробити місцевим органам влади задля розвитку туризму.

Завдання 2. Оберіть 3 сайти національних парків України. Проаналізуйте наскільки ефективно вони побудовані, які переваги та недоліки.

Завдання 3. Підготуйте доповідь на тему «Приклади успішних туристичних брендів». Вимоги до оформлення: шрифт «Times New Roman», розмір 14, міжрядковий інтервал – 1,5 пт, абзац – 1 см, вирівнювання тексту по ширині, поля: верхнє та нижнє – 2 см, ліве – 3 см, праве – 1,5 см. Обсяг роботи 6 – 15 сторінок формату А4. Супровідний матеріал під час представлення результатів роботи: мультимедійна презентація з 10-15 слайдів.

Завдання 4. Поєднайте значення термінів у першій та другій колонках за змістом.

1. До якої групи маркетингових інструментів відносяться ті, що наведені у колонці 1.

Прес-реліз	Стимулювання збуту
Прес-кіт	Зв'язки з громадкістю
Тематичні статті	Реклама
Фотографії	Інтернет маркетинг
Листи новин	Соціальний маркетинг
Тематичні виставки	

2. Бренд туристичної дестинації – це сукупність уявлень логотип, товарний знак туристичний імідж знак, символ, термін.

3. Що не є функцією бренду дестинації? забезпечення пізнаваності дестинації

підтвердження якості турпродукту
формування іміджу дестинації
створення франчайзингових ланцюгів

Завдання 5. Проаналізуйте кейс з розвитку Грузії як туристичного напрямку за [https://promodo.ru/upload/cases/Georgia%20Travel%20Case%20RU%20\(summer\).pdf](https://promodo.ru/upload/cases/Georgia%20Travel%20Case%20RU%20(summer).pdf) посиланням. Визначте, які інструменти були використані, які заходи реалізовані, які результати досягнуті.

Питання для самоконтролю

1. Що таке маркетинг туристичної дестинації? Наскільки він актуальний у сучасних умовах?
2. Назвіть основні маркетингові інструменти для розвитку туристичної дестинації.
3. У чому різниця формалізованих і неформалізованих брендів дестинацій?

Література

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.
2. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екоп. ун-т, 2015. 832 с.
3. Інститути та інструменти розвитку територій. На шляху до європейських принципів / За ред. С. Максименка. К.: Центр Інституту Схід-Захід, 2001. 244 с.
4. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. К.: Знання, 2010. 502 с.

5. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
6. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. /Т. М. Афонченкова та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.
7. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник / За ред. І. М. Школи. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.
8. Нестерова К.С. Характеристика сучасних маркетингових інструментів у розвитку туристичної дестинації в умовах глобальної кризи. *International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings, Part I, November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing. P. 38 – 40.*
9. Панченко Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон : Олдіплюс, 2013. 342 с.
10. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання п'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.
11. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія / За заг. ред. доктора економічних наук, професора В. Я. Брича, к.е.н., доцента А. М. Тибіня.. Тернопіль: Осадца Ю.В., 2017. 164 с.
12. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
13. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова. Одеса: ОДЕУ, 2011. 225 с.

ТЕМА 7.

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

План

- 7.1. Поняття туристичного бренду та його роль у розвитку дестинації.
- 7.2. Класифікація туристичних брендів.
- 7.3. Приклади туристичного брендінгу в Україні

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Дайте відповідь формальними чи неформальними брендами є наведені на рис. 7 об'єкти.



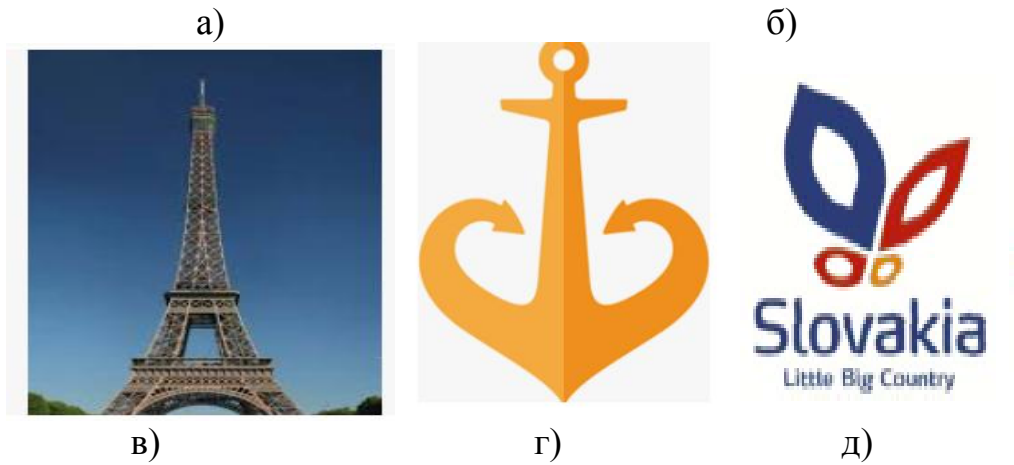
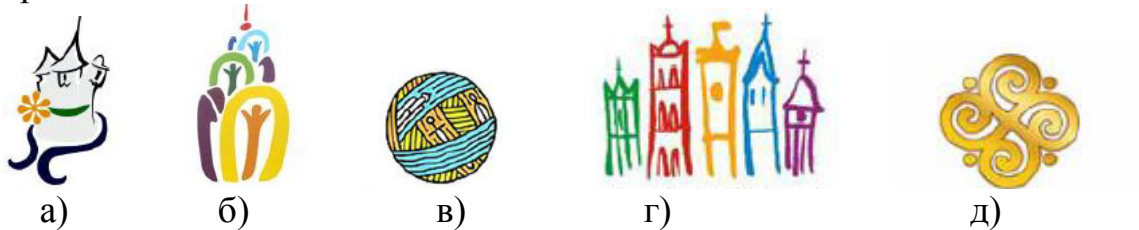


