

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра туризму та країнонавства

Г.О. Горіна  
О.М. Романуха

## **СВІТОВА ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ**

**Методичні рекомендації для вивчення дисципліни**

**Ступінь: бакалавр**

**Кривий Ріг  
2020**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра туризму та країнознавства

**Г.О. Горіна**  
**О.М. Романуха**

## **СВІТОВА ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ**

**Методичні рекомендації для вивчення дисципліни**

**Ступінь: бакалавр**

Затверджено на засіданні  
кафедри туризму та країнознавства  
Протокол № 4  
від “09” листопада 2020 р.

Схвалено навчально-методичною радою  
ДонНУЕТ  
Протокол № 3  
від “ 24” листопада 2020 р.

**Кривий Ріг**  
**2020**

УДК 338.488.2(072)  
Г 67

**Горіна Г.О.**

**Г 67** Світова індустрія гостинності [Текст] : метод. рек. до вивч. дисц. / Г.О. Горіна, О.М. Романуха; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. Туризму та країнознавства. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. – 50 с.

Методичні рекомендації покликані допомогти здобувачам вищої освіти організувати вивчення дисципліни «Світова індустрія гостинності» завдяки інформації щодо змістових модулів і тем; методів оцінювання і розподілу балів, що отримують студенти упродовж вивчення дисципліни; змісту практичних занять, методичних рекомендацій з організації самостійної роботи студентів; переліку основної та додаткової літератури тощо.

**УДК 338.488.2(072)**

© Горіна Г.О., 2020  
© Донецький національний університет  
економіки і торгівлі імені Михайла  
Туган-Барановського, 2020

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>5</b>
<b>ЧАСТИНА 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ.....</b>	<b>6</b>
<b>ЧАСТИНА 2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ТА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ.....</b>	<b>12</b>
Змістовий модуль 1. Світова індустрія гостинності: сутність та теоретичне підґрунтя .....	13
Змістовий модуль 2. Роль світової індустрії гостинності у світовому господарстві .....	17
<b>ЧАСТИНА 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ.....</b>	<b>31</b>
Змістовий модуль 1. Світова індустрія гостинності: сутність та теоретичне підґрунтя .....	32
Змістовий модуль 2. Роль світової індустрії гостинності у світовому господарстві .....	36

## ВСТУП

Індустрія гостинності охоплює широке коло секторів у складі індустрії послуг, що включає послуги розміщення, послуги харчування, організацію заходів, послуги парків розваг, транспорт, круїзні лінії, подорожі та супутні галузі індустрії туризму. Здійснюючи значний внесок в економіку та створюючи додаткові робочі місця, світова індустрія гостинності динамічно розвивається та відчуває на собі усі глобалізаційні процеси та виклики. У зв'язку з цим, вивчення сучасної теоретичної бази, а також ознайомлення з глобальними тенденціями та особливостями розвитку світової індустрії гостинності набуває актуальності для студентів галузі знань «Сфера обслуговування», а також інших здобувачів вищої освіти, зацікавлених у набутті та поглибленні знань з дисципліни «Світова індустрія гостинності».

Основна мета дисципліни «Світова індустрія гостинності» полягає у поглибленні і розширенні теоретичних знань студентів з питань структури світової індустрії гостинності, а також вмінь та практичних навичок здійснення досліджень її розвитку в умовах глобалізації.

Предмет дисципліни є дослідження ролі світової індустрії гостинності у світовому господарстві.

Завданнями дисципліни є вивчення теоретичних засад гостинності та індустрії гостинності; ознайомлення з багатостороннім та двостороннім міжнародним співробітництвом в індустрії гостинності; дослідження сучасних тенденцій розвитку світової готельної, туристичної, розважальної індустрії, індустрії закладів харчування та пасажирських перевезень.

Особливістю дисципліни є систематичне використання здобувачами вищої освіти міжнародних статистичних баз даних для вирішення практичних задач, а також інформації міжнародних організацій загального та спеціалізованого характеру задля розв'язання ситуаційних завдань та виконання завдання для самооцінювання і настанов з самостійної роботи.

**ЧАСТИНА 1.**  
**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	<b>вибіркова</b>
Семестр (осінній / весняний)	<b>осінній</b>
Кількість кредитів	<b>5</b>
Загальна кількість годин	<b>150</b>
Кількість змістових модулів	<b>1</b>
Лекції, годин	<b>28</b>
Практичні / семінарські, годин	<b>28</b>
Лабораторні, годин	<b>-</b>
Самостійна робота, годин	<b>94</b>
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	<b>4</b>
самостійної роботи студента	<b>6,7</b>
Вид контролю	<b>екзамен</b>

## 2. Програма навчальної дисципліни

**Ціль** – поглиблення і розширення теоретичних знань студентів з питань структури світової індустрії гостинності, а також вмінь та практичних навичок здійснення досліджень її розвитку в умовах глобалізації.

**Завдання:** вивчення теоретичних засад гостинності та індустрії гостинності; ознайомлення з багатостороннім та двостороннім міжнародним співробітництвом в індустрії гостинності; дослідження світової готельної, туристичної, розважальної індустрії та індустрії закладів харчування; опрацювання питань безпеки та сталого розвитку світової індустрії гостинності.

**Предмет:** дослідження ролі світової індустрії гостинності у світовому господарстві.

**Зміст дисципліни розкривається в темах:**

Тема 1. Теоретичні засади гостинності та індустрії гостинності: визначення та структура.

Тема 2. Вектори міжнародного співробітництва в індустрії гостинності.

Тема 3. Світова готельна індустрія: особливості та тенденції розвитку.

Тема 4. Світова індустрія закладів харчування: особливості та тенденції розвитку.

Тема 5. Світова туристична індустрія: особливості та тенденції розвитку.

Тема 6. Світові культурні та креативні індустрії.

Тема 7. Світова індустрія пасажирських перевезень.

### 3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)				
	усього	у тому числі			
		лекц.	пр./сем.	лаб.	СРС
1	2	3	4	5	6
<b>Змістовий модуль 1. Світова індустрія гостинності: сутність та теоретичне підґрунтя</b>					
Тема 1. Теоретичні засади гостинності та індустрії гостинності: визначення та структура	21	4	4	-	13
Тема 2. Вектори міжнародного співробітництва в індустрії гостинності	21	4	4	-	13
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>42</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>26</b>
<b>Змістовий модуль 2. Роль світової індустрії гостинності у світовому господарстві</b>					
Тема 3. Світова готельна індустрія: особливості та тенденції розвитку	21	4	4	-	13
Тема 4. Світова індустрія закладів харчування: особливості та тенденції розвитку	21	4	4	-	13
Тема 5. Світова туристична індустрія: особливості та тенденції розвитку	22	4	4	-	14
Тема 6. Світові культурні та креативні індустрії	22	4	4	-	14
Тема 7. Світова індустрія пасажирських перевезень	22	4	4	-	14
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>108</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>68</b>
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>94</b>



#### 4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№з/п	Вид та тема семінарського заняття	Кількість годин
1	Семінар з виконанням практичних задач Гостинність як соціально-культурне та економічне явище	2
2	Семінар запитань і відповідь Сутність та структура індустрії гостинності	2
3	Семінар з виконанням практичних задач Багатостороннє міжнародне співробітництво в індустрії гостинності	2
4	Семінар запитань і відповідь Двостороннє міжнародне співробітництво в індустрії гостинності	2
5	Семінар з виконанням практичних задач Сутність та специфіка мережевої форми організації міжнародного готельного бізнесу	2
6	Семінар запитань і відповідь Переваги мережевої форми організації міжнародного готельного бізнесу	2
7	Семінар з виконанням практичних задач Роль індустрії харчування у розвитку світової індустрії гостинності	2
8	Семінар запитань і відповідь Міжнародні ресторанны мережі	2
9	Семінар з виконанням практичних задач Тенденції просторової поляризації, дифузії, глобалізації та інтеграції у світовій туристичній індустрії	2
10	Семінар запитань і відповідь Тенденції поширення сталого розвитку, кластеризації та посилення конкурентного суперництва у світовій туристичній індустрії	2
11	Семінар з виконанням практичних задач Поняття креативних та культурних індустрій, їх взаємозв'язок з туризмом	2
12	Семінар запитань і відповідь Світова культурна спадщина UNESCO	2
13	Семінар з виконанням практичних задач Класифікація транспортних засобів світової індустрії пасажирських перевезень	2
14	Семінар запитань і відповідь Роль транспорту у світовій індустрії гостинності	2
<b>Всього</b>		<b>28</b>

## 5. Розподіл балів, які отримують студенти

### А) вид контролю: екзамен

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: впродовж семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

### Оцінювання студентів протягом семестру (очна форма навчання)

№ теми семінарсько го/практичн ого заняття	Аудиторна робота				Позааудиторна робота	Сума балів
	Тестові завдання	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК	Завдання для самостійного виконання	
<b>Змістовий модуль 1</b>						
Тема 1		2			0,5	2,5
Тема 2	2		0,5		0,5	3
Тема 3		2			0,5	2,5
Тема 4	2		0,5		0,5	3
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>17</b>
<b>Змістовий модуль 2</b>						
Тема 5		2			0,5	2,5
Тема 6	2		0,5		0,5	3
Тема 7		2			0,5	2,5
Тема 8	2		0,5		0,5	3
Тема 9		2			0,5	2,5
Тема 10	2		0,5		0,5	3
Тема 11		2			0,5	2,5
Тема 12	2		0,5		0,5	3
Тема 13		2			0,5	2,5
Тема 14	2		0,5			2,5
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>2,5</b>	<b>6</b>	<b>4,5</b>	<b>33</b>
<b>Усього годин</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>3,5</b>	<b>12</b>	<b>6,5</b>	<b>50</b>

**Оцінювання студентів протягом семестру  
(заочна форма навчання)**

Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (екзамен)	Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	50	100
15	20	15		

**Загальне оцінювання результатів вивчення навчальної дисципліни**

Оцінка		
100-бальна шкала	Шкала ECTS	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	

**ЧАСТИНА 2.  
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО  
СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ**

# ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

## СВІТОВА ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: СУТНІСТЬ ТА ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ

### Тема 1. Гостинність як соціально-культурне та економічне явище Семинар з виконанням практичних задач

#### 1. Розв'язання ситуаційних завдань.

#### Кейс 1 - Яке майбутнє індустрії гостинності?

Будучи такою широкою та різноманітною галуззю, індустрія гостинності відчуває на собі багато змін, які відбуваються у різний спосіб. Щоб зрозуміти, як виглядають ці зміни на макрорівні, ми поставили запитання: Яке майбутнє індустрії гостинності?

**Пол Бреслін**, директор Horwath HTL, Атланта:

*Готелі будуть спроектовані з урахуванням конкретних потреб мандрівника з більш індивідуальним персоналізованим обслуговуванням і передбачуваним очікуванням того, що потребує гість.*

*Готелі та їх гості матимуть більш тісний зв'язок з місцевим навколишнім середовищем, забезпечуючи більш глибокий зв'язок з місцевою культурою. Їжа буде більш свіжою, місцевою, більш здоровою, простою, більш органічною та меншими порціями. Буде більше дизайну, орієнтованого на гостей, вестибюль буде постійно мінливим, креативним, новаторським.*

*Готелі будуть думати інакше, стануть більш здоровими і принесуть негайне задоволення. Готелі стануть для гостя враженням, яке торкнеться всіх почуттів.*

**Серхіо Баррос**, директор з продажів у Tenerife Tourism:

*Індустрія гостинності через 10-15 років буде виглядати суттєво інакше, ніж ми знаємо сьогодні. Готелі повинні бути ще більш високотехнологічними, щоб прийняти ділових людей.*

*Оскільки мілінеали будуть обіймати вищі посади, вони будуть шукати умови, які дозволять їм поєднувати бізнес та задоволення.*

*Готельєрам доведеться забезпечити доступ до необмеженого безкоштовного високошвидкісного Інтернету, наявність інтуїтивно-досвідченого консьєржа, який надаватиме ділові послуги, а також рекомендації щодо найпопулярніших та наймодніших місць у своєму місті.*

*Мандрівникам потрібно буде оптимізувати свій час, і вони очікуватимуть розгалуженої інформаційно-розважальної системи з оновленими до хвилини погодою, новинами та програмами туристичних та екскурсійних послуг в їх номері.*

**Скотт Калвей**, засновник і власник пабу Ruins:

*«Бізнес-модель на основі платформи перевернула цілі галузі за рахунок більш ефективного використання активів. Що це означає? Подумайте про найбільшу в світі компанію таксі, Uber. У них немає жодного таксі у власності, але вони - найбільша компанія таксі. Найбільший готель? Це буде Airbnb.*

*Ви більше не будете займатися маркетингом самостійно, ви будете намагатися переконати своїх клієнтів / співробітників робити це за вас через соціальні мережі. Загальні кухні, громадські кухні і вантажні автомобілі з їжею нададуть за запитом кухонне обладнання для зниження постійних витрат. Стартати будуть більш регулярними зі зменшенням стартових витрат. Відходи будуть скорочені за допомогою платформ, які використовують відходи між підприємствами.*

*Галузь в цілому стане більш рухомий. Зміни стануть постійними, і єдиною вірогідністю буде невизначеність. Щоб залишатися попереду, вам потрібно постійно працювати розумніше. Нове майбутнє – це прагнення випереджати технології.*

**Девід Джекобі**, співзасновник компанії Hostfully:

*Тенденція продовжує рухатись до більш особистого та місцевого досвіду подорожей. Ось одна з причин, чому кількість апартаментів для оренди значно зростає: мандрівники живуть у місцевому районі, а не в центрі міста, вони отримують унікальні рекомендації від господаря та можуть навіть поїхати на місцевий фермерський ринок та приготувати їжу на своїй кухні. Завдання для всіх помешкань полягає у забезпеченні справжнього досвіду. Airbnb активно використовує це завдяки своїй прямій кампанії та новим пропозиціям досвіду. Готелі повинні встигати.*

*Джерело: What's the Future of Hospitality? URL: <https://www.futureofeverything.io/ask-thought-leaders-whats-future-hospitality/>*

#### **Запитання та завдання:**

1. Використовуючи інформацію надану у кейсі підсумуйте основні майбутні тренди індустрії гостинності, зазначені професіоналами.
2. З якими викликами, на вашу думку, зіштовхнеться світова індустрія гостинності у майбутньому?
3. Оцініть перспективи поновлення світової індустрії гостинності після втрат спричинених спалахом COVID-19?

