

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародної економіки
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

МАТЕРІАЛИ
круглого столу та студентської науково-практичної
конференції

**«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС:
СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ДЛЯ УКРАЇНИ»**

12 квітня 2018 року

м. Одеса

Одеса – 2018

УДК 338.488.2:640.4

L 83

P 58

*Рекомендовано до видання Вченою радою факультету міжнародної економіки
Одеського національного економічного університету
(протокол № 9 від 24 квітня 2018 року)*

Редакційна колегія:

Герасименко В. Г. – к.е.н, проф., завідувач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу ОНЕУ;

Галасюк С. С. – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

Нездоймінов С. Г. – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

Семенов В. Ф. – д.е.н., професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

Лебедєв І. В. – д.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

Михайлюк О. Л. – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

Давиденко І. В. – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

Іванов А. М. – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Дане видання містить матеріали круглого столу та тези доповідей учасників студентської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід на перспективи розвитку для України» (12 квітня 2018 року, м. Одеса).

Крім доповідей учасників круглого столу у збірник увійшли матеріали секцій конференції: «Сучасні тенденції розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу», «Організаційно-економічні аспекти функціонування підприємств сфери туризму та гостинності», «Регіональні проблеми розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу», «Управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом: історія та сучасність», «Використання сучасних інструментів маркетингу в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі», «Рекреаційний та екологічний аспекти розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу», «Впровадження інноваційних технологій у сучасному туристичному та готельно-ресторанному бізнесі».

Видання призначене для науковців, практиків, викладачів, аспірантів і студентів вищих навчальних закладів за спеціальностями «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа».

Усі матеріали публікуються в авторській редакції.

Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – 678 с.

© Одеський національний економічний університет, 2018

© Колектив авторів, 2018

ГОСПОДАРСТВА ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	
Корецький К. О.	
РОЗВИТОК КВЕСТ-ЕКСКУРСІЙ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА НІША КВЕСТ-АТРАКЦІЙ.....	379
Лисяна В. О.	
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ БАЗИ В МЕЖАХ АГРОМАРШРУТУ В ОПШНІ.....	384
Мисяк О.М.	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЙ ЕТНІЧНОГО ТУРИЗМУ В ГІРСЬКИХ РАЙОНАХ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	390
Мушинська Ю. А.	
ГЕОРЕКРЕАЦІЙНІ ФЕНОМЕНТИ ТЕРНОПІЛЬЩИНИ ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РЕГІОНІ.....	393
Никига О. В.	
ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ СТАЦІОНАРНИХ ПІЗНАВАЛЬНИХ ТУРІВ (НА ПРИКЛАДІ МІСТА ЛЬВОВА).....	396
Павлишина М. В.	
РОЗВИТОК ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ СВІТУ	399
Пилипенко А. О.	
ОРГАНІЗАЦІЯ ОГЛЯДОВОЇ ЕКСКУРСІЇ З МАЙСТЕР-КЛАСОМ.....	403
Пухка А. С.	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	408
Сініцин Г. І.	
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ	412
Соболева Н. В.	
АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	417
Чуприна А. С.	
ОДЕСЬКА ОБЛАСТЬ ЯК НАЙБІЛЬШ ПЕРСПЕКТИВНИЙ РЕГІОН ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕНОГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	422
Шашкіна О. О.	
ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ СВІТУ	428

СЕКЦІЯ 4.

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Бановська К. О.	
СУЧАСНІ ФОРМАТИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	433
Брянська Н. М.	
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	437
Васильєва К. О.	
ФРАНЧАЙЗИНГ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ	441
Вілюгіна А. С.	
МІЖНАРОДНІ ГОТЕЛЬНІ МЕРЕЖІ: ПЕРЕВАГИ СТВОРЕННЯ ТА ПРИЧИНИ НЕРОЗВИНЕНOSTІ В УКРАЇНІ	445
Волошина К. В.	
ПРОБЛЕМИ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	449

ОРГАНІЗАЦІЯ ОГЛЯДОВОЇ ЕКСКУРСІЇ З МАЙСТЕР-КЛАСОМ

Вперше тлумачення слова екскурсія була написана у 1882 році у словнику Володимира Івановича Даля. Він тлумачив це слово як «Екскурсія – це прогулянка, вихід на пошук чогось, для збирання трав та ін.».

Екскурсійне обслуговування є однією з найважливіших туристичних послуг і самою популярною формою атракції.

Відповідно до ГОСТ 28681.2-95 «Туристские услуги. Общие требования» екскурсія – це «туристична послуга, яка забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів» [4].