Рис. 7. Туристичні бренди

Завдання 2. Поєднайте за змістом туристичний логотип та назву українського міста.



Завдання 3. На рис. 8 наведений туристичний бренд України. Поясніть кольори та символи на ньому.



Рис. 8. Туристичний бренд України

Завдання 4. На рис. представлені недостатньо ефективно розроблені туристичні бренди. Поясніть чому?



Завдання 5. Заповніть табл. 5 «Характеристика туристичних брендів міст».

Таблиця 5

Характеристика туристичних брендів міст

Характеристика/Назва міста	Лондон	Копенгаген	Мельбурн	Мадрид
Мета при створенні бренду				
Обсяг витрат на туристичний брендінг, євро				
Рік впровадження бренду				
Отриманий результат				

Завдання 6. Наведіть приклади використання наступних маркетингових інструментів для просування туристичних дестинацій:

- а) фільми
- б) блоги
- в) форуми
- г) соціальні мережі

Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення туристичного бренду.
2. У чому полягає успішність туристичного бренду. Як її вимірювати?
3. Наскільки важливою є роль органів публічної влади у формуванні та розвитку туристичного бренду.
4. Наведіть приклади успішного брендінгу туристичних дестинацій.
5. Зробіть класифікацію туристичних брендів.

Література

1. Інститути та інструменти розвитку територій. На шляху до європейських принципів / За ред. С. Максименка. К.: Центр Інституту Схід-Захід, 2001. 244 с.
2. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
3. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. /Т. М. Афонченкова та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.
4. Нестерова К.С. Характеристика сучасних маркетингових інструментів у розвитку туристичної дестинації в умовах глобальної кризи. *International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings, Part I, November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing. P. 38 – 40.*

5. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання п'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.

6. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія / За заг. ред. доктора економічних наук, професора В. Я. Брича, к.е.н., доцента А. М. Тибіня.. Тернопіль: Осадца Ю.В., 2017. 164 с.

7. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.

8. Інформаційні матеріали на сайті Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.e-unwto.org/>

ТЕМА 8.

КАРТ-СИСТЕМИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДА ДЕСТИНАЦІЇ

План

- 8.1. Роль карт-систем у розвитку туристичної дестинації.
- 8.2. Механізм функціонування карт-системи.
- 8.3. Типи карток у туристичній дестинації.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Проаналізуйте туристичні карти будь-яких 3 міст Європи. Визначте їх відмінності.

Завдання 2. Чи є карта туриста у м. Одесі? Проаналізуйте, якщо вона є, її переваги для туриста. Порівняйте картки туриста у м. Одесі та м. Львові.

Завдання 3. Компанія X є спеціалізованим оператором, який розглядає можливість збуту за кордоном. Дослідіть відповідні ринки збуту обраного туристичного продукту та представте компанію під час торгової поїздки до відповідної закордонної країни в (імітованій) ситуації продажів один на один (F2F), підготувавши презентацію у Power Point. Варіанти туристичних продуктів:

- гольф
- рибальство
- стрільба та переслідування
- ходьба/сходження.

Завдання 4. Проаналізуйте туристичний сайт м. Одеси за посиланням <https://odessatourism.org/ru> та сайт м. Стамбул за посиланням <https://visit.istanbul/en/>. Виявіть переваги та недоліки кожного з них. Який сайт, на Вашу думку, є більш вдалим?

Завдання 5. Проаналізуйте сутність «картки львів'янина». Які переваги вона надає мешканцям? Чи доцільно, на Вашу думку, впроваджувати цей

досвід в Одесі? Розробіть елементи карти мешканця м. Одеси, які послуги потрібно до неї додати?

Завдання 6. Проаналізуйте сутність карти мешканця Гданська. Які переваги вона надає мешканцям? У чому полягає відмінність з карткою мешканця м. Львова.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні елементи карт-системи туристичної дестинації.
2. Сформулюйте механізм дії туристичних карток.
3. Надайте класифікацію туристичних карток.

Література

1. Інформаційні матеріали на сайті Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.e-unwto.org/>
2. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
3. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.