## **Тема 2. Сутність та структура індустрії гостинності Семінар – запитань і відповідей**

*1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самостійного вивчення:*

1. Гостинність як соціально-культурне та економічне явище.
2. Сутність та структура індустрії гостинності.
3. Особливості історичного розвитку світової індустрії гостинності.
  - 3.1. Розвиток індустрії гостинності в Європі.
  - 3.2. Розвиток американської індустрії гостинності.
  - 3.3. Розвиток індустрії гостинності в Україні.

*2. Індивідуальне тестування.*

## **Тема 3. Багатостороннє міжнародне співробітництво в сфері туризму Семінар з виконанням практичних задач**

## 1. Розв'язання ситуаційних завдань.

### **Кейс 1 – Глобальний інвестиційний форум туризму Всесвітньої туристичної організації в Африці**

Секретаріат Всесвітньої туристичної організації має честь повідомити своїх держав-членів, що глобальний інвестиційний форум UNWTO по туризму в Африці буде проходити в Абіджані, Кот-д'Івуар з 20 по 22 лютого 2020 р.

Примітка: відповідно до політики системи Організації Об'єднаних Націй в області охорони навколишнього середовища робочі документи не будуть поширюватися на паперових носіях в місці проведення заходу. Тому просимо делегатів приносити з собою копії документів.

#### **Попередня програма форуму**

- Офіційне відкриття Форуму Верховним представником Республіки Кот-д'Івуар
- Презентація стратегії розвитку туризму Кот-Д'Івуара «SUBLIME COTE D'IVOIRE»
- Презентація інвестиційної стратегії UNWTO

#### Перша панель: Інвестиції в Африку

Метою цієї панелі є підвищення обізнаності про проекти, пов'язані з туризмом, а також обмін передовим досвідом та тематичними дослідженнями по темі прямих іноземних інвестицій. У цьому контексті учасники дискусії обговорять ділове середовище в Африці і розглянуть заходи, адаптовані до урядів, для залучення і заохочення інвесторів в туристичний сектор Африки. Це також дасть можливість представити моделі успішних механізмів фінансування в цьому секторі в Африці і в інших країнах світу, а учасники дискусії нададуть інформацію про інновації в туризмі та про те, що може знадобитися для інвестування як в матеріальну, так і в цифрову інфраструктуру.

- Тематичні дослідження ділового середовища - презентації країн та обмін найкращими практиками

#### Друга панель: Розвиток туристичного сектору

2019 рік став знаковим для африканського туризму: вперше число туристів, які прибули на континент, досягло позначки в 70 мільйонів. Панель скористається цим імпульсом, звернувши увагу на еволюцію африканського туристичного сектора за останнє десятиліття. Зокрема, круглий стіл буде присвячений основним напрямкам і політиці на континенті, а також стратегії і моделі розвитку туристичної пропозиції в континентальному масштабі. Крім того, панель розгляне еволюцію стратегій маркетингу і просування з метою охоплення туристичного попиту на генеруючих ринках з урахуванням ключових ролей, які готельні і авіаційні філії також грають в цьому секторі.

- Сесія презентацій проектів
- Презентація соціальної програми, яку пропонує Міністерство туризму та дозвілля Республіки Кот-д'Івуар

*Джерело: UNWTO global tourism investment forum in Africa. URL: <https://www.unwto.org/first-unwto-forum-on-investing-in-africas-tourism>*

#### **Запитання та завдання:**

1. Яка форма міжнародного співробітництва в сфері туризму описана у кейсі? Яка міжнародна організація задіяна в організації Глобального інвестиційного форуму туризму в Африці?

2. На які конкретні заходи у рамках міжнародного співробітництва в сфері туризму спрямована діяльність Глобального інвестиційного форуму туризму в Африці?

3. Які, на Вашу думку, країни Африки мають туристичний потенціал та сприятливий інвестиційний клімат для залучення іноземних інвестицій у туристичну галузь?

4. Використовуючи данні офіційної статистики UNWTO проаналізуйте туристичні потоки до країн Африки за останнє десятиліття. Обґрунтуйте причини активізації туристичного попиту на цю дестинацію на світовому ринку туристичних послуг.

## **Кейс 2 – IV глобальна конференція UNWTO з винного туризму (4-6 грудня 2019 року, Валле-де-Кольчагуа, Чилі)**

Після успіху попередніх 3-х Всесвітніх конференцій UNWTO з питань винного туризму, 4–6 грудня у Валле-де-Кольчагуа, Чилі, має місце четверта Глобальна конференція UNWTO з питань винного туризму, організована у співпраці з урядом Чилі.

Чилійська долина Колчагуа – історичний сільськогосподарський регіон, розташований приблизно в 100 милях на південь від столиці Сантьяго, що починається біля підніжжя Андських гір і доходить на захід до Тихого океану. Різноманітність ґрунту і мікроклімат долини ідеально підходять для різноманітних сортів винограду. Завдяки безлічі найзнаменитіших вин Чилі, бажаний терруар регіону в поєднанні з постійним цілеспрямованим маркетингом успішно вивели долину Колчагуа на міжнародний рівень. Що стосується інновацій, незалежні винороби по всій Чилі продовжують оскаржувати норми більш традиційного виноробства, починаючи від створення нових сумішей і воскресіння старого винограду до впровадження методів сухого і органічного біодинамічного землеробства.

Цьогорічна конференція підпадає під тему «Створення інноваційного досвіду» та має на меті вивчення питань, пов'язаних з досвідом розвитку винного туризму, великими масивами даних у винному туризмі та створенням спільного досвіду учасників конференції. Відповідно до цього Конференція ставить перед своїми учасниками завдання подальшого вивчення цих тем, а також надання технічної допомоги і нарощування потенціалу в досягненні цілей в області сталого розвитку.

Конференція включатиме в себе семінари-практикуми по чотирьом різним темам, які дадуть учасникам можливість додатково вивчити питання, порушені на сесіях, а також обмінятися ідеями в інтерактивному режимі, що, в свою чергу, стане частиною висновків конференції. Захід відкриється майстер-класом про те, як розробити конкурентоспроможні і стійкі напрямки винного туризму, і завершиться семінаром «Досвід винного туризму: виноградники Кольчагуа».

*Джерело: 4th UNWTO Global conference on wine tourism (4-6 december 2019, Valle De Colchagua, Chile). URL: <https://www.unwto.org/4th-unwto-global-conference-wine-tourism>*

### **Запитання та завдання:**

1. Яка форма міжнародного співробітництва в сфері туризму описана у кейсі? Яка міжнародна організація задіяна в організації IV Глобальної конференції з винного туризму (4-6 грудня 2019 року, Валле-де-Кольчагуа, Чилі)?

2. На які конкретні заходи у рамках міжнародного співробітництва в сфері туризму спрямовано проведення IV Глобальної конференції з винного туризму (4-6 грудня 2019 року, Валле-де-Кольчагуа, Чилі)?

3. Які, на Вашу думку, країни світу (уряди країн) зацікавлені у міжнародному співробітництві в межах Глобальної конференції з винного туризму?



## **Тема 4. Двостороннє міжнародне співробітництво в сфері туризму**

### **Семінар – запитань і відповідей**

*1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самостійного вивчення:*

1. Багатостороннє міжнародне співробітництво в індустрії гостинності.
  - 1.1. Міжнародна асоціація готелів і ресторанів.
  - 1.2. Міжнародна асоціація гостинності.
  - 1.3. Міжнародна асоціація продажів та маркетингу в індустрії гостинності.
  - 1.4. Всесвітня туристична організація.
  - 1.5. Всесвітня рада з туризму та подорожей.
  - 1.6. Міжнародні регіональні організації в сфері туризму та подорожей.
- 2.2. Двостороннє міжнародне співробітництво в індустрії гостинності.
- 2.3. Міжнародне співробітництво України в галузі туризму.

*2. Індивідуальне тестування.*

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.**

### **РОЛЬ СВІТОВОЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

## **Тема 5. Сутність та специфіка мережевої форми організації міжнародного готельного бізнесу**

### **Семінар з виконанням практичних задач**

*1. Розв'язання ситуаційних завдань.*

#### **Кейс 1 - Готельний інтерес: Хто до нас йде?**

*Marriott, Radisson Hotel Group, AccorHotels та інші глобальні мережі, які планують розширити свою присутність в Україні.*

Нещодавно мережа Marriott International Inc заявила про свої плани відкрити понад 1700 готелів по всьому світу до 2021 року. Офіційної заяви щодо повторного виходу на український ринок поки що не було: керівництво компанії поки що розмірковує над тим аби збільшити свою присутність на локальному ринку.

Як повідомила голова підкомітету Верховної Ради з питань туризму, курортів та рекреації Анна Романова на своїй сторінці в мережі Facebook, нещодавно вона зустрічалася з представниками найбільшої мережі готелів у світі Marriott International, які прилітали до України. “Обговорили питання відкриття в Україні. Інвесторам поки не зрозуміло, чи потрібен нашій владі туризм. Бо конкретної стратегії розвитку, стабільності немає, сприятливих податкових умов для готелів теж”, – додала вона.

Щодо більш конкретних дій світового бренду розповіла генеральний директор Vertex Hotel Group Ірина Сідлецька. “Відомо про відновлення робіт щодо проекту Sheraton Stadion у Києві. Це збільшить кількість готелів в Україні у портфоліо Marriott та їх брендову присутність, враховуючи нещодавнє відкриття Aloft Kyiv”, – сказала вона в ексклюзивному коментарі Investory News.

Нагадаємо, ще у 2011 стало відомо про те, що Starwood Hotels & Resorts Worldwide (пізніше стала частиною мережі Marriott) планувала побудувати готель Sheraton в центрі столиці (поряд з НСК “Олімпійський”). Відкриття планувалось у 2012 році напередодні Євро-2012. Однак, так і не судилось.

Мережа Marriott International Inc в Україні представлена двома готелями: у 2018 році в столиці відкрився Aloft Kyiv та 11 Mirrors (працює з 2012 року), який частково входить в мережу Marriott.

Також стало відомо, що ще одна глобальна мережа Radisson Hotel Group, яка вже представлена в Україні, планує розширити свою присутність у нашій країні. “Radisson активно шукає девелоперів для свого бренду Park Inn, який вони вважають одним з найбільш цікавих для ринку, за рахунок комбінації ціна-якість сегменту economy midscale”, – розповіла Investory News Ірина Сідлецька.