У даний час екскурсія – це процес пізнання людиною навколишнього світу, що передбачає ознайомлення з об'єктами «наживо». З кожним роком екскурсія набувала різні відгалуження і на даний момент маємо таку класифікацію екскурсій (див. Рис. 1).

Класифікація екскурсій				
За змістом	За складом учасників	За місцем проведення	За способом пересування	За формою проведення
Оглядові	Для дітей	Міські	Пішохідні	Звичайна екскурсія
Історичні	Для дорослих	Заміські	транспортні	Екскурсія-масовка
Природознавчі	Для сеньйорів	Музейні	комбіновані	Екскурсія-прогулянка
Мистецтвознавчі	Для загалу	Виробничі		Екскурсія + аудіоматеріали
Літературні	Для фахових груп	Релігійні		Екскурсія + відеоматеріали
Виробничі	Для місцевого населення			Екскурсія + обговорення
Архітектурні	Для внутрішніх туристів			Навчальні екскурсії
Культурно-релігійні	Для іноземних туристів			

Рис. 1. Класифікація екскурсій [4]

Екскурсійна діяльність може мати деякий соціальний характер, бути розвиненим у форматі малого підприємництва задля залучення додаткових коштів домогосподарств. Згідно даним статистичного щорічника на 2016 рік в Україні кількість штатних працівників суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність склала 171, з них особи до 30 років тільки 30 осіб. З чого можна зробити висновок, що значна кількість офіційно зареєстрованих працівників екскурсійної діяльності можуть бути особи пенсійного віку, що формують додатковий фінансовий потік до своїх пенсійних надходжень. Цей факт впливає на форму проведення екскурсій [2, 3].

Оглядова екскурсія має свою специфіку, вона розкриває кілька тем одразу, охоплює різнопланові об'єкти: пам'ятки історії, культури, архітектури, підприємства, природні об'єкти та ін. Їх поєднує те, що через них відбувається ознайомлення з містом або краєм у цілому. Оглядові міські екскурсії становлять найбільший інтерес, особливо для туристів, що відвідають місто вперше. Попит на оглядові екскурсії перевищує число будь-яких тематичних. І це зрозуміло, адже за короткий час, зазвичай за 3 години, екскурсанти одержують можливість познайомитися з містом у загальних рисах, побачити основні його принади. Споживачами оглядових екскурсій часто можуть бути студентство та молодь, що для відвідання міста зазвичай використовують бюджетні засоби розміщення, такі як хостели [1].

Головне завдання оглядової екскурсії – дати загальне уявлення про місто, познайомити з визначними пам'ятками архітектури, розповісти про видатні сторінки з його історії та ін. Усе підпорядковується цій меті: відбір об'єктів показу, матеріалів для індивідуального тексту, ілюстрацій «портфелю екскурсовода». При цьому варто знайти такі сторони міського життя, що покажуть місто у вигідному для нього світлі, розкриють особливості та підкреслять його унікальність.

Незалежно від місця проведення оглядові екскурсії мають дещо схожу структуру. Кожна з них складається з низки під тем, у яких розкриваються різні питання: виникнення міста, історія його розвитку і забудови, особливості

планування – обов'язкові в будь-якій оглядовій екскурсії. Не обійтися тут і без розповіді про промисловість і культуру, характеристики наукових і навчальних закладів. Але завжди є одна або декілька тем, які відрізняють одне місто від іншого, створюють тільки йому притаманне «обличчя». Ці теми й повинні стати стрижневими при створенні оглядової екскурсії, тому що їх, пам'ятатимуть й за ними згадуватимуть місто.

Багатоплановий характер оглядових екскурсій визначає розмаїття об'єктів. За невеликий відрізок часу можуть бути показані руїни древньої фортеці, архітектура старого міста, пам'ятник видатній особі – місцевому уродженцеві, християнські собори та чимало іншого. Всі ці різнопланові об'єкти і під теми, які на перший погляд мають мало спільного, повинні бути ув'язані між собою, зведені в єдине ціле.

Хронологічні рамки оглядової екскурсії – від часу заснування (першої документальної згадки) до сьогодення з обов'язковим «поглядом у майбутнє». Тому маршрут, зазвичай, починають із місця заснування поселення й далі продовжують так, як розвивалося та зростало місто. Однак рідко коли вдається дотриматися хронологічного порядку, частіше ознайомлення з містом відбувається за тематико-хронологічним принципом, що дає певну свободу при визначенні послідовності показу об'єктів і розробці маршруту екскурсії.

На оглядовій екскурсії нерідко передбачається відвідування музею. Це робиться тоді, коли зоровий ряд на вулицях міста недостатній або маловиразний. У музеях найчастіше показуються археологічні, етнографічні або біографічні матеріали. Прийнято, що час, відведений на огляд тієї чи іншої музейної експозиції, не повинен перевищувати 30-40 хвилин.