ТЕМА 9.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ

План

- 9.1. Поняття конкурентоспроможності у туризмі
- 9.2. Концептуальні засади конкурентоспроможності туристичних дестинацій.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Використовуючи статистичні матеріали UNWTO, проаналізуйте зміни показників прямого і непрямого внеску туризму в економіку країн «великої двадцятки» за останні 5 років. Дайте короткий аналіз динаміки показників вкладу туризму в економіку.

Завдання 2. Використовуючи дані Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ), проаналізуйте зміну рейтингів та індексів конкурентоспроможності секторів подорожей і туризму по країнах за 5 останніх років.

Завдання 3. Проаналізуйте індекс конкурентоспроможності сектору послуг і туризму в Україні за даними Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ).

Завдання 4. Дайте відповідь на питання кейсу.

За матеріалами Рощина Н.В., Борданова Л.С. Перспективи економіки спільної участі. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/22_2017/6.pdf

Економіка спільної участі (шерингова економіка, англ. sharing economy), передбачає спільне використання соціумом людських та фізичних ресурсів. До цієї системи іноді включають (або розглядають як споріднені із нею) такі поняття, як мережева економіка (mesh economy) або спільне споживання (collaborative consumption). Шерингова економіка також визначається як гібридна ринкова модель (між власництвом та даруванням) однорангового обміну.

Питання до кейсу:

1. Як шерингова економіка може бути застосована для розвитку туристичної дестинації?
2. Обґрунтуйте як на розвиток туризму впливає ставлення місцевого населення. Наведіть приклади негативного ставлення місцевого населення окремих країн до туристичних заходів.

Завдання 4. Розкрийте сутність державно-приватного партнерства? Як цей механізм можна використати для розвитку туристичних дестинацій? Наведіть приклади проєктів державно-приватного партнерства у сфері туризму.

Питання для самоконтролю

1. Сформулюйте основні елементи концепції конкурентоспроможності у сфері туризму.
2. Які основні принципи формування конкурентного середовища?
3. Що таке конкурентна перевага? Назвіть класифікацію конкурентних переваг у туризмі.
4. Які основні види конкурентоспроможності туристичних дестинацій?
5. Розкрийте сутність концепції конкурентних переваг М. Портера.

Література

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.
2. Інститути та інструменти розвитку територій. На шляху до європейських принципів / За ред. С. Максименка. К.: Центр Інституту Схід-Захід, 2001. 244 с.
3. Інформаційні матеріали на сайті Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC). URL: <https://wttc.org/>.
4. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
5. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник / За ред. І. М. Школи. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.
6. Нестерова К.С. Оцінка конкурентних переваг України у світовому морському туристичному бізнесі. Економіка. Управління. Інновації. [Електрон. наук. фах. вид.]. Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2016. Вип. 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_4_10/

7. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання п'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.

8. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.

ТЕМА 10.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ

План

10.1. Методи оцінки конкурентоспроможності туристично-рекреаційного комплексу.

10.2. Напрямки підвищення рівня конкурентоспроможності туристично-рекреаційного комплексу.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Проаналізуйте м. Одесу як туристичну дестинацію. Визначте основні показники для оцінки туристичної привабливості, надайте їм вагові коефіцієнти, проведіть опитування одnogрупників, розрахуйте індекс туристичної привабливості. ». Вимоги до оформлення: шрифт «Times New Roman», розмір 14, міжрядковий інтервал – 1,5 пт, абзац – 1 см, вирівнювання тексту по ширині, поля: верхнє та нижнє – 2 см, лівє – 3 см, правє – 1,5 см. Обсяг роботи 6 – 15 сторінок формату А4. Супровідний матеріал під час представлення результатів роботи: мультимедійна презентація з 10-15 слайдів.

Завдання 2. Заповніть табл. 6 «Класифікація конкурентних переваг у сфері туризму».

Таблиця 6

Класифікація конкурентних переваг у сфері туризму

Показник	Види
Рівень впливу переваг	
Значущість конкурентної переваги	
Факт впливу конкурентних переваг	
Можливість відтворення конкурентних переваг конкурентами	

Завдання 3. Заповніть табл. 7 «Фактори, що визначають привабливість туристичної дестинації».

Фактори, що визначають привабливість туристичної дестинації

Фактор	Показник	Характеристика показника
Наявність туристично-рекреаційних ресурсів	Туристичні об'єкти, од.	Культурні пам'ятки; архітектурні пам'ятки; історичні пам'ятки; археологічні пам'ятки; народні промисли, фольклор; об'єкти релігійного туризму.
Доступність дестинації	Візова, цінова доступність	Вартість цін товарів, легкість та швидкість оформлення документів
Безпека туристів	Особиста безпека, безпека багажу	Рівень екологічної безпеки, рівень організованої преступності
Ціна на туристичний продукт	Ціна на основний та супутній туристичний продукт	Ціна на організовану туристичну подорож та супутні послуги

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні методи оцінки конкурентоспроможності на макрорівні.
2. Назвіть основні методи оцінки конкурентоспроможності на мезорівні та на рівні регіону.
3. Які можуть бути напрямки підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації. Наведіть приклади туристичних дестинацій.