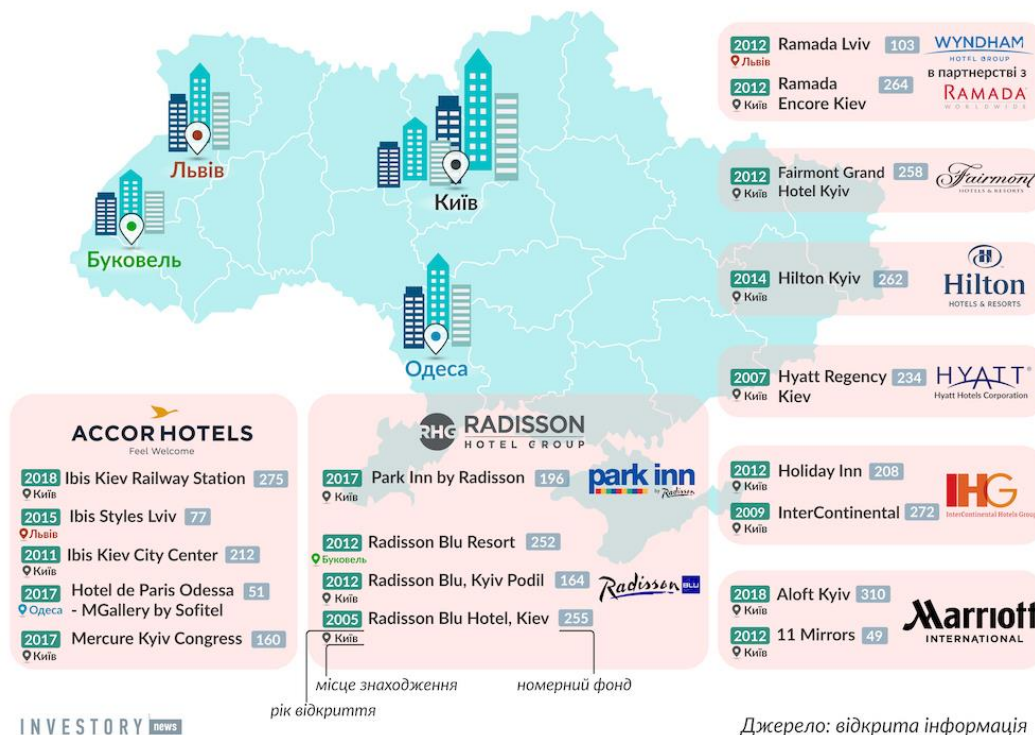
Radisson Hotel Group планує розширитися і в регіонах. “Серед майбутніх об’єктів у мережі є плани будівництва готелю Radisson Blu в Одесі”, – повідомили в консалтинговій компанії CBRE Ukraine.

Високу активність у перемовинах з інвесторами в готельну нерухомість проявляє і готельний оператор AccorHotels. За інформацією CBRE Ukraine, два об’єкти цієї мережі — готель Ibis (150 номерів) та Adagio City Aparthotel (100 номерів) вже будуються і заплановані до відкриття у 2020-2021 роках.

02 квітня 2019

Олена Щербань

### Хто є хто: глобальні готельні мережі, що представлені в Україні



Джерело: Investory news. URL: <https://investory.news/gotelnij-interes-xto-do-nas-jde/>

### Запитання та завдання:

1. Які позиції світового рейтингу займають міжнародні готельні мережі та готельні компанії зазначені у кейсі?
2. Оцініть перспективи присутності міжнародних готельних мереж на туристичному ринку України. Обґрунтуйте свою відповідь.
3. Визначте фактори зовнішнього середовища, які мають негативний та позитивний вплив на функціонування міжнародних готельних мереж в Україні.

### Кейс 2

## **Accor Hotels Group відмовиться від одноразового пластику до 2022 р.**

Одна з найбільших готельних мереж у світі, яка включає такі відомі бренди як Ibis, Fairmont, Mercure, Sofitel, вилучить із користування пластикові туалетні приналежності, одноразові пляшки та упаковку до кінця року, а також всі предмети з одноразового пластику до 2022 року.

Такий крок є частиною зобов'язань групи, щоб приєднатися до Міжнародної ініціативи з питань використання пластику в туризмі, яку очолює Програма ООН з навколишнього середовища UNEP, та Всесвітня туристична організація UNWTO у співпраці з Ellen MacArthur Foundation.

Компанія Accor, яка налічує понад 5000 готелів у 110-тих країнах світу таким чином зможе вилучити понад 200 мільйонів пластикових виробів, які використовуються у готелях щороку.

За даними Accor, 94% готелів мережі вже відмовились від одноразових соломинок, серветок і ватних паличок.

89% готелів Ibis вже використовують багаторазові ємності для туалетних приналежностей, тоді як у Fairmont встановлюються крани з фільтрованою водою у номерах, щоб усунути потребу у пластикових пляшках.

Компанія планує заборонити використання всього одноразового пластику у номерах, зонах відпочинку, ресторанах та зонах для дозвілля (спа, фітнес-центри тощо) до 2022 року.

Для кожного предмета будуть запропоновані відповідні альтернативи пластику, враховуючи оцінку їх життєвого циклу для забезпечення кращих екологічних показників.

“Ми усвідомлюємо свій значний вплив на планету та відповідаємо за створення відчутих переваг для наших працівників, гостей, постачальників і партнерів. Нашим орієнтиром є обізнаність людей, які прагнуть бути свідомими громадянами” - сказав Себастьян Базін, CEO компанії Accor.

*Джерело: Rethink. URL: <https://rethink.com.ua/uk/news-and-events/ekologichni-problemi/accor-hotels-group-vidmovitsya-vid-odnorazovogo-plastiku-do-2022-roku>*

## **Міжнародна мережа готелів відмовиться від одноразових шампунів**

Представник британської компанії InterContinental Hotels Group (IHG) заявив про відмову від мініатюрних флаконів шампунів, кондиціонерів і гелів для душу в більш ніж 5 тис. точок по всьому світу з метою скоротити кількість пластикових відходів.

Щорічно компанія використовує близько 200 млн засобів гігієни в міні-упаковці, що еквівалентно приблизно 1 тисячі тонн пластика.

Компанія IHG, під управлінням якої знаходяться готелі Holiday Inn, Crowne Plaza і InterContinental, застосовуватиме повнорозмірні дозатори, багаторазові флакони та керамічні контейнери. Третина готелів групи, серед яких готелі Holiday Inn Express в Північній і Південній Америці, Kimpton в Лондоні, курортний готель Six Senses і більш нові бренди Voco, Even і Avid, вже успішно перейшли на засоби особистої гігієни в диспенсерах і багаторазових флаконах.

Незважаючи на популярність мініатюрної упаковки, зростаюча стурбованість про пластикові відходи підштовхнула готельний бізнес відмовитися від неї. Одноразові косметичні засоби списали в 1,5 тисячі готелів мережі Marriott. У багатьох готелях економ-класу їх ніколи не пропонували.

Кіт Барр, виконавчий директор IHG, зазначив, що бізнес повинен робити більше заходів для захисту навколишнього середовища, щоб заповнити відсутність дій держави. Барр додав,

що «п'ять років тому це робили для галочки. Сьогодні – це зустрічі, на яких ми детально обговорюємо, що робимо з нашим вуглецевим слідом».

У IHG взяли на себе зобов'язання скоротити викиди вуглекислого газу на кожен готельний номер на 6 % до 2020 року. Представники бренду Six Senses сказали, що до 2022 року мережа курортних готелів стане вільна від пластику у всьому ланцюжку поставок.

У минулому році в компанії сказали, що планують відмовитися від використання пластикових соломинок в своїх готелях до кінця 2019 року. Барр заявив, що «наступна важливе завдання» — це відмова від пластикових тарілок і столових приладів, які все ще використовують при сервіровці столу на сніданках. Крім того, IHG співпрацює з компанією в сфері штучного інтелекту Winnow для пілотного моніторингу відходів після сніданку в деяких готелях.

*Джерело: ECOBUSINESS. URL: <https://ecolog-ua.com/news/mizhnarodna-merezha-goteliv-vidmoytsya-vid-odnorazovyh-shampuniv>*

#### **Запитання та завдання:**

1. Досягненню яких Цілей сталого розвитку сприяє відмова міжнародних готельних мереж та компаній від одноразового пластику?
2. Досягнення якого принципу Глобального етичного кодексу туризму забезпечується відмовою міжнародних готельних мереж та компаній від одноразового пластику?
3. Наведіть приклади національних готельних мереж в Україні, які опікуються проблемами збереження екології.

### **Тема 6. Переваги мережевої форми організації міжнародного готельного бізнесу Семінар – запитань і відповідей**

*1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самостійного вивчення:*

1. Сутність та специфіка мережевої форми організації міжнародного готельного бізнесу.
2. Передумови виникнення міжнародних готельних мереж.
3. Переваги мережевої форми організації міжнародного готельного бізнесу.
4. Класифікація факторів зовнішнього середовища, які впливають на розвиток міжнародних готельних мереж.
5. Різновиди взаємин між власником готелю (групою готелів) і управлінською ланкою готелю (готельним оператором).

*2. Індивідуальне тестування.*

### **Тема 7. Роль індустрії харчування у розвитку світової індустрії гостинності Семінар з виконанням практичних задач**

*1. Розв'язання ситуаційних завдань.*

#### **Кейс 1 - Зірка Мішлен чи ковпак Го-Мійо?**

Мабуть, кожен шеф-кухар мріє про заповітну винагороду Мішлен або іншого міжнародного рейтингу закладів. Адже це свідчить про визнання майстерності, креативності шефа, високий рівень закладу. Крім того, це означитиме більше інтересу відвідувачів до ресторану.

Є багато міжнародних рейтингів, та поки Україна не представлена в жодному з них. Ми розповімо про найголовніші з них і дізнаємося у відомих українських шеф-кухарів, що треба зробити, аби Україна увійшла в списки.

### Гід Мішлен

Що спільного у відомого концерну-виробника шин і найпопулярнішого рейтингу ресторанів? Вони не просто тезки – це один і той самий Мішлен. Все починалося з того, що компанія створила гід для мандрівників на авто, який включав не лише ресторани, а й парки, готелі, пам'ятники. Згодом цей гід став популярним серед власників ресторанів і шеф-кухарів, і тепер ним користуються майже всі гурмани.

**Олексій Повторейко**, шеф-кухар Whisky Corner:

*Мішлен в Україні – це питання не лише до кулінарів, а до всієї країни. Якщо буде менше корупції, більше інфраструктури і хороших доріг, то Мішлен зайде в Україну. Крім того, нас не було в рейтингах, тому що у нас не було кулінарної культури – вона лише зараз зароджується і розвивається. І наші кухарі мають показувати себе у світі: відвідувати міжнародні виставки, ресторани високого рівня.*

**Юрій Ковриженко**, шеф-кухар, амбасадор української кухні на міжнародних конгресах і самітах:

*Мішлен – це гід, який видають для кожної країни окремо, а іноді декількох країн. Ці гідди, як дочірні компанії, підпорядковуються центральному офісу компанії Мішлен у Франції. Тому до поки не створять гід для України чи не об'єднають з вже існуючим гідом Польщі чи Чехії, як наприклад гід Іспанія/Португалія, Україна не зможе бути включена до цього світового рейтингу. Навіть незважаючи на велику кількість дуже гарних закладів та талановитих шефів.*

### Гастрогід Gault & Millau (Го-Мійо)

Один із основних конкурентів Мішлен, створений у Франції 1965 року. Gault & Millau названо на честь засновників – журналістів і ресторанних критиків Анрі Го и Кристиана Мійо. Він мав на меті оцінювати ресторани за більш сучасним підходом, ніж консервативний, на їхню думку, Мішлен. У нього зовсім інша структура, ніж у Мішлена, і суто кулінарний підхід.

Зараз Gault & Millau оцінює ресторани в більш ніж 15 країнах, і планує охопити ще 12 країн. Якщо Мішлен виставляє ресторанам зірочки, то цей рейтинг нагороджує балами-ковпаками: 5 ковпаків – виняткова кухня, 4 ковпаки – надзвичайна кухня, 3 ковпаки – чудова кухня, 2 ковпаки – авторська кухня, 1 ковпак – хороша кухня.

**Андрій Дромов**, шеф-кухар Budapest:

*Чому України немає в цих рейтингах? Напевно, тому що ми не так давно почали працювати над новою українською кухнею і локальним продуктом. Адже ще буквально 10 років тому багато старилися вивчити досконально італійську, французьку, японську кухні, але аж ніяк не свою – українську. Ту, яка і по крові ближча, і за логікою зрозуміліша. Та й з іншого боку, якщо приїжджають гідди з інших країн або просто туристи, наприклад, італійці,*

*чим їх дивувати? Піцою італійської? Кожен з них може це спробувати у себе в країні. Їм має бути цікаво спробувати місцеву, локальну кухню. Мабуть, нам просто потрібен час, щоб вийти на вищий рівень національної кухні і потрапити в рейтинги.*

**Віктор Тітов**, бренд-шеф мережі ресторанів, засновник Ukrainian South Chef Association та Кубку України з Кулінарії «Південна Пальміра»:

*Я впевнений, що найближчим часом Україна увійде до міжнародних рейтингів. На даний момент у нас в країні дуже мало представлена національна кухня, і тому ці гіді не цікавляться нашою кулінарією. Щоб змінити цю ситуацію, нам просто потрібно більше любити свою країну, культуру, їжу. Я люблю італійську, французьку, німецьку, азіатську кухні, але найсмачніша, це своя рідна українська кухня. Те, що ми їли з дитинства. Треба поважати свої продукти, свою історію. І тоді матимемо усі шанси потрапити до міжнародних рейтингів. З кожним роком ми все ближче до цього.*

### **Рейтинг The World's 50 Best Restaurants**

Британці вирішили не поступатися французам і створили власний рейтинг «антимішлен». Він оцінює заклади лише за смаком страв. Тож будь-який ресторан може потрапити в список, і неважливо, який в нього інтер'єр, історія і місце розташування.