До оглядової екскурсії можна додати не тільки відвідування музеїв, катакомби, замків, а й відвідування майстер-класів, які можуть допомогти екскурсантам більше поглибитися у історію краю яке вони відвідують.

Майстер-клас – можна вважати не тільки оригінальним методом навчання і конкретним заняттям по вдосконаленню практичної майстерності, що проводиться фахівцем в певній галузі творчої діяльності для осіб, які досягли

достатнього рівня професіоналізму в цій сфері діяльності. Але як і наглядний метод для екскурсантів зануритися у атмосферу певної культури [5].

Віддаленим попередником майстер-класу можна вважати методику викладання софістів в Стародавній Греції. Демонстрація своєї майстерності софістом учням в присутності публіки поєднувалася з детальною розробкою виступів самих учнів викладачем.

Родоначальником майстер-класу в його сучасній формі зазвичай визнається Ференц Ліст, який провів майстер-клас в Веймарі в 1869 році. У його занятті з музикантами вже присутні основні атрибути даного методу: демонстрація місцевими музикантами своїх навичок, відпрацювання під керівництвом майстра дрібних деталей виконання, оригінальних звукових ефектів, фразування і ритму, присутність аудиторії.

Фізик Вільям Томпсон в 1884 році провів двадцять занять по молекулярній динаміці і хвильової теорії світла в формі майстер-класу.

Широке поширення отримали майстер-класи в педагогічній діяльності Густава Леонхардт, Мстислава Ростроповича, Володимира Горовиця, Жорді Савален, Кейко Абе і інших видатних музикантів ХХ століття.

Класичний майстер-клас включає:

- демонстрацію фахівцем своєї майстерності або свого розуміння проблеми в практичній формі. Роль майстра – консультант, який допомагає організувати навчальну роботу, осмислити на новому більш високому рівні творчу діяльність. На відміну від тренінгу і семінару майстер-клас зазвичай проводиться для тих, хто вже відбувся як професіонал, але не задоволений рівнем, якого вже досяг. На відміну від конференції в майстер-класі відсутня рівність сторін процесу навчання;

- залучення учня в активну діяльність з освоєння майстерності під контролем фахівця;

- публічність. Наявність широкої аудиторії, що сприймає процес спілкування майстра і його учнів, яка може втручатися в цей процес, ставлячи питання і вимагаючи пояснень.

Дегустація – це кулінарний термін, що означає «уважне оцінювання смаку різних продуктів» і зосередження уваги на смаковій системі, відчуттях, високому кулінарному мистецтві і хорошій компанії [6].

Дегустації часто використовуються як засіб стимулювання збуту, виведення нового товару на ринок. Дегустації результативні для недорогих товарів з коротким циклом покупки.

Розрізняють такі види дегустації:

– прямі дегустації, в ході яких випробовується приготований продукт. Тестінг проводиться в маркетингових дослідженнях, коли споживачеві запропоновано протестувати конкретний виріб без порівняння з аналогами. Маркетингове засіб імітації повномасштабних продажів з метою визначення очікуваних обсягів збуту.

– сухі дегустації під час яких не відбувається випробування продукту, методом перевірки реакції споживача на рекламу або якийсь інший спосіб звернення до споживача шляхом зіставлення числа запитів, отриманих в результаті такого звернення.

Список використаних джерел:

1. Давиденко І. В. Можливості розвитку хостелів в Україні / І. В. Давиденко, І. М. Єгупова, Л. В. Бортник // Актуальні проблеми розвитку економіки в контексті глобальних викликів: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 45-річчю ФМЕ. – Одеса: Атлант, 2013.
2. Коцюрубенко А.Н. Формирование пенсионной составляющей финансовых ресурсов домохозяйств Украины / А.Н. Коцюрубенко, Н.А. Шикина // Журнал "Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление". – Воронеж, 2013. – №2. – С. 176–184.
3. Нездойминов С. Г. Малый бизнес гостеприимства в контексте развития социального предпринимательства / С. Г. Нездойминов, О. В. Шикина // Journal Association 1901 SEPIKE. – 2016. – № 15. – С. 118-121.
4. Нездойминов С. Г. Організація екскурсійних послуг: навч.-методичний посібник / С. Г. Нездойминов. – Одеса: Астропринт, 2011. – 216 с.
5. Олійник В. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України / В. В. Олійник, О. В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – Миколаїв, 2016. – Випуск №14. – С. 460-463.
6. Основи рекреалогії (економіко-екологічний та маркетинговий аспект): навч. посіб. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/4248>.