

Туристичний, готельний бізнес: інновації та тренди : дайджест.
Вип. 13 / [підгот. О. В. Олабоді] ; Нац. ун-т харч. технологій. Наук.-техн. б-ка.. – Київ, 2016. – 18 с.

Дайджест містить інформацію про видання з фондів Науково-технічної бібліотеки НУХТ, літературу з туристичного та готельного бізнесу: навчальні видання, монографії, колективні монографії, наукові статті з фахових видань науковців Національного університету харчових технологій та ін.

Видання адресоване науковцям, викладачам, студентам та всім зацікавленим.

Від упорядника

Сучасний туризм – одна із найпотужніших та динамічних галузей світового господарства, істотна компонента ринку послуг. Туристська галузь – одна із складових економіки України, важливий чинник інтеграції української держави в європейське і світове співтовариство. Туризм сьогодні став невід’ємною частиною життя мільйонів людей і вносить вагомий вклад у становлення економічної та культурної співпраці, досягнення взаєморозуміння між народами. Він розширює свої межі, охоплює не лише відпочинок людей, а й їх ділову, наукову, спортивну, розважальну та іншу діяльність. Поняття «інновації» об’єднує в собі особливості процесу оновлення, внесення нових елементів у туристичний та готельний бізнес.

Метою цього Дайджесту є ознайомлення наукових працівників, викладачів, аспірантів і студентів університету з вибіркоким аналітичним обзором наукових видань за 2010–2016 роки з питань туристичного та готельного бізнесу.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Формування ринкової економіки в Україні посилило інтерес до форм і методів туристичного обслуговування населення. Розвиток даної галузі прискореними темпами та зростання ролі конкуренції і ступеня комерціалізації туристської діяльності призвели до розуміння необхідності державного регулювання туристського бізнесу.



Протягом декількох поколінь значна частина населення України користувалася туристськими послугами, внаслідок чого потреба в них була масовою, тобто увійшла до норми життя, стала частиною національної культури. Нерідко туризм опинявся в різних країнах таким важелем, використання якого дозволяло оздоровити всю національну економіку країни. В багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення, активізації зовнішньоторговельного балансу. Туризм робить величезний вплив на такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання і інші, тобто виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку. Туризм став одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі. За даними Всесвітньої туристської організації (ВТО), він використовує приблизно 7% світового капіталу, з ним пов'язано кожне 16-е робоче місце, на нього доводиться 11% світових споживацьких витрат і він дає 5% всіх податкових надходжень. Ці цифри характеризують прямий економічний ефект функціонування індустрії туризму. Як окремий напрям діловий туризм виник лише 20-30 років тому. Піднімаючи за рахунок корпоративних клієнтів виручку в міжсезоння, турфірми і готелі згладжують сезонність туристичного бізнесу. Зараз бізнес на відрядженнях — це напрям туристичної діяльності, що найшвидше розвивається. На діловий туризм вже припадає \$399 млрд з \$6,5 трлн загальносвітового обороту туристичної галузі. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації (WTO), протягом найближчих десяти років оборот ділового туризму збільшиться у п'ять разів – попит з боку компаній зростає шаленими темпами. Замість поняття «бізнес-туризм» часто використовується англійський термін-аббревіатура – MICE, що точно відображає структуру цього виду туризму: Meetings/incentives/conferences/exhibitions, що в перекладі означає: ділові зустрічі/інсентив – туризм/конференції/виставки. У всіх розвинених країнах існують асоціації ділового туризму, спеціалізовані видання, учбові центри, проводяться виставки цієї сфери бізнесу. Наприклад, Американська Асоціація ділового туризму «SITE» (Society of Incentive and Travel Executives), об'єднує авіакомпанії, готелі, круїзні лінії, учбові установи,

конгресні центри, консалтингові і страхові компанії, фірми-туроператори інтенсив-турів, транспортні компанії.