Рейтинг було створено у Великобританії 2002 року в журналі Restaurants, аби підвищити інтерес до самого журналу. Перший рейтинг створила сама редакція, опитавши друзів і знайомих у різних країнах і на різних континентах. Нині ж оцінки виставляє «академія», яка складається з 1040 членів і оцінює 26 регіонів. Хто ці експерти? Це шефи та ресторатори, фуд-журналісти й письменники, мандрівники. Щороку чверть експертів оновлюється – це також обов'язкова умова організаторів.

Попри те, що рейтинг націлений лише на оцінку страв, він має і багато окремих номінацій: Новий підхід, шеф-пекар, жінка-шеф, самобутній ресторан, континентальний ресторан, наприклад, «найкращий ресторан в Латинській Америці».

**Сергій Байсаревич**, шеф-кухар ресторану Sparks, бренд-шеф ресторану «Барви», викладач Кулінарної Академії:

*Щоб Україна потрапила в міжнародні ресторани рейтинги потрібно працювати в кількох напрямках. Брати участь в міжнародних семінарах і майстер-класах, комунікувати. І важливо там переймати НЕ рецепти, як це роблять новачки, а технології приготування страв – що більше технологій знає кухар, то краще він росте як профі. І головне, не боятися експериментувати.*

*Також слід контролювати якість постачальників – у нас продукти хорошої якості, утім їй бракує стабільності. Щоб постачальники могли гарантувати однакову якість продукту, а кухарі – стабільний смак страви. І найголовніше – розвивати українську кухню. Міжнародні рейтинги і той самий Мішлен оцінюють заклади за страви на національній основі. Звісно, у будь-якого кухаря з мішленівською зіркою ви не знайдете в меню традиційної національної кухні, але в кожній страві буде національний почерк.*

*Джерело: Зірка Мішлен чи ковпак Го-Мійо? URL: <https://blog.metro.ua/zirka-mishlen-chy-kovpak-go-mijo/>*

### **Запитання та завдання:**

1. Оцініть перспективи України щодо входження у світові ресторани рейтинги. Обґрунтуйте свою відповідь.
2. Дослідивши ресторанный ринок України, назвіть ресторани, які мають найбільші шанси потрапити до світових рестораних рейтингів. У чому їх особливість та унікальність?
3. Визначте основні стримуючі фактори входження національних ресторанів до світових рестораних рейтингів. Обґрунтуйте свою відповідь.

## **Тема 8. Міжнародні ресторани мережі Семінар – запитань і відповідей**

*1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самостійного вивчення:*

1. Світовий ресторанный рейтинг «Зірки Мішлен».
2. Мережева форма організації міжнародного ресторанного бізнесу.
3. Переваги ведення ресторанного бізнесу на умовах франшизи для франчайзі.
4. Переваги ведення ресторанного бізнесу на умовах франшизи для франчайзера.
5. Рейтинг брендів міжнародних рестораних мереж за показником вартості.
3. Рейтинг 50-ти найкращих ресторанів світу.

*2. Індивідуальне тестування.*

## **Тема 9. Тенденції просторової поляризації, дифузії, глобалізації та інтеграції у світовій туристичній індустрії Семінар з виконанням практичних задач**

*1. Розв'язання ситуаційних завдань.*

### **Кейс 1**

Конференція «Туризм і енергія майбутнього: скорочення викидів CO<sub>2</sub>» збрала разом лідерів галузі і політиків, які з'їхалися в Астану, столицю Казахстану, з тим щоб обговорити внесок туристського сектора в скорочення вуглецевих викидів в атмосферу.

Цей захід проводився в рамках Міжнародного року сталого туризму в інтересах розвитку 2017. Конференція, спрямована на зміцнення готовності туристського сектора вживати заходи для вирішення глобальної проблеми зміни клімату, стимулювала дискусію між основними зацікавленими сторонами, послужила приводом для розгляду нових можливостей і новаторських рішень щодо енергії майбутнього в глобальному туристичному секторі, а також внесла свій внесок у сприяння низьковуглецевому зростанню.

Генеральний секретар ЮНВТО Таліб Ріфаї сказав: «Туризм, який в наші дні є одним з найбільш швидко зростаючих секторів економіки, забезпечує 10% світового ВВП, 7% глобального експорту та кожне десяте робоче місце. Однак зростання йде рука об руку з відповідальністю, адже наші зусилля спрямовані на забезпечення кращого майбутнього, миру і процвітання для нашої планети і її людей. Нам необхідно перейти до по-справжньому «зеленої» економіки в туризмі, в рамках якої зростання не тягне за собою руйнівного впливу на навколишнє середовище або культуру».

За оцінками, туризм відповідає за 5% світових викидів CO<sub>2</sub>, 40% яких припадають на повітряний транспорт і 20% - на готелі та інші об'єкти проживання. Решта 40% пов'язані з



іншими транспортними сегментами (круїзними судами, автомобільним, залізничним транспортом тощо) і розважальними послугами для туристів. Перехід на екологічні і низьковуглецеві технології життєво необхідний для підвищення стійкості та конкурентоспроможності сектора. Це вимагає перспективного бачення, інновацій, раціонального планування і моніторингу з боку всіх учасників.

Для того, щоб туризм міг розвиватися відповідно до принципів низьковуглецевого зростання, необхідно повномасштабна участь кластерів розміщення і транспорту. Вирішення цього завдання включає в себе використання інноваційної енергії і джерел, таких як поновлювана первинна енергія, транспортні перевезення до турцентрів і всередині них, а також зміна поведінки споживачів.

*Джерело:* Всемирная конференция «Туризм и энергия будущего: сокращение выбросов CO<sub>2</sub>» [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419517>

#### **Запитання та завдання:**

1. Розкрийте сутність поняття «зелена» економіки в туризмі.
2. Які заходи з боку держави необхідно здійснити для заохочення або примушення суб'єктів ринку туристичних послуг використовувати екологічні і низьковуглецеві технології?
3. Застосування яких технологій у туристичній галузі доцільно поширювати задля дотримання принципів низьковуглецевого зростання?
4. Визначте роль туризму у в досягненні 17 цілей сталого розвитку.
5. Охарактеризуйте роль UNWTO у поширенні стійкого розвитку туризму у світі.

#### **Кейс 2 - Стратегії розвитку стійкого круїзного туризму: рішення проблем в розробці маршрутів в Південно-Східній Азії.**

Експоненціальне зростання круїзного туризму в Азії, і особливо в Південно-Східній Азії, є, як великою можливістю, так і незаперечним завданням, націленим на здійснення планування і розвитку круїзного туризму виключно стійким і відповідальним чином. Дійсно, круїзний туризм, який як і раніше є новим сегментом в Азії, має величезний потенціал, що сприяє соціально-економічному прогресу в регіоні, одночасно сприяючи регіональній інтеграції, оскільки багато маршрутів включають порти в різних країнах. Проте, контроль попиту на туризм і пом'якшення його наслідків буде проблемою 21-го століття.

Круїзний туризм характеризується переміщенням великої кількості людей в концентровані туристичні дестинації на короткі періоди, таким чином, збільшуючи і концентруючи вплив, який може негативно вплинути на навколишнє середовище і приймаючу спільноту.

Розвиток круїзів може привести до втрати дорогоцінного біорізноманіття та руйнування культурної спадщини, якщо розвиток інфраструктури і круїзних маршрутів не буде супроводжуватися моніторингом і оцінкою екологічних і культурних ресурсів і їх уразливістю. Вплив, проблеми і наслідки розвитку круїзного туризму відображають загальні проблеми нашої планети в екологічному плані.

В Південно-Східній Азії спостерігається швидке зростання попиту, головним чином, через зростання на азійських ринках сировини, який перевершив попередні прогнози. Оскільки очікувані туристичні прибуття будуть тільки зростати, дестинації в Південно-Східній Азії будуть щосили намагатися впоратися з потоками відвідувачів навіть до того, як почнуть прибувати круїзні лайнери.

У звіті UNWTO «Стратегії розвитку стійкого круїзного туризму. Рішення проблем в розробці маршрутів в Південно-Східній Азії» міститься заклик до дії на критично важливому етапі розвитку Південно-Східної Азії, і він спрямований на розширення поінформованості про



сталий розвиток круїзного туризму, активізацію співробітництва у всьому регіоні і стимулювання стратегічного впровадження кращих практик та інновацій.

Щоб забезпечити максимальну вигоду круїзного туризму і ефективно мінімізувати його вплив, в звіті представлено вісім стратегій розвитку стійкого круїзного туризму в Південно-Східній Азії.

*Стратегія 1:* Підхід до розвитку регіонального круїзного туризму шляхом зосередження зусиль на контролі попиту, а не на його стимулюванні.

*Стратегія 2:* Оцінка потреб у сталому розвитку по всьому ланцюжку створення вартості і досвіду відвідувачів.

*Стратегія 3:* Кількісна оцінка вартості збереження природної і культурної спадщини для круїзного туризму.

*Стратегія 4:* Оптимізація вартості природної і культурної спадщини дестинації за допомогою відповідних моделей ціноутворення.

*Стратегія 5:* Позичування відповідального туризму в якості інноваційної основи просування круїзного туризму в регіоні.

*Стратегія 6:* Стимулювання інновації та регіонального інтересу до поліпшення сталого туризму.

*Стратегія 7:* Інтегрування компонентів сталого круїзного туризму в збір даних, моніторинг та вимірювання ефективності туристичної діяльності.

*Стратегія 8:* Створення регіональної мережі для співпраці в стійкому круїзному туризмі.

*Джерело:* Sustainable Cruise Tourism Development Strategies – Tackling the Challenges in Itinerary Design in South-East Asia. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417292>

#### **Запитання та завдання:**

1. Яким чином прискорений розвиток круїзного туризму в Південно-Східній Азії може вплинути на навколишнє середовище і приймаючу спільноту?
2. Якими факторами спричинено швидке зростання попиту на послуги круїзного туризму у країнах Південно-Східній Азії?
3. Які, на Вашу думку, цілі та завдання Цілей сталого розвитку повинні бути враховані та дотримані при формуванні стратегії розвитку круїзного туризму в Південно-Східній Азії?
4. Які, на Вашу думку, із запропонованих UNWTO стратегій розвитку стійкого круїзного туризму в Південно-Східній Азії забезпечать максимальну вигоду круїзного туризму і ефективно мінімізують його негативний вплив на зовнішнє середовище.

### **Тема 10. Тенденції поширення сталого розвитку, кластеризації та посилення конкурентного суперництва у світовій туристичній індустрії Семінар – запитань і відповідей**

*1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самостійного вивчення:*

1. Просторова поляризація світової туристичної індустрії.
2. Дифузія, глобалізація туристичної індустрії та інтеграція ринків туристичних послуг.
3. Поширення сталого розвитку туризму.
4. Процеси кластеризації у світовій туристичній індустрії.
5. Посилення конкурентного суперництва у світовій туристичній індустрії.

*2. Індивідуальне тестування.*

## Тема 11. Поняття креативних та культурних індустрій, їх взаємозв'язок з туризмом Семінар з виконанням практичних задач

### 1. Розв'язання ситуаційних завдань.

#### Кейс 1 - Рекомендації по стійкому розвитку туризму корінних народів

Корінні народи характеризуються одними з найбагатших, унікальних і різноманітних культурних проявів людства, які розвивалися протягом тисячоліть на нашій планеті і духовно пов'язані з традиційними землями корінних народів. Ці прояви є явним фактором тяжіння для потенційних туристів, які хочуть познайомитися з культурною спадщиною корінних народів в фізичному, інтелектуальному і емоційному плані.

Будучи одним з найбільш процвітаючих видів економічної діяльності в ХХІ столітті, туризм має всі можливості для того, щоб допомогти корінним народам в поліпшенні їх життєвого рівня. При правильному і стійкому управлінні місцевий туризм стимулює культурну взаємодію та відродження, сприяє зайнятості, скорочує бідність, обмежує міграцію з сільських районів, розширює можливості місцевих громад, особливо жінок і молоді, заохочує диверсифікацію туристичного продукту.