Література

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.
2. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. 344 с.
3. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. К.: Знання, 2010. 502 с.
4. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
5. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. /Т. М. Афонченкова та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.
6. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник / За ред. І. М. Школи. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.
7. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.

8. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник.
/ За ред. В.Ф. Семенова. Одеса: ОДЕУ, 2011. 225 с.

ТЕМА 11. КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНО- РЕКРЕАЦІЙНИМИ КОМПЛЕКСАМИ

План

- 11.1. Сутність туристичного кластера.
11.2. Класифікація туристичних кластерів, стадії їх розвитку.
11.3. Формування туристичного кластера.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Проаналізувати історію створення та механізм функціонування етногастрономічного кластера «Шабо». Основні показники для аналізу:

1. Назва кластера. Наскільки вона є цікавою для туристів, чи відповідає вона ідеї самого кластеру.
2. Тип кластера.
3. Стадія розвитку.
4. Управління і самоорганізація кластера.
5. Ресурси, що були використані при формуванні туристичного кластера.
7. Кооперація та обмін інформацією.
8. Освіта та тренінги, зв'язки з громадськістю.

Результат представити у форматі доповіді. Вимоги до оформлення: шрифт «Times New Roman», розмір 14, міжрядковий інтервал – 1,5 пт, абзац – 1 см, вирівнювання тексту по ширині, поля: верхнє та нижнє – 2 см, ліве – 3 см, праве – 1,5 см. Обсяг роботи 6 – 15 сторінок формату А4. Супровідний матеріал під час представлення результатів роботи: мультимедійна презентація з 10-15 слайдів.

Завдання 2. Проаналізуйте можливості створення кластера ділового туризму у м. Одесі. Обґрунтуйте доцільність такого кластеру, його структуру. Чи були вже зроблені певні заходи керівництвом міста щодо розвитку ділового туризму?

Завдання 3. Заповніть табл. 8 «Порівняльна характеристика туристичних кластерів».

Таблиця 8

Порівняльна характеристика туристичних кластерів

Показник	Салінунтінські терми	Кам'янецький дивокрай	Мальовнича Бережанщина
Історія створення			
Основні учасники			
Мета створення			
Результати			
Перспективи розвитку			

Завдання 4. Пройдіть навчальний курс на ресурсі «Прометеус» на тему: «Управління DESTИНАЦІЯМИ і роль DMO» за посиланням https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+TOUR101+2021_T1_9/about?utm_source=telegram&utm_medium=social&utm_campaign=tg-tour-nine-announce100621. Курс розрахований на 4 години. Отримайте сертифікат.

Питання для самоконтролю

1. Що таке туристичний кластер.
2. Обґрунтуйте актуальність створення та функціонування туристичних кластерів.
3. Наведіть приклади світових туристичних кластерів.
4. Яка стандартна структура туристичного кластера?
5. Сформулюйте ключові стадії розвитку кластера.
6. Надайте класифікацію туристичних кластерів.

Література

1. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.
2. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. 344 с.
3. Головчан А.І. Особливості механізму формування кластерних утворень туристичних DESTИНАЦІЙ. *Сучасні тенденції економічної теорії і практики: світовий досвід та вітчизняні реалії*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Херсон, 18-19 листопада 2010 р.). Херсон, 2010. С. 124-127.
4. Інститути та інструменти розвитку територій. На шляху до європейських принципів / За ред. С. Максименка. К.: Центр Інституту Схід-Захід, 2001. 244 с.
5. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
6. Стратегічні вектори розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ Тернопільщини: монографія / За заг. ред. доктора економічних наук, професора В. Я. Брича, к.е.н., доцента А. М. Тибіня.. Тернопіль: Осадца Ю.В., 2017. 164 с.
7. Туристичний кластер Харківщини : монографія / Колектив авторів,
8. гол. ред. О. В. Яковчук. Харків: ФОП Панов А. М., 2019. 432 с.

ТЕМА 12.

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ КОМПЛЕКСІВ

План

- 12.1. Сутність концепції сталого розвитку туризму
- 12.2. Принципи сталого розвитку туристичної DESTИНАЦІЙ.
- 12.3. Проблема навантаження туристичної DESTИНАЦІЙ.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Заповніть табл. 9 «Наслідки розвитку туризму». Проаналізуйте соціально-економічні, екологічні та інші наслідки (10 – 13).

Наслідки розвитку туризму

Позитивні наслідки	Негативні наслідки

Завдання 2. Дайте відповідь на питання кейсу.
За матеріалами порталу DW – *Made for Minds*.