Основні напрями роботи «SITE» – це маркетингова підтримка своїх членів, узагальнення і розповсюдження досвіду, видання спеціалізованої літератури. Business Travel сьогодні – розвинена індустрія з обслуговування ділових поїздок. Фахівці зазвичай розглядають поняття Business travel як бізнес-систему, що складається з чотирьох підсистем. Це – чотирикутник, в кутах якого знаходяться: «компанії-замовники (вони направляють своїх співробітників у ділові поїздки)», «компанії-постачальники окремого виду послуг» (авіакомпанії, готелі, бюро з оренди автомобілів, страхові компанії і ін.), «компанії-постачальники повного комплексу послуг (туроператори) у сфері ділових поїздок» і «організації і фірми індустрії MICE». Діловий туризм – це і поїздки за кордон на виставки і конференції і так далі, для когось – це поєднання приємного з корисним, коли вдається провести і ділові переговори і відпочити в нових місцях. Сьогодні багато туристичних компаній успішно працюють в області організації і обслуговування конференцій, конгресів і корпоративних заходів. Вони швидко і ефективно організують поїздки різної тематики і мети (від організації конференцій до відвідин виставки чи конкретного підприємства) як для великих груп (100 чоловік і більше), так і для індивідуальних клієнтів. Організація бізнес-турів має свою специфіку. Як правило, бізнесмени планують свої поїздки за декілька місяців, що особливо актуально для «високого сезону» у виставковому бізнесі, який припадає на лютий-травень і вересень-листопад. При організації ділових поїздок як правило необхідно знайти найкоротшу стиковку авіарейсів, найближчий до виставки готель, найзручніший трансфер і тому подібне. Основа ділової поїздки – програма зустрічей і заходів, спланованих і насичених. Туристичним компаніям без копійки роботи з клієнтом, розуміння специфіки його професійної діяльності і чіткого бачення саме ділової мети його поїздки не обійтися. Ділові поїздки організуються, як правило, з повною культурною і екскурсійною програмою. У стандартну програму входить мешкання, сніданки, трансфери, оформлення візи. Додатково надаються такі послуги як: акредитація на виставку або вхідні квитки, послуги гідів, перекладачів, додаткові переїзди або оренда автомобіля і багато іншого, що може бути необхідним на тому чи іншому заході. Клієнтам пропонуються спеціальні тарифи на перельоти в бізнес класі, організація VIP-обслуговування в аеропортах тощо. Діловий туризм охоплює групи людей, об'єднаних єдиною метою або фаховими інтересами. Це можуть бути бізнесмени, інженери, лікарі, педагоги, спеціалісти сільського господарства, які здійснюють туристичні подорожі за спеціальними програмами і маршрутами. Поняття “діловий туризм”, за сформованою у міжнародному туризмі практикою, охоплює широке коло поїздок:

- ділові поїздки співробітників підприємств для переговорів, участі у виробничих нарадах, презентаціях, збутова діяльність тощо;

- поїздки на конгреси, конференції, виставки, ярмарки, біржі;
- поїздки на спортивні змагання команд, гастролі;
- поїздки офіційних делегацій.

Діловий туризм відіграє значущу роль у міжнародному, внутрішньому й іноземному туризмі України, перспективи його розвитку – якнайсприятливіші. Частка ділового туризму в світі, за оцінками експертів ВТО, становить майже 20 відсотків. Для розуміння необхідності ділового туризму, слід звернути увагу на основні етапи розвитку будь-якої справи/підприємства. Розширення і розвиток бізнесу передбачає наступні етапи: визначення ключових партнерів, територіально-географічне розміщення підприємств, калькуляція витрат та інвестицій тощо. На кожному із зазначених етапів є обов'язковою присутність керівників або висококваліфікованих фахівців на певному об'єкті або під час якогось процесу. Таким чином виникає потреба в переміщенні людей та їх подорожуванні з філії на філію, з заводу у канцелярію тощо. На сучасному етапі розвитку ділового туризму в Україні можна визначити такі ключові види: міжнародний, регіональний, внутрішній. Міжнародний діловий туризм передбачає здійснення подорожі з метою налагодження ділових зв'язків, візит до іноземної філії або головної штаб квартири в іншій країні світу. Найчастіше міжнародні зустрічі організують у Відні. За даними Міжнародної