Тим не менш, цей тип туризму також викликає деякі етичні, соціально-економічні та правозахисні проблеми, які повинні бути розглянуті усіма відповідними зацікавленими сторонами. Протягом століть корінні народи стикалися з різними формами дискримінації, переміщенням зі своїх споконвічних територій, культурною асиміляцією і останнім часом серйозним виснаженням природних ресурсів від яких вони залежать. Саме на цьому тлі Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй прийняла Декларацію про права корінних народів в 2007 р. Через десять років після прийняття Декларації більшість урядів в різному ступені схвалили її і зосередили зусилля на тому, щоб забезпечити конкретне законодавство, політику та програми для її здійснення.

Сектор туризму був одним з перших корпоративних секторів, який визнав важливість Декларації про права корінних народів, коли була прийнята Ларракійська декларація Всесвітнім альянсом туризму корінних народів у 2012 р. в Дарвіні, Австралія. Відтоді ЮНВТО посилається на Ларракійську декларацію як на документ, який сприяє розширенню можливостей корінних народів через туризм. Ларракійська декларація закликає до більш справедливих партнерських відносин між туристичним сектором та корінними жителями з метою поліпшення не тільки добробуту громад, а й для підвищення рівня життєдіяльності людей.

Переконавшись в необхідності більш систематичних рекомендацій та інструкцій для сприяння сталому, відповідальному і етичному розвитку туризму за участю громад корінних народів, Департамент етики, культури і соціальної відповідальності ЮНВТО підготував Рекомендації по стійкому розвитку туризму корінних народів. Процес розробки включав ретельну консультацію за участю багатьох зацікавлених сторін, яка була поширена на великі асоціації корінних народів, що займаються туризмом, а також на окремі туристичні підприємства та експертів з різних регіонів.

Мета цих Рекомендацій полягає в тому, щоб спонукати туристичні підприємства розвивати свою діяльність відповідальним і сталим чином, в той же час дозволяючи тим корінним громадам, які хочуть відкрити для себе туризм, в повній мірі скористатися можливостями, які відкриваються після ретельного процесу консультацій. Рекомендації також призначені для туристів, які відвідують громади корінних народів і число яких неухильно зростає, з огляду на зростання туризму, мотивованого інтересом до культури та традицій корінних народів.

Рекомендації розділені на два розділи. Перший з них узагальнює загальні положення щодо ключових аспектів туризму корінних народів, які стосуються всіх зацікавлених сторін

(уряду, корінних громад, туристичних організацій, туристичних компаній, громадянського суспільства тощо). У другому розділі містяться конкретні рекомендації, що стосуються чотирьох основних груп зацікавлених сторін, безпосередньо залучених в туристичні операції, а саме: 1) туристичних операторів та турагенств; 2) туристичних гідів; 3) громад корінних народів; 4) туристів.

*Джерело:* Recommendations on Sustainable Development of Indigenous Tourism. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421299>

#### **Запитання та завдання:**

1. Яким чином туризм може сприяти поліпшенню життєвого рівня корінних народів?
2. Яким чином туризм дозволяє стимулювати культурну взаємодію корінних народів та туристів (подорожуючих)?
3. Чи існує загроза культурній ідентичності, традиціям та культурній спадщині корінних народів при щільній взаємодії з туристами (подорожуючими)?

#### **Кейс 2 - Світова спадщина та туризм в умовах зміни клімату**

У 163 країнах світу налічується понад 1000 об'єктів всесвітньої спадщини, багато з яких є важливими туристичними дестинаціями. У кращому випадку туризм стимулює економічний розвиток і приносить необхідні фінансові та соціальні вигоди, разом з тим, швидкий або незапланований розвиток туризму або надмірна кількість відвідувачів також можуть мати негативний вплив на об'єкти всесвітньої культурної та природної спадщини. Зміна клімату може збільшити існуючі стреси і безпосередньо впливати на світову спадщину. Підвищення рівня моря, підвищення температури і більш часті екстремальні погодні явища, такі як шторми, повені та посухи, - все це може швидко і надовго змінити або погіршити ті самі атрибути, які роблять об'єкти всесвітньої спадщини такими популярними туристичними напрямками.

Більшість об'єктів всесвітньої спадщини є туристичними напрямками, а деякі з них входять в число найбільш знакових місць на планеті. Туризм – один з найбільших і найбільш швидко зростаючих секторів економіки в світі, який сильно залежить від енергоємних видів транспорту, в тому числі літаків і автомобілів. Якщо туризм є незапланованим, неконтрольованим або погано керованим, він може мати широкий спектр негативних наслідків для об'єктів всесвітньої спадщини та їх місцевих громад.

Сам туристичний сектор вразливий до зміни клімату. Загрози включають в себе більш екстремальні погодні явища, зростання витрат на страхування і проблеми безпеки, брак води, а також втрату і пошкодження пам'яток в місцях призначення. Триваюча кліматична деградація і порушення культурної і природної спадщини на об'єктах всесвітньої спадщини негативно позначиться на секторі туризму, зменшать привабливість дестинацій і зменшать економічні можливості для місцевих громад.

Можна зробити кілька загальних висновків щодо впливу зміни клімату та туризму на об'єкти всесвітньої спадщини:

- ✓ зміна клімату може мати серйозний негативний вплив на пам'ятки, які заохочують туристів до відвідування об'єктів всесвітньої спадщини і тим самим знизити потенціал для економічного та сталого розвитку туризму;
- ✓ в довгостроковій перспективі цілісність і автентичність деяких об'єктів всесвітньої спадщини може в кінцевому підсумку погіршитися через зміну клімату до такої міри, що деякі об'єкти, можливо, доведеться додати до Списку всесвітньої спадщини, що перебуває під загрозою;
- ✓ на об'єктах всесвітньої спадщини, де розвиток туристичної інфраструктури та неконтрольовані туристичні потоки вже є проблемою, наслідки зміни клімату - наприклад,

екстремальні погодні явища, прибережні повені і ерозія – можуть посилити проблеми і підвищити вразливість об'єктів;

✓ національні та регіональні стратегії розвитку туризму та плани управління туристичними відвідуваннями об'єктів світової спадщини, за дуже невеликим винятком, в даний час не приймають до уваги впливу зміни клімату;

✓ зміна клімату занадто часто розглядається як довгострокова потенційна проблема для об'єктів всесвітньої спадщини, а не як неминуча або короткострокова проблема;

✓ особам, які опікуються об'єктами світової спадщини часто не вистачає фінансових ресурсів і досвіду або навчання, необхідних для проведення всебічних оцінок уразливості до зміни клімату, а також розробки і реалізації стратегій адаптації та стійкості.

*Джерело:* World Heritage and Tourism in a Changing Climate. URL: <file:///C:/Users/38097/Downloads/activity-669-38.pdf>

#### **Запитання та завдання:**

1. Яким чином зміна клімату може вплинути на об'єкти світової спадщини, туризм та світову готельну індустрію?

2. Які, на вашу думку, превентивні заходи необхідно зробити задля збереження об'єктів світової культурної та природної спадщини?

3. Яку роль відіграють об'єкти світової спадщини у розвитку туризму та індустрії гостинності?

### **Тема 12. Світова культурна спадщина ЮНЕСКО**

#### **Семінар – запитань і відповідей**

*1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самостійного вивчення:*

1. Сутність понять «креативні індустрії» та «культурні індустрії».

2. Диференціація підходів до визначення та наповнення термінів «креативні індустрії» та «культурні індустрії» у різних країнах світу.

3. Об'єкти світової спадщини UNESCO.

4. Об'єкти світової спадщини UNESCO в Україні.

3. Взаємозв'язок туризму з креативними та культурними індустріями.

*2. Індивідуальне тестування.*

### **Тема 13. Класифікація транспортних засобів світової індустрії пасажирських**

#### **перевезень**

#### **Семінар з виконанням практичних задач**

*1. Розв'язання ситуаційних завдань.*

#### **Кейс 1**

3 березня авіакомпанія Wizz Air анонсувала найбільше в своїй історії розширення мережі. Протягом наступних 17 тижнів 21 літак буде поставлений на європейські бази, забезпечуючи роботу 700 додаткових щотижневих відправлень і запуск 70 нових рейсів. Чотири нових напрямки – Афіни, Таллінн, Харків і Відень – будуть офіційно відкриті до середини липня поряд з відкриттям нової західноєвропейської бази в столиці Австрії.

Розширення діяльності Wizz в 2018 році являє собою інвестицію в більш ніж 2 млрд. долл. на 11 баз у Великобританії, Австрії, Польщі, Україні, Угорщині, Румунії та Грузії.

Wizz Air грає важливу роль в зростанні економіки цієї країни, куди здійснює авіап перевезення, безпосередньо впливаючи на зростання зайнятості на базі, а також сприяючи розвитку ринку праці в авіації та туризмі.

Оуен Джонс, головний корпоративний директор Wizz Air, повідомив: «Сьогодні ми починаємо найбільше розширення діяльності в історії Wizz. Wizz Air залишається прихильною своєї місії робити авіаподорожі для більшості людей доступнішими, ніж будь-коли, пропонуючи найнижчі тарифи завдяки своїй бізнес-моделі лоукост». Щорічно більше і більше клієнтів вибирають Wizz Air, користуючись можливостями широкої мережі Wizz Air з більш 600 маршрутів по 145 напрямках в 44 країнах.

*Джерело: Украинская туристическая газета. – 2018. – №3. – С. 2*

#### **Запитання та завдання:**

1. До якої групи транспортних засобів світової індустрії пасажирських перевезень можна віднести компанію Wizz Air?
2. Проаналізуйте попит українських та європейських споживачів на послуги авіакомпанії Wizz Air.
3. Визначте основних конкурентів для авіакомпанії Wizz Air на українському та європейському туристичному ринку.
4. Які національні туроператори співпрацюють з авіакомпанією Wizz Air?

#### **Кейс 2**

Авіакомпанія Turkish Airlines, яка виконує польоти в найбільшу кількість країн в світі, запропонувала послугу «Stopover в Стамбулі» для своїх транзитних пасажирів. Починаючи з 01 липня, дана послуга доступна і для вильотів з України.

Пасажири, які подорожують з Києва, Одеси, Харкова, Запоріжжя, Херсона та Львова з транзитною зупинкою в Стамбулі, матимуть можливість скористатися новою послугою безкоштовного проживання в готелі та відвідати унікальні місця цього міста. При цьому час бажаної зупинки в Стамбулі має становити не менше 20 годин.

Мандрівникам буде видаватися ваучер для розміщення в готелі від уповноважених представників авіакомпанії Turkish Airlines. Даний ваучер надає пасажиром економічного класу проживання в одну ніч в чотиризірковому готелі, а пасажиром бізнес-класу – дві ночі в п'ятизірковому готелі в центральних районах Стамбула – Султанахмет і Таксим.

Директор по маркетингу авіакомпанії Turkish Airlines, пан Ахмет Олмуштур, заявив в зв'язку з цим наступне: «Після того, як ми отримали позитивні відгуки від наших пасажирів, ми з радістю розширюємо географію програми «Stopover в Стамбулі» і для інших країн. Ми намагаємося надати нашим пасажиром можливість насолодитися турецькою гостинністю і познайомитися з пам'ятками прекрасного Стамбула. Ми впевнені в тому, що наші пасажиром скористаються даною програмою з максимальною користю для себе».

Послуга «Stopover» надається пасажиром, які придбали авіаквиток в обидва кінці з вильотом і прильотом в міста України, і подорожують в: Австрію, Азербайджан, Аргентину, Бельгію, Бразилію, Великобританію, Венесуелу, Німеччину, Грецію, Грузію, Данію, Ізраїль, Іспанію, Італію, Канаду, Колумбію, Кубу, Мальдіви, Нідерланди, Панаму, Сейшели, США, Таїланд, Францію, Чехію та Швейцарію.

*Джерело: Украинская туристическая газета[Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://utg.net.ua>*

#### **Запитання та завдання:**

1. Визначте які суб'єкти індустрії гостинності Туреччині задіяні у наданні послуги «Stopover в Стамбулі»?
2. Охарактеризуйте вплив послуги «Stopover в Стамбулі» на розвиток індустрії гостинності міста та популяризацію відповідної туристичної дестинації?

#### **Тема 14. Роль транспорту у світовій індустрії гостинності Семінар – запитань і відповідей**

*1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самотійного вивчення:*

1. Роль та види наземного транспорту у світовій індустрії гостинності.
2. Роль та види водного транспорту у світовій індустрії гостинності.
3. Роль авіаційного транспорту у світовій індустрії гостинності.

*2. Індивідуальне тестування*

**ЧАСТИНА 3.**  
**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ**  
**РОБОТИ СТУДЕНТІВ**

# ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

## СВІТОВА ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: СУТНІСТЬ ТА ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ

### Тема 1. Гостинність як соціально-культурне та економічне явище

**Форми контролю:** розв'язання практичних завдань.

**Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення ситуаційних завдань на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
  - 1) Еволюція основних форм підприємств індустрії гостинності.
  - 2) Тенденції розвитку індустрії гостинності в Україні та світі.
  - 3) Особливості еволюції та функціонування ринку готельних та ресторанних послуг.
  - 4) Чинники формування та умови розвитку світової індустрії гостинності.