Для таких морських птахів, як Кайра Тонкодзьоба, минуле літо на шведському острові Стуре-Карлсе в Балтійському морі було досить трагічним. Їх потомство скоротилося більш ніж на п'яту частину. Причину експерти вбачають у тому, що через локдаун на острові не було туристів. У звичайний час острів розміром в два з половиною квадратні кілометри є найбільш відвідуваною колонією морських птахів в Балтійському морі. Коли туристів багато, хижаки (як, наприклад, орлан білоплечий) намагаються острів уникати. Однак минулого літа хижих птахів тут було набагато більше, ніж зазвичай. Вони полювали на узбережжі і відлякували Кайра Тонкодзьобого. В результаті яйця кайр скочувалися зі скель і або розбивалися, або були з'їдені чайками і воронами. У свою чергу з Таїланду та Індії надходили повідомлення про дуже агресивні зграї мавп, які відчайдушно змагались за їжу, якої їм стало не вистачати через відсутність туристів, які раніше завжди їх підкормлювали. Водночас в інших місцях під час локдауну флора і фауна успішно відновлювали свій баланс. Черепахи могли гніздитися на пляжах, не боячись натопків туристів, а біля берегів Гонконгу через припинення судноплавства було помічено значно більше білих дельфінів.

Крім того, стрімко скоротились викиди в атмосферу шкідливих речовин. За даними дослідницької мережі «Global Carbon Project», викиди вуглекислого газу від авіації знизилися в усьому світі приблизно на 22 %. Однак, на думку спостерігачів, це тимчасовий ефект: уже до кінця минулого року загальні викиди CO₂ знову наблизилися до рівня попереднього року.

Згідно з даними ЮНВТО, в 2020 р. чисельність туристів у всьому світі в порівнянні з попереднім роком скоротилося на 73 %. За оцінками Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC), в результаті масштабного спаду туризму в усьому світі було втрачено близько 197 млн. робочих місць, а дохід знизився на 5,5 трлн. дол. США. Ці цифри в п'ять разів перевищують втрати, викликані світовою фінансово-економічною кризою 2008 - 2009 рр. Особливо відчутно постраждав сектор природного туризму: місцеве населення залишилося без засобів до існування.

Різно впали доходи національних парків. Так, з весни по осінь 2020 р. кількість відвідувань національних парків в Бразилії в порівнянні з тим же періодом попереднього року скоротилася приблизно на 5 млн. осіб. Передбачуване зниження продажів компаній, які безпосередньо чи опосередковано працюють в сфері туризму на територіях національних парків, склало близько 1,6 млрд. дол. США.

«Іноді вплив на природу буває фатальним», - підкреслює Мартіна фон Мюнхгаузен (Martina von Münchhausen), експерт з туризму WWF в Німеччині. «Будь то в Середземномор'ї, на Кавказі, в Африці чи в

Центральній Америці, життєві плани, засновані на туризмі, звалилися. Люди часто повертаються до сільського господарства або тваринництва. В результаті частково очищається ліс або виникають перешкоди у вигляді огорож там, де колись були природні коридори для диких тварин», - резюмує Мартіна фон Мюнхгаузен. Це провокує і розпалює конфлікти між людьми і дикою природою, які раніше можна було нейтралізувати доходами від туризму. Наприклад, почався відстріл слонів в Камбоджі та Ефіопії, а також тигрів в Індії.

Іна Леманн (Ina Lehmann), що відповідає за політику в області біорізноманіття в Німецькому інституті розвитку (DIE), попереджає про наслідки, пов'язані із закриттям заповідних зон через пандемію: «Багато міських мешканців втратили роботу і доходи. Оскільки в небагатих країнах практично немає державних систем соціального забезпечення, багато безробітних повернулися до своїх рідних селищ». Щоб вижити люди, за словами експерта, не тільки змушені обробляти земельні угіддя для занять сільським господарством і тваринництвом, а й знову полювати на диких тварин – почастишало комерційне браконьєрство.

На думку німецького експерта з туризму Мартіна Балас, наслідки пандемії сфокусували увагу на проблемах, які були відомі задовго до цього: «Всі хотіли б знову подорожувати, але звичні методи роботи туризму тепер функціонують погано». Міжнародний туризм потребує переосмислення, впевнений Балас. Зокрема, африканські держави в даний час сильно залежать від іноземних туристів. Але і в цих країнах відбувається переосмислення, каже дослідник туризму. Кенія намагається просувати континентальний і регіональний туризм. Однак для цього необхідно розробити нові концепції: наприклад, в майбутньому готелі повинні пропонувати багатомісні номери для великих сімей. Але тут виникає інша проблема: у багатьох країнах вітчизняні туристи мають менший дохід, ніж іноземні, і тому приносять менше грошей туристичним регіонам. У Коста-Ріці, наприклад, згідно з публікацією Всесвітнього союзу охорони природи (МСОП), місцеві відвідувачі платять тільки 20 % від вартості вхідних квитків до національних парків. Це означає, що економіка туристичної сфери повинна бути більш диференційованою, підкреслює Балас: «Чим більше у регіону незалежних від туризму пропозицій, тим привабливішим він стає». Наприклад, в Еквадорі були розроблені нові правила для Національного парку Галапагоських островів в Тихому океані.