**Рекомендована література:**

1. Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Н. І. Данько, А. Ю. Парфіненко, П. О. Подлепіна, О. О. Вишневська [за заг. ред. А. Ю. Парфіненка]. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 288 с.
2. Головка О. М. Організація готельного господарства : навч. посіб. / О. М. Головка, Н. С. Кампов, С. С. Махлинець, Г. В. Симочко; ред.: О. М. Головка. К. : Кондор, 2012. 337 с.
3. Справи туризму та індустрії гостинності : підручник / [О. Б. Тарнопольський та ін.] ; за заг. ред. д-ра пед. наук, проф. О. Б. Тарнопольського ; Ун-т ім. Альфреда Нобеля. Дніпро: Ун-т ім. Альфреда Нобеля, 2018. 339 с.
4. Іванова Л.О. Моніторинг світового ринку готельних і ресторанних послуг: навч. посібник / автори Іванова Л. О., Музика О. М. Львів : "Магнолія 2006", 2017. 226 с.

### Тема 2. Сутність та структура індустрії гостинності

**Форми контролю:** тестування, фронтальне та індивідуальне опитування.

**Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
  - 1) Гостинність як соціально-культурне та економічне явище.
  - 2) Сутність та структура індустрії гостинності.
  - 3) Особливості історичного розвитку світової індустрії гостинності.
  - 4) Розвиток індустрії гостинності в Європі.
  - 5) Розвиток американської індустрії гостинності.
  - 6) Розвиток індустрії гостинності в Україні.
3. Розв'яжіть тестові завдання.

**1. Гостинність є багатограним явищем, що розглядається**



- A. як моральний феномен, пов'язаний з процесом пізнання
- B. як універсальна традиція повсякденно-побутової культури
- C. як професійний процес, етапи якого розвиваються в часі і просторі
- D. усі відповіді вірні

## **2. Індустрія гостинності**

- A. система сучасних виробництв, підприємств, сервісних установ і організацій, що спеціалізуються на обслуговуванні приїжджих
- B. сектор індустрії туризму, що відповідає за розміщення туристів, а також галузі, діяльність яких направлена на, надання житла, їжі й розважальних заходів
- C. самостійна, складна і відносно відособлена соціально-економічна система, що привертає значні матеріальні, фінансові і трудові ресурси
- D. усі відповіді вірні

## **3. На думку Дж. Дітмера і Дж. Гріффіна в структуру індустрії гостинності входять**

- A. входять гостинність як така, а також подорожі і туризм
- B. туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад
- C. комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною
- D. попит і пропозиція для забезпечення процесу купівлі-продажу туристичного продукту у даний час у даному місці

## **4. За словами Дж. Р. Уокера, індустрія гостинності об'єднує**

- A. гостинність, а також подорожі і туризм
- B. туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад
- C. комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною
- D. попит і пропозиція для забезпечення процесу купівлі-продажу туристичного продукту у даний час у даному місці

## **5. У побутовому значенні термін «гостинність» використовують**

- A. як божественне право гостя та божественні обов'язки господаря
- B. як сукупність туристичних галузей, окремих секторів і видів рекреаційної діяльності
- C. як особливий вид привітності, хлібосольства господаря під час прийому гостей
- D. складну інтегральну систему взаємодії рекреаційних потреб суб'єкта і рекреаційних можливостей природно-економічного потенціалу території

### **Рекомендована література:**

1. Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Н. І. Данько, А. Ю. Парфіненко, П. О. Подлепіна, О. О. Вишневська [за заг. ред. А. Ю. Парфіненка]. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 288 с.
2. Головка О. М. Організація готельного господарства : навч. посіб. / О. М. Головка, Н. С. Кампов, С. С. Махлинець, Г. В. Симочко; ред.: О. М. Головка. К. : Кондор, 2012. 337 с.
3. Справи туризму та індустрії гостинності : підручник / [О. Б. Тарнопольський та ін.] ; за заг. ред. д-ра пед. наук, проф. О. Б. Тарнопольського ; Ун-т ім. Альфреда Нобеля. Дніпро: Ун-т ім. Альфреда Нобеля, 2018. 339 с.
4. Іванова Л.О. Моніторинг світового ринку готельних і ресторанних послуг: навч. посібник / автори Іванова Л. О., Музика О. М. Львів : "Магнолія 2006", 2017. 226 с.

### Тема 3. Багатостороннє міжнародне співробітництво в індустрії гостинності

**Форми контролю:** розв'язання практичних завдань.

#### **Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення ситуаційних завдань на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
  - 1) Міжнародна готельна конвенція стосовно укладання контрактів власниками готелів та туристичними агентствами.
  - 2) Міжнародні готельні правила.
  - 3) Конвенція міжнародній організації праці №179 про умови праці в готелях, ресторанах і аналогічних закладах.
  - 4) Міжрегіональна гармонізація критеріїв готельної класифікації на основі класифікаційних стандартів схвалена регіональними комісіями СТО.
  - 5) Хартія туризму.
  - 6) Глобальний етичний кодекс туризму.
  - 7) Рамкова конвенція з етики туризму.
  - 8) Гаазька декларація Міжпарламентської конференції по туризму.

#### **Рекомендована література:**

1. Международная гостиничная конвенция касательно заключения контрактов владельцами гостиниц и турагентами [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.hotelstat.ru/assets/files/hotel%20docs/International%20hotel%20convention.pdf>
2. Международные гостиничные правила [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.hotelstat.ru/assets/files/hotel%20docs/International%20hotel%20rules.pdf>
3. Working Conditions (Hotels and Restaurants) Recommendation, 1991. URL: <http://www.ilo.org/ilolex/cgi-lex/convde.pl?R179>
4. World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/>
5. Хартія туризму. URL: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995\\_640](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_640)
6. Глобальный этический кодекс туризма. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983\\_001](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983_001) (дата звернення: 07.02.2020).
7. Framework convention on tourism ethics. URL: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/a23\\_10\\_unwto\\_framework\\_convention\\_EN.PDF](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/a23_10_unwto_framework_convention_EN.PDF) (дата звернення: 16.02.2020).
8. Гагская декларация Межпарламентской конференции по туризму. URL: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995\\_904](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_904)
9. International Hotel & Restaurant Association. URL: <http://www.ih-ra.com/>
10. International Hospitality Association. URL: <http://www.i-ha.org/>
11. IHA Industry Standards. URL: <http://www.i-ha.org/IndustryStandards.aspx>
12. Hospitality Sales and Marketing Association International. URL: <http://www.hsmi.org/>
13. The World Travel & Tourism Council. URL: <https://wtcc.org/>
14. European Travel Commission. URL: <https://etc-corporate.org/>
15. European Federation of Tourist Guide Associations. URL: [www.feg-touristguides.com/](http://www.feg-touristguides.com/)
16. Hotels, Restaurants & Cafés in Europe. URL: <http://www.hotrec.eu/>
17. Закон України «Про Туризм». URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>

#### **Тема 4. Двостороннє міжнародне співробітництво в індустрії гостинності**

**Форми контролю:** тестування, фронтальне та індивідуальне опитування.

#### **Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Напрями співпраці спрямованої на розбудову двостороннього міжнародного співробітництва в індустрії гостинності.
- 2) Міжнародне двостороннє співробітництво України в індустрії гостинності.
- 3) Нормативно-правова база, що забезпечує двостороннє та багатостороннє міждержавне співробітництво та взаємодію України в індустрії гостинності.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

#### **1. Нормативно-правові документи, які регулюють діяльність суб'єктів міжнародного готельного бізнесу**

- A. Міжнародна готельна конвенція стосовно укладання контрактів власниками готелів та туристичними агентствами
- B. Міжнародні готельні правила
- C. Конвенція міжнародній організації праці №179 про умови праці в готелях, ресторанах і аналогічних закладах
- D. усі відповіді вірні

#### **2. Питаннями координації діяльності міжнародних та національних готельних мереж, асоціацій незалежних готелів займаються міжнародні організації**

- A. Всесвітня туристична організація, Всесвітня рада з туризму та подорожей
- B. Міжнародна асоціація готелів та ресторанів, Міжнародна асоціація гостинності, Міжнародна асоціація продажів і маркетингу в індустрії гостинності
- C. Європейська федерація асоціацій гідів, Європейська туристська комісія
- D. Всесвітня рада з туризму та подорожей, Європейська федерація асоціацій гідів

#### **3. Члени Міжнародної асоціації гостинності**

- A. національні туристичні організації країн Європи
- B. професіонали у сфері маркетингу і продажів з 35 країн світу, які представляють усі сегменти індустрії гостинності
- C. виключно незалежні готелі з різних країн світу
- D. міжнародні і національні готельні та ресторани мережі, національні асоціації готелів і ресторанів з усього світу

#### **4. Міжнародна асоціація продажів та маркетингу в індустрії гостинності**

- A. сприяє розширенню і зміцненню освітніх можливостей фахівців у сфері маркетингу і продажів в індустрії, поглибленню і збільшенню кількості досліджень
- B. міжнародне неурядове об'єднання учасників індустрії туризму і подорожей
- C. міжнародна організація, яка представляє професію гідів на європейському рівні з метою пропаганди та підвищення якості послуг, пропонованих для всіх відвідувачів Європи
- D. міжнародна організація міжурядового характеру, є агенцією ООН, відповідальною за просування відповідального, стійкого і загальнодоступного туризму

## 5. Основні напрями діяльності Міжнародної асоціації готелів і ресторанів

- А. представлення та захист спільних інтерес готельної індустрії у міжнародних організаціях, які визначають політику та мають вплив на формування національного законодавства
- В. сприяння підвищенню стандартів міжнародного готельного господарства
- С. промоція і розвиток туризму з метою сприяння економічному розвитку, міжнародному взаєморозумінню, миру, процвітання, загальній повазі і дотриманню прав людини та основних свобод
- Д. дослідження в галузі економічного і соціального впливу туризму, організацію глобальних і регіональних самітів, пов'язаних з проблемами і подіями, які належать до індустрії туризму

### Рекомендована література:

1. Международная гостиничная конвенция касательно заключения контрактов владельцами гостиниц и турагентами [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.hotelstat.ru/assets/files/hotel%20docs/International%20hotel%20convention.pdf>
2. Международные гостиничные правила [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.hotelstat.ru/assets/files/hotel%20docs/International%20hotel%20rules.pdf>
3. Working Conditions (Hotels and Restaurants) Recommendation, 1991. URL: <http://www.ilo.org/ilolex/cgi-lex/convde.pl?R179>
4. World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/>
5. Хартія туризму. URL: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995\\_640](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_640)
6. Глобальный этический кодекс туризма. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983\\_001](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983_001) (дата звернення: 07.02.2020).
7. Framework convention on tourism ethics. URL: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/a23\\_10\\_unwto\\_framework\\_convention\\_EN.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/a23_10_unwto_framework_convention_EN.pdf) (дата звернення: 16.02.2020).
8. Гагская декларация Межпарламентской конференции по туризму. URL: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995\\_904](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_904)
9. International Hotel & Restaurant Association. URL: <http://www.ih-ra.com/>
10. International Hospitality Association. URL: <http://www.i-ha.org/>
11. IHA Industry Standards. URL: <http://www.i-ha.org/IndustryStandards.aspx>
12. Hospitality Sales and Marketing Association International. URL: <http://www.hsmi.org/>
13. The World Travel & Tourism Council. URL: <https://wtcc.org/>
14. European Travel Commission. URL: <https://etc-corporate.org/>
15. European Federation of Tourist Guide Associations. URL: [www.feg-touristguides.com/](http://www.feg-touristguides.com/)
16. Hotels, Restaurants & Cafés in Europe. URL: <http://www.hotrec.eu/>
17. Закон України «Про Туризм». URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

### РОЛЬ СВІТОВОЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ

#### Тема 5. Сутність та специфіка мережевої форми організації міжнародного готельного бізнесу

**Форми контролю:** розв'язання практичних завдань.

#### **Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення ситуаційних завдань на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Основні суб'єкти міжнародного готельного бізнесу.
- 2) Рейтинг міжнародних готельних мереж, готельних операторів, готельних консорціумів.
- 3) Рейтинг міжнародних готельних компаній за франчайзинговою формою управління та управлінням за контрактом.
- 4) Рейтинг брендів міжнародних готельних мереж за показником вартості.