Питання до кейсу

1. Назвіть негативні наслідки розвитку туризму.
2. Опишіть позитивні наслідки розвитку туризму.
3. Чому концепція сталого розвитку туризму є вкрай актуальною у сучасних умовах.

Завдання 3. Проаналізуйте Концепцію розподілу туристичного навантаження на громадський простір м. Львів від 1.08.2016 р. за посиланням [https://www8.city-adm.lviv.ua/Pool/Info/docImr_1.NSF/\(SearchForWeb\)/CD4E0367AC252DD5C225800400431997?OpenDocument](https://www8.city-adm.lviv.ua/Pool/Info/docImr_1.NSF/(SearchForWeb)/CD4E0367AC252DD5C225800400431997?OpenDocument). Визначте, допустиме туристичне навантаження відповідно до положень Концепції, які заходи здійснюються керівництвом міста з метою розподілу туристичного навантаження.

Завдання 4. Подивіться документальний фільм «Buy-Buy Barcelona» за посиланням <https://destinationthink.com/blog/mass-tourism-cities-by-bye-barcelona-documentary/> (англійські субтітри). Визначте, яка проблема обговорюється у фільмі.

Завдання 5. Заповніть табл. 10 «Відмінності між масовим та сталим туризмом» (8 – 10).

Таблиця 10

Відмінності між масовим та сталим туризмом	
Масовий туризм	Сталий туризм

Питання для самоконтролю

1. Поясніть концепцію сталого розвитку туризму.
2. Чим відрізняється масовий та сталий туризм.
3. Сформулюйте основні наслідки розвитку туризму.
4. З яких елементів складається механізм сталого розвитку туризму?
5. Визначте основні групи стейкхолдерів у розвитку туристичної дестинації? Які їх основні інтереси?

Література

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.
2. Інститути та інструменти розвитку територій. На шляху до європейських принципів / За ред. С. Максименка. К.: Центр Інституту Схід-Захід, 2001. 244 с.
3. Інформаційні матеріали на сайті Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC). URL: <https://wttc.org/>.
4. Інформаційні матеріали на сайті Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.e-unwto.org/>
4. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. К.: Знання, 2010. 502 с.
5. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
6. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. /Т. М. Афонченкова та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.
7. Нестерова К.С. Формування організаційно-економічного механізму стійкого розвитку круїзного бізнесу в Україні. Сучасні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні в контексті інтеграції в ЄС: Перша Всеукр. наук.-практ. конф.: тези допов., 22–23 квітня 2015 р. Одеса, 2015. Вип. 1. С. 39–42.
8. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання п'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.

9. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.

10. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова. Одеса: ОДЕУ, 2011. 225 с.

ТЕМА 13. СУЧАСНІ СВІТОВІ ТRENДИ У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

План

13.1. Сучасний стан розвитку світового ринку туристичних послуг.

13.2. Ключові тренди у менеджменті та маркетингові дестинацій.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Дайте відповідь на питання кейсу.

За матеріалами «Beyond summits»

У Китаї в останні роки активно розвивається і стимулюється туризм. Основні тренди у маркетингу дестинацій у Китаї наступні:

Тренд 1: телевізійні шоу, наприклад, стали новою формою маркетингу призначення. «Куди подівся тато?» - документальний/реаліті -серіал, який ставить китайських знаменитостей у складні батьківські ситуації - значно збільшилася кількість відвідувачів у місцях, показаних у шоу, таких як Снігове село на віддаленому північному сході та острів Джімін біля узбережжя Шаньдун.

Тренд 2: «Baidu» хоче використовувати нові форми відображення, щоб допомогти рекламодавцям цільового призначення підвищити видимість своєї реклами та коефіцієнт кліків, наприклад, творче написання, графіку та пряме бронювання телефонів, оскільки рішення про подорожі приймаються на основі не лише раціональних факторів, але і емоційних. Активізація зору (зображення та відео), звуку (музика) та інших почуттів покращить маркетингові результати. Маркетинг пошукових систем (SEM) є коренем; будь -які методи, що оточують цей корінь, будуть постійно зміцнюватися, і одного разу він виросте у височене дерево. Користувачі проводять лише секунди на даному веб -сайті, даючи рекламодавцям дуже мало часу, щоб справити враження. Більше двох мільярдів оголошень щодня відображається на бездротових пристроях у Китаї, і лише «Baidu» працює з понад 800 000 активних онлайн-рекламодавців. В результаті користувачі отримують надлишок інформації, залишаючи дуже мало часу, щоб все це переглянути.

Тренд 3: Споживачі зараз користуються туристичною інформацією під час своєї подорожі. Тепер маркетинг призначення не може зупинитися лише на просуванні бренду та залученні відвідувачів. Він повинен додати більш швидкі та зручні послуги, щоб допомогти мандрівникам приймати кращі рішення перед поїздкою, турбуватися про все, що їх може турбувати, продумувати все, про що вони можуть подумати, і пропонувати рішення, які відповідають їхнім потребам під час подорожі.