**Рекомендована література:**

1. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2020. URL: [http://www.marketingandtechnology.com/repository/webFeatures/HOTELS/H2007\\_SpecialReport325.pdf](http://www.marketingandtechnology.com/repository/webFeatures/HOTELS/H2007_SpecialReport325.pdf)
2. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>
3. Brand Finance Hotels 50. 2020. May. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-hotels-50-2020-preview.pdf>
4. Brand Finance Hotels 50. 2019. May. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-hotels-50-2019-preview.pdf>
5. Hakansson H. International Marketing and Purchasing of Industrial Goods: An Interaction Approach. USA: John Wiley and Sons: Chichester, 1982. – 415 с.
6. Miles R., Snow C. Causes of failure in network organizations. California Management Review. 1992. Summer. С. 53-72
7. Miles R., Snow C. Fit, failure and the hall of fame: how companies succeed or fail. Free Press: N.Y., 1994
8. Miles R., Snow C. Network organization: New concepts for the new forms. California Management Review. 1986. Vol. 28. №2. С. 53-72.
9. Дэниелс Дж. Д. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции: пер. с англ., 6-е изд. М.: Дело Лтд, 1994. 784 с.
10. Горіна Г.О. Переваги та недоліки мережевої форми організації міжнародного бізнесу. Інноваційна економіка. Тернопіль. 2011. №3. С. 207-211.
11. Горіна Г.О. Міжнародні готельні мережі: стратегії розвитку в умовах глобалізації: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02 / Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Донецьк, 2011. 217 с.
12. Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес: пер. с англ. под науч. ред. А.Г. Медведева., 4-е изд. СПб.: Питер, 2006. 1088 с.
13. Захаров А. Формулы успешного отеля: мифы о брендах и операторах Гостиничное дело. 2008. Апрель. С. 12-16.
14. Катькало В.С. Межфирменные сети: проблематика исследований новой организационной стратегии в 1980-90-е годы. Вестник Санкт-Петербургского университета. 1999. Вып. 2 (№12). С. 21 – 38.
15. Катькало В. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2008. 384 с.
16. Рюэгг-Штюмм Й., Ахтенхаген Л. Сетевые организационно-управленческие формы - мода или необходимость? Проблемы теории и практики управления. 2000. № 6. С. 68-72.
17. Сокуренько В. В. Публічне адміністрування сферою оборони в Україні: дис. ... д-ра юрид. наук: 12.00.07 / Нац. акад. внутр. справ. Київ, 2016. 573 с.
18. Стюарт А.Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций: пер. с англ. Ноздриной В. М.: Поколение, 2007. 368 с.

## Тема 6. Переваги мережевої форми організації міжнародного готельного бізнесу

**Форми контролю:** тестування, фронтальне та індивідуальне опитування.

### Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Класифікація факторів зовнішнього середовища, які впливають на розвиток міжнародних готельних мереж.
- 2) Переваги мережевої форми організації міжнародного готельного бізнесу.
- 3) Переваги незалежних готелів у міжнародному готельному бізнесі.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

### 1. Переваги готельних мереж над окремими готелями

- A. придбання великих партій товарів і послуг за гуртовими цінами; використання єдиного стратегічного маркетингу
- B. використання загально визнаної марки, ім'я, назви мережі; систематичне застосування гнучкої цінової політики
- C. функціонування єдиної об'єднаної системи бронювання; застосування централізованої системи постачання і збуту
- D. всі відповіді вірні

### 2. Основні характеристики етапу виникнення мережевої форми організації готельного бізнесу

- A. розвиток масового туризму; зародження концепції міжнародних готельних мереж; поява перших готельних об'єднань
- B. географічна експансія готельних мереж; використання контрактів на управління та франчайзингу в управлінні готельними мережами
- C. інтенсивна географічна експансія; інтенсивна консолідація; зміна структури організації готельного бізнесу, за рахунок розмежування права володіння об'єктами та управління ними
- D. стандартизація готельної пропозиції; географічна експансія готельних мереж; інтенсивна географічна експансія

### 3. Вихід мереж за рамки національного ринку туристичних послуг та формування і розвиток міжнародних готельних мереж обумовлений

- A. обмеженістю ресурсів, у т.ч. економічних, природних, рекреаційних, трудових, матеріальних, фінансових
- B. загостренням конкуренції на внутрішніх ринках, пов'язаним зі збільшенням кількості готелів, готельних мереж та готельних операторів, обмеженістю попиту
- C. обмеженістю внутрішніх ринків збуту, пов'язаним з чисельністю населення зацікавленого у готельних послугах, купівельною спроможністю, масштабами території
- D. всі відповіді вірні

### 4. Економічні фактори впливу на розвиток міжнародних готельних мереж

- A. обмеженість економічних ресурсів, загострення конкуренції, зміна обсягу попиту, ємність ринку, розвиток ринкової інфраструктури
- B. демографічна ситуація, наявність достатньої кількості туристів, наявність кваліфікованих кадрів, наявність етнічних та релігійних конфліктів

- С. законодавство у галузі туризму і готельної справи, інвестиційні пільги
- Д. політична стабільність, соціальна напруженість, рівень стабільності демократії

## 5. Готельна асоціація

- А. передбачає стандартизований готельний продукт, однаковий для всіх готелів, що входять до складу ланцюга
- В. складається з унікальних готелів, що відображають особливості географічного регіону
- С. передбачає як готелі, які можуть управлятися за контрактом на управління, так і належати готельній фірмі на правах власності
- Д. об'єднує різні підприємства готельної індустрії, мета якого полягає в розвитку галузевих стандартів, реалізації сумісних маркетингових програм тощо

### Рекомендована література:

1. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2020. URL: [http://www.marketingandtechnology.com/repository/webFeatures/HOTELS/H2007\\_SpecialReport325.pdf](http://www.marketingandtechnology.com/repository/webFeatures/HOTELS/H2007_SpecialReport325.pdf)
2. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>
3. Brand Finance Hotels 50. 2020. May. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-hotels-50-2020-preview.pdf>
4. Brand Finance Hotels 50. 2019. May. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-hotels-50-2019-preview.pdf>
5. Hakansson H. International Marketing and Purchasing of Industrial Goods: An Interaction Approach. USA: John Wiley and Sons: Chichester, 1982. – 415 с.
6. Miles R., Snow C. Causes of failure in network organizations. California Management Review. 1992. Summer. С. 53-72
7. Miles R., Snow C. Fit, failure and the hall of fame: how companies succeed or fail. Free Press: N.Y., 1994
8. Miles R., Snow C. Network organization: New concepts for the new forms. California Management Review. 1986. Vol. 28. №2. С. 53-72.
9. Дэниелс Дж. Д. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции: пер. с англ., 6-е изд. М.: Дело Лтд, 1994. 784 с.
10. Горіна Г.О. Переваги та недоліки мережевої форми організації міжнародного бізнесу. Інноваційна економіка. Тернопіль. 2011. №3. С. 207-211.
11. Горіна Г.О. Міжнародні готельні мережі: стратегії розвитку в умовах глобалізації: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02 / Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Донецьк, 2011. 217 с.
12. Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес: пер. с англ. под науч. ред. А.Г. Медведева., 4-е изд. СПб.: Питер, 2006. 1088 с.
13. Захаров А. Формулы успешного отеля: мифы о брендах и операторах Гостиничное дело. 2008. Апрель. С. 12-16.
14. Катъкало В.С. Межфирменные сети: проблематика исследований новой организационной стратегии в 1980-90-е годы. Вестник Санкт-Петербургского университета. 1999. Вып. 2 (№12). С. 21 – 38.
15. Катъкало В. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2008. 384 с.
16. Рюэрт-Штюрм Й., Ахтенхаген Л. Сетевые организационно-управленческие формы - мода или необходимость? Проблемы теории и практики управления. 2000. № 6. С. 68-72.
17. Сокуренько В. В. Публічне адміністрування сферою оборони в Україні: дис. ... д-ра юрид. наук: 12.00.07 / Нац. акад. внутр. справ. Київ, 2016. 573 с.



Стюарт А.Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций: пер. с англ. Ноздриной В. М.: Поколение, 2007. 368 с.

## **Тема 7. Роль індустрії харчування у розвитку світової індустрії гостинності**

**Форми контролю:** розв'язання практичних завдань.

### **Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення ситуаційних завдань на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Трьохзіркова система оцінки ресторанів рейтингом «Зірки Мішлен».
- 2) Система оцінки ресторанів за «кухарськими ковпаками» Го-Мійо.
- 3) Рейтинг 50-ти кращих ресторанів світу.
- 4) Рейтинг брендів міжнародних ресторанних мереж за показником вартості.

### **Рекомендована література:**

1. Іванова Л.О., Музика О.М. Моніторинг світового ринку готельних та ресторанних послуг: навч. посібник. Львів «Магнолія 2006», 2015. 226 с.

2. Michelin guide. URL: <https://guide.michelin.com/en/about-us>

3. Restarant Busines. URL: <https://www.restaurantbusinessonline.com/top-500-2019>

4. Brand finance restaurants 25. 2020. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-restaurants-25-2020-preview.pdf>

5. Вовчанська О.М., Іванова Л.О. Франчайзинг як маркетингова технологія забезпечення розвитку та стійкості ресторанного бізнесу. *Підприємництво і торгівля*. 2018. Вип. 23. С. 130-136

6. The World's Best 50 Restaurants. URL: <https://www.theworlds50best.com/>

## **Тема 8. Міжнародні ресторани мережі**

**Форми контролю:** тестування, фронтальне та індивідуальне опитування.

### **Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Мережева форма організації міжнародного ресторанного бізнесу.
- 2) Переваги ведення ресторанного бізнесу на умовах франшизи для франчайзі.
- 3) Переваги ведення ресторанного бізнесу на умовах франшизи для франчайзера.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

**1. \*\*\* - три зірки Мішлен згідно трьохзіркової системи оцінки ресторанів світовим ресторанним рейтингом «Зірки Мішлен»**

А. дуже хороший ресторан у своїй категорії (за типом кухні)

В. блюда ресторану можуть розглядатися як витвори мистецтва



- C. ресторан має індивідуальну авторську кухню знаменитих шеф-кухарів
- D. вірна відповідь відсутня

## **2. Основний критерій Світового ресторанного рейтингу «Зірки Мішлен»**

- A. атмосфера
- B. обслуговування
- C. інтер'єр
- D. висока якість кухні

## **3. Рейтинг брендів міжнародних ресторанних мереж за показником вартості**

- A. один з найвідоміших та найвпливовіших ресторанних рейтингів, основним критерієм якого є висока якість кухні
- B. містить огляд даних, щодо міжнародних ресторанних мереж, а також аналіз змін і тенденцій, що впливають на галузь
- C. розраховує вартість брендів, використовуючи метод «Royalty Relief» - метод оцінки бренду, що відповідає галузевим стандартам, встановленим в ISO 10668
- D. визначає найкращі ресторани світу шляхом огляду думок та досвіду понад 1000 міжнародних експертів ресторанного господарства

## **4. Переваги ведення ресторанного бізнесу на умовах франшизи для франчайзі**

- A. робота під уже відомою споживачеві маркою
- B. досвід франчайзера
- C. збереження самостійності
- D. усі відповіді вірні

## **5. Переваги ведення ресторанного бізнесу на умовах франшизи для франчайзера**

- A. впізнаваність товарної марки (знаку)
- B. додатковий дохід від роялті
- C. полегшений процес виходу на нові ринки
- D. усі відповіді вірні

### **Рекомендована література:**

1. Іванова Л.О., Музика О.М. Моніторинг світового ринку готельних та ресторанних послуг: навч. посібник. Львів «Магнолія 2006», 2015. 226 с.
2. Micheline guide. URL: <https://guide.michelin.com/en/about-us>
3. Restarant Busines. URL: <https://www.restaurantbusinessonline.com/top-500-2019>
4. Brand finance restaurants 25. 2020. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-restaurants-25-2020-preview.pdf>
5. Вовчанська О.М., Іванова Л.О. Франчайзинг як маркетингова технологія забезпечення розвитку та стійкості ресторанного бізнесу. *Підприємництво і торгівля*. 2018. Вип. 23. С. 130-136
6. The World's Best 50 Restaurants. URL: <https://www.theworlds50best.com/>

## **Тема 9. Тенденції просторової поляризації, дифузії, глобалізації та інтеграції у світовій туристичній індустрії**

**Форми контролю:** розв'язання практичних завдань.

**Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення ситуаційних завдань на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Сутність та моделі просторової поляризації ринку туристичних послуг.
- 2) Детермінанти формування просторової поляризації ринку туристичних послуг.
- 3) Базові моделі просторової організації ринку туристичних послуг.

### **Рекомендована література:**

1. Міжнародні готельні мережі: стратегії розвитку в умовах глобалізації [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02 / Горіна Ганна Олександрівна ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. - Донецьк, 2011. - 217 арк. : рис., табл. - Бібліогр.: арк. 198-217.

2. Special report: Hotels' 325 // Hotels. – 2020. – July-August. – P. 21-36.

3. The World Tourism Organization [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www2.unwto.org>.

4. The World Travel and Tourism Council [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.wttc.org>.

5. United Nations [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.un.org>

6. International Labor Organization [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm>

7. The Organisation for Economic Co-operation and Development [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.oecd.org>

8. Eurostat [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ec.europa.eu/eurostat>

9. The International Monetary Fund [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.imf.org/external/index.htm>

10. The World Trade Organization [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.wto.org>

11. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008 [Електронний ресурс] // United Nations Publication Sales No. E.08.XVII.27 – 2010. – Режим доступу до ресурсу: [http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF\\_80rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf).

12. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 [Електронний ресурс] // United Nations Publication Sales No. E.08.XVII.28. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm\\_83rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf).

13. International Hotel & Restaurant Association [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <http://www.ih-ra.com/>

### **Тема 10. Тенденції поширення сталого розвитку, кластеризації та посилення конкурентного суперництва у світовій туристичній індустрії**

**Форми контролю:** тестування, фронтальне та індивідуальне опитування.

#### **Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Concept note – Towards the Development of the 10YFP Sustainable Tourism Programme.
- 2) Hotel Energy Solutions Public Report, 2011.
- 3) Tourism for Tomorrow: The WTTC perspective, 2013.
- 4) Індекс конкурентоспроможності країн у секторі подорожей і туризму.

### 3. Розв'яжіть тестові завдання.

#### **1. Кластеризація як сучасна тенденція розвитку ринку туристичних послуг**

- A. являє собою форму оптимізації відносин з підприємствами інфраструктури туризму
- B. являє собою зростаюче усвідомлення негативних наслідків, пов'язаних з веденням туристичного бізнесу, поряд з повсюдним прийняттям принципу сталого розвитку
- C. являє собою процес посилення взаємозалежності і взаємовпливу усіх векторів та сфер розвитку міжнародного туризму на підставі уніфікації, гомогенізації, інтеграції та транс націоналізації
- D. являє собою процес зближення та взаємопроникнення національних туристичних ринків, включення їх у єдиний відтворювальний процес

#### **2. Глобалізація як сучасна тенденція розвитку ринку туристичних послуг**

- A. характеризує нерівномірність та диспропорцію розвитку ринку туристичних послуг, викликану відмінностями в розподілі природних ресурсів, кліматичними особливостями регіонів, культурно-історичною обумовленістю тощо
- B. являє собою процес посилення взаємозалежності і взаємовпливу усіх векторів та сфер розвитку міжнародного туризму на підставі уніфікації, гомогенізації, інтеграції та транс націоналізації
- C. являє собою процес зближення та взаємопроникнення національних туристичних ринків, включення їх у єдиний відтворювальний процес
- D. розглядається як процес розширення території, охопленої інноваційними, технічними, технологічними процесами створення диференційованого комплексного туристичного продукту високої якості

#### **3. Концепція глобальної програми по стійкому розвитку туризму (2014)**

- A. на підставі допоміжних рахунків туризму та еколого-економічних рахунків пропонує приділяти пріоритетне значення ув'язки сфери туризму з питаннями сталого розвитку
  - B. основний акцент приділяє побудові, збільшенню масштабів і тиражуванню досвіду, політики і практики використання високого потенціалу туризму
  - C. пропонує уніфіковану методологію для вимірювання та передачі вуглецевих викидів готелів
  - D. декларує основи сталого майбутнього туристичної галузі, на основі врахування потреб людей, планети і прибутку
- Hotel Carbon Measurement Initiative

#### **4. Hotel Carbon Measurement Initiative (HCMИ)**

- A. на підставі допоміжних рахунків туризму та еколого-економічних рахунків пропонує приділяти пріоритетне значення ув'язки сфери туризму з питаннями сталого розвитку
- B. основний акцент приділяє побудові, збільшенню масштабів і тиражуванню досвіду, політики і практики використання високого потенціалу туризму
- C. пропонує уніфіковану методологію для вимірювання та передачі вуглецевих викидів готелів
- D. декларує основи сталого майбутнього туристичної галузі, на основі врахування потреб людей, планети і прибутку

## 5. У рамках світового ринку туристичних послуг «центр»

- A. регіон, де концентруються туристські транснаціональні корпорації
- B. регіон, де формуються світові стандарти туристичної індустрії
- C. регіон, де зароджуються та направляються світові туристичні потоки
- D. усі відповіді вірні

### Рекомендована література:

1. ЮНВТО приветствует принятие Целей устойчивого развития Initiative [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2015-09-29/yunvto-privetstvuuet-prinyatie-tselei-ustoichivogo-razvitiya>
2. The 10YFP Sustainable Tourism Programme [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/brochure10yfpstp\\_enupdated17oct2016.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/brochure10yfpstp_enupdated17oct2016.pdf)
3. Hotel Carbon Measurement Initiative [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.wttc.org/mission/tourism-for-tomorrow/hotel-carbon-measurement-initiative/>
4. Hotel Energy Solutions Public Report [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://hes.unwto.org/sites/all/files/docpdf/hesreport2\\_0.pdf](http://hes.unwto.org/sites/all/files/docpdf/hesreport2_0.pdf)
5. Tourism for Tomorrow: The WTTTC perspective [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.wttc.org/-/media/files/reports/mission/tourism-for-tomorrow---final\\_rgb.pdf?la=en](https://www.wttc.org/-/media/files/reports/mission/tourism-for-tomorrow---final_rgb.pdf?la=en)
6. Горіна Г.О. Конкурентоспроможність сектору подорожей і туризму України на міжнародному туристичному ринку / Г.О. Горіна // Проблемы и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ: сб. науч тр. – Винница: ДонНУ, 2014. – С. 64-67.
7. Горіна Г.О. Конкурентоспроможність країн у туристичній галузі: нові підходи до визначення / Г.О. Горіна // Вісник Хмельницького національного університету : Економічні науки : наук. журн. / Хмельниц. нац. ун-т. – Хмельницький, 2015. - Том 1. - №4 (226). – С. 203-207.
8. Горіна Г.О. Систематизація наукових підходів до визначення економічних рівнів конкуренції в туризмі / Горіна Г.О. // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки : зб. наук. пр., Херсон. держ. ун-т. – Херсон, 2015. – Вип. 14. – Частина 2. – С. 21-24.
9. The World Economic Forum [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.weforum.org/world-economic-forum>
10. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF\\_Global\\_Travel&Tourism\\_Report\\_2015.pdf](http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf)
11. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf)
12. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourism\\_Competitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourism_Competitiveness_Report_2011.pdf)
13. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2009>
14. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourism\\_Competitiveness\\_Report\\_2007.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourism_Competitiveness_Report_2007.pdf)

## Тема 11. Поняття креативних та культурних індустрій, їх взаємозв'язок з туризмом

**Форми контролю:** розв'язання практичних завдань.

**Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення ситуаційних завдань на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Диференціація підходів до визначення та наповнення термінів «креативні індустрії» та «культурні індустрії» у різних країнах світу.
- 2) Способі сприйняття культури та творчості згідно UNESCO.
- 3) Розвиток індустрії дозвілля та розваг як складової сфери туризму.

#### **Рекомендована література:**

1. 2009 UNESCO framework for cultural statistics. URL: [http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en\\_0.pdf](http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf)
2. Creative economy report 2013. Special edition. URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>
3. Tourism and the Creative Economy. URL: [https://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014\\_Tourism\\_and\\_the\\_creative.pdf](https://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_Tourism_and_the_creative.pdf)
4. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. URL: <https://whc.unesco.org/>
5. Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage. URL: <https://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf>

### **Тема 12. Світова культурна спадщина UNESCO**

**Форми контролю:** тестування, фронтальне та індивідуальне опитування.

#### **Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Роль UNESCO у розвитку світової індустрії гостинності.
- 2) Країни з найбільшою кількістю об'єктів Світової спадщини UNESCO.
- 3) Об'єкти Світової спадщини UNESCO під загрозою знищення.
- 4) Взаємозв'язок туризму з креативними та культурними індустріями.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

#### **1. Сутність понять «креативні індустрії» згідно UNESCO**

- A. індустрії, що виробляють та розповсюджують культурні товари чи послуги
- B. індустрії, в яких товар або послуга містить суттєвий елемент художньої чи творчої діяльності», що охоплює «більш широкий спектр видів діяльності, що включає галузі культури, а також все культурне або мистецьке виробництво»
- C. індустрії, які включають надання готельних послуг і організацію за оплату короткотермінового проживання в готелях, кемпінгах, мотелях тощо
- D. сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності, що забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів

#### **2. Культурні товари**

- A. споживчі товари, що передають ідеї, символи і уявлення про образ життя

- В. спрямовані на задоволення культурних інтересів або потреб
- С. попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги
- Д. результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів

### **3. Культурні послуги**

- А. споживчі товари, що передають ідеї, символи і уявлення про образ життя
- В. спрямовані на задоволення культурних інтересів або потреб
- С. попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги
- Д. результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів

### **4. Найбільша кількість культурних об'єктів світової спадщина UNESCO припадає на**

- А. Латинську Америку та Карибський басейн
- В. Європу та Північну Америку
- С. Азію та Тихоокеанський регіон
- Д. Африку

### **5. Найменша кількість культурних об'єктів світової спадщина UNESCO припадає на**

- А. Латинську Америку та Карибський басейн
- В. Арабські держави
- С. Азію та Тихоокеанський регіон
- Д. Африку

#### **Рекомендована література:**

1. 2009 UNESCO framework for cultural statistics. URL: [http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en\\_0.pdf](http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf)
2. Creative economy report 2013. Special edition. URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>
3. Tourism and the Creative Economy. URL: [https://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014\\_Tourism\\_and\\_the\\_creative.pdf](https://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_Tourism_and_the_creative.pdf)
4. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. URL: <https://whc.unesco.org/>
5. Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage. URL: <https://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf>

### **Тема 13. Класифікація транспортних засобів світової індустрії пасажирських перевезень**

**Форми контролю:** розв'язання практичних завдань.

#### **Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення ситуаційних завдань на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Роль та місце авіаційного транспорту у розвитку світової індустрії гостинності.
- 2) Роль та місце автомобільного транспорту у розвитку світової індустрії гостинності.
- 3) Роль та місце морського транспорту у розвитку світової індустрії гостинності.

#### **Рекомендована література:**

1. Герасименко В.Г. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: навчальний посібник. «Бурун Книга», 2011. 114 с.
2. Смирнов І.Г. Логістика туризму: навчальний посібник. К. : Знання, 2009. 444 с.
3. Аріон О.В. Організація транспортного обслуговування туристів: навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2008. 192 с.
4. Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416660>

### **Тема 14. Роль транспорту у світовій індустрії гостинності**

**Форми контролю:** тестування, фронтальне та індивідуальне опитування.

#### **Завдання для самостійної роботи:**

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) Комплексна структура логістики світової індустрії гостинності.
- 2) Рейтингова оцінка видів транспорту в туризмі.
- 3) Порівняння ефективності автомобільних, залізничних і повітряних перевезень туристів.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

**1. Аналіз діяльності транспорту у світовій індустрії гостинності доцільно здійснювати за критеріями**

- A. безпека перевезень та вартість транспортних послуг
- B. швидкість прибуття туристів та надійність транспортних засобів
- C. технічний, сервісний потенціали та фінансове становище перевізника
- D. усі відповіді вірні

**2. Згідно UNWTO найбільш вживаний вид транспорту серед туристів та подорожуючих**

- A. повітряний
- B. залізничний
- C. водний
- D. автомобільний

**3. Згідно UNWTO найменш популярний вид транспорту серед туристів та подорожуючих**

- A. повітряний
- B. залізничний
- C. водний

D. автомобільний

**4. Повітряний транспорт має спосіб регулювання**

A. національне

B. міждержавне

C. міжнародне

D. усі відповіді вірні

5. Класифікація транспортних подорожей за формою маршруту подорожі включає види

A. залізничний, автобусний, авіаційний, морський, річковий, комбінований

B. цілорічні, сезонні, разові

C. лінійна, кільцева, радіальна, комбінована

D. короткотривалі, на зразок weekend, багатоденні

**Рекомендована література:**

1. Герасименко В.Г. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: навчальний посібник. «Бурун Книга», 2011. 114 с.

2. Смирнов І.Г. Логістика туризму: навчальний посібник. К. : Знання, 2009. 444 с.

3. Аріон О.В. Організація транспортного обслуговування туристів: навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2008. 192 с.

4. Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416660>



Навчальне видання

*Горіна Ганна Олександрівна*  
*Романуха Олександр Миколайович*

Кафедра туризму та країнознавства

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ  
«СВІТОВА ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ»**

Формат 60×84/8. Ум. др. арк. 2.

Донецький національний університет  
економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського  
50042, Дніпропетровська обл.,  
м. Кривий Ріг, вул. Курчатова, 13.  
Свідоцтво суб'єкта видавничої  
справи ДК № 4929 від 07.07.2015 р.