Тренд 4: Маркетинг цільового призначення в Китаї – це спроба епічних масштабів. За даними Міністерства промисловості та інформаційних

технологій, Китай може похвалитися приголомшливими 1,25 млрд користувачів мобільних телефонів - понад 90 % населення - та понад 850 млн користувачів мобільного Інтернету. Тож як пункти призначення досягають їх усіх? Ключ для з'єднання цих споживачів з інформацією та послугами, які їм потрібні,- це SoLoMo-соціальна локація-мобільний. Це мобільний спосіб відображення місцевих записів у результатах пошукової системи, що стало можливим завдяки технології GPS, вбудованій у смартфони та планшети. На практиці все простіше, ніж здається. Одним з нещодавніх прикладів було те, що Baidu об'єднався з McDonald's для просування акції "Parkour Crazy Cherry Cone", яка використовувала можливості SoLoMo для охоплення споживачів на місцевому рівні - буквально. «Карти Baidu» автоматично надсилатимуть push -сповіщення користувачам, які знаходяться на відстані трьох кілометрів або менше від Макдональдса, щоб користувачі могли ініціювати пошук і натиснути зображення конуса, щоб миттєво взяти в ньому участь.

Питання до кейсу:

1. Назвіть основні тренди у маркетингу дестинацій в Китаї?
2. Яка роль інновацій у розвитку туризму?
3. Які інновації у сфері туризму доцільно було б, на Вашу думку, використати в м. Одесі?

Завдання 2. Вставте пропущені за змістом слова у речення.

За даними ЮНВТО, за п'ять місяців 2021 року міжнародні туристичні прибуття _____ (зменшились, збільшились, не змінилися) порівняно з періодом минулого року. Найбільше _____ (падіння, зростання) припало на _____ (назва регіону).

Завдання 3. Дайте визначення термінам та поясніть їх вживання у туризмології:

наратив, віртуалізація, міф, диверсифікація, мобільний туризм, дистрибуція.

Завдання 4. Заповніть табл. 11 «Сучасні характеристики дестинацій» (5 – 10).

Таблиця 11

Сучасні характеристики дестинацій

Принципи функціонування	Тренди розвитку	Стейкхолдери розвитку

ТЕМА 14.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ КОМПЛЕКСІВ В УКРАЇНІ

План

- 14.1. Методи державного регулювання туризму
- 14.2. Світова практика державного регулювання туризму
- 14.3. Особливості державного регулювання туризму в Україні.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Наведіть приклад країн (1-2), які шляхом активної державної підтримки досягли значних успіхів у розвитку туризму.

Завдання 2. Проаналізуйте ризики залежності національної економіки від туризму. Назвіть приклади таких країн (1-2).

Завдання 3. Чому, на Вашу думку, до порту Стамбул вдвічі-втричі разів більше суднозаходів, ніж до порту Одеса?

Завдання 4. Дайте відповідь на питання кейсу.

За матеріалами РБК-Україна

Тропа Інків у Перу, трек навколо горного масиву Аннапурна в Непалі, Лікійська тропа у Туреччині – лише незначні з широко відомих пішохідних маршрутів у різних країнах. Більшість туристів, які цікавляться подібним видом подорожей, давно знають про «Каміно» або про шлях святого Іакова, до однієї із знакових християнських святинь у Сантьяго-де-Компостела в Іспанії. Подольський шлях святого Іакова побудований з Вінниці до Кам'янець-Подільського. Проект реалізує міська рада Вінниці та Бара у рамках партнерської програми «Культура. Туризм. Регіони». Фактично це перший повноцінний пішохідний маршрут, створений за моделлю шляху святого Іакова (Каміно -де -Сантьяго) в Іспанії.

Питання до кейсу

1. Що Ви вважаєте найголовнішим при розробці пішохідних маршрутів?

2. Яка одна з основних проблем при реалізації зазначеного проєкту?

3. Які вигоди та недоліки має пішохідний маршрут для місцевих мешканців?

Завдання 5. На сайті Всесвітньої ради з подорожей ту туризму (<https://wttc.org/>) проаналізуйте частку зайнятих у туризмі у 2020 р. На Вашу думку, цей показник буде зменшуватись чи збільшуватись?

Завдання 6. Товари хенд-мейд коштують дорожче на ринку, користуються більшим попитом. Поясніть чим обгрунтована ця тенденція. Наведіть приклади хенд-мейд товарів у туризмі. Назвіть приклади туристичних дестинацій в Україні, які побудовані за принципом виробництва унікальних хенд-мейд товарів.

Завдання 7. Проаналізуйте Закон України «Про туризм» у новій редакції. Визначте ключові відмінності між чинною редакцією та попередньою.

Питання для самоконтролю

1. Обгрунтуйте роль державного регулювання туризму.

2. Назвіть основні методи державного регулювання туризму.

3. Наведіть приклади світової практики державного регулювання туризму. Які, країни, на Вашу думку, найбільш ефективно здійснюють державне регулювання туристичної сфери.

4. Проаналізуйте механізм державного регулювання туризму в Україні.

Література

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.

2. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. К.: Знання, 2010. 502 с.

3. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.

4. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. /Т. М. Афонченкова та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.
5. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник / За ред. І. М. Школи. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.
6. Панченко Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон : Олдіплюс, 2013. 342 с.
7. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
8. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова. Одеса: ОДЕУ, 2011. 225 с.

ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАТЬ І ВМІНЬ

1. Поняття туристично-рекреаційного комплексу і туристичної дестинації.
2. Підходи до класифікації туристичних дестинацій.
3. Структура туристично-рекреаційного комплексу.
4. Життєвий цикл туристичних дестинацій.
5. Поняття і класифікація туристичних ресурсів.
6. Інфраструктура туристичної дестинації.
7. Туристичний потенціал: оцінка і напрямки зростання.
8. Процедура відбору територій в якості туристичної дестинації.
9. Принципи управління туристично-рекреаційним комплексом.
10. Функції управління туристично-рекреаційним комплексом.
11. Діяльність організацій з управління туристичними дестинаціями
12. Роль стратегічного планування у розвитку туристично-рекреаційного комплексу.
13. Етапи стратегічного планування розвитку туристично-рекреаційного комплексу.
14. Приклади стратегічного планування розвитку туристичних дестинацій в Україні.
15. Роль інтеграції у розвитку туристично-рекреаційного комплексу.
16. Особливості мережевої форми організації туристичного бізнесу.
17. Характеристика стратегічних альянсів у туристичному бізнесі.
18. Сутність маркетингу та його роль у розвитку туристично-рекреаційного комплексу.
19. Маркетингова стратегія туристичної дестинації.
20. Комплекс маркетингових комунікацій туристичної дестинації.
21. Поняття туристичного бренду та його роль у розвитку дестинації.
22. Класифікація туристичних брендів.

23. Приклади туристичного брендингу в Україні
24. Роль карт-систем у розвитку туристичної дестинації.
25. Механізм функціонування карт-системи.
26. Типи карток у туристичній дестинації.
27. Поняття конкурентоспроможності у туризмі
28. Концептуальні засади конкурентоспроможності туристичних дестинацій.
29. Методи оцінки конкурентоспроможності туристично-рекреаційного комплексу.
30. Напрямки підвищення рівня конкурентоспроможності туристично-рекреаційного комплексу.
31. Сутність туристичного кластера.
32. Класифікація туристичних кластерів, стадії їх розвитку.
33. Формування туристичного кластера.
34. Сутність концепції сталого розвитку туризму
35. Принципи сталого розвитку туристичної дестинації.
36. Проблема навантаження туристичної дестинації.
37. Сучасний стан розвитку світового ринку туристичних послуг.
38. Ключові тренди у менеджменті та маркетингові дестинацій.
39. Методи державного регулювання туризму
40. Світова практика державного регулювання туризму
41. Особливості державного регулювання туризму в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму: навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.
2. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.
3. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. 344 с.
4. Головчан А.І. Особливості механізму формування кластерних утворень туристичних дестинацій. Сучасні тенденції економічної теорії і практики: світовий досвід та вітчизняні реалії: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Херсон, 18-19 листопада 2010 р.). Херсон, 2010. С. 124-127.
5. Інститути та інструменти розвитку територій. На шляху до європейських принципів / За ред. С. Максименка. К.: Центр Інституту Схід-Захід, 2001. 244 с.
6. Інформаційні матеріали на сайті Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC). URL: <https://wttc.org/>.

7. Інформаційні матеріали на сайті Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.e-unwto.org/>
8. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. К.: Знання, 2010. 502 с.
9. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
10. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. /Т. М. Афонченкова та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.
11. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник / За ред. І. М. Школи. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.
12. Нестерова К.С. Характеристика сучасних маркетингових інструментів у розвитку туристичної дестинації в умовах глобальної кризи. International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings, Part I, November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing. P. 38 – 40.
13. Нестерова К.С. Інструменти державної підтримки розвитку інтегрованих бізнес-структур у сфері морського туризму в Україні. Приморські регіони: проблеми та траєкторії соціально-економічного розвитку: матеріали V Міжнародної наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. Одеса: МГУ, 2018. С. 54 – 56.
14. Нестерова К.С. Формування організаційно-економічного механізму стійкого розвитку круїзного бізнесу в Україні. Сучасні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні в контексті інтеграції в ЄС: Перша Всеукр. наук.-практ. конф.: тези допов., 22–23 квітня 2015 р. Одеса, 2015. Вип. 1. С. 39–42.
15. Панченко Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон : Олдіплюс, 2013. 342 с.
16. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання п'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.
17. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія / За заг. ред. доктора економічних наук, професора В. Я. Брича, к.е.н., доцента А. М. Тибіня.. Тернопіль: Осадца Ю.В., 2017. 164 с.
18. Пушкар Б.Т. Територіальна організація рекреаційного господарства регіону. / Б.Т. Пушкар, З.М. Пушкар. Тернопіль: «Вектор» 2014. 196 с.
19. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
20. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова. Одеса: ОДЕУ, 2011. 225 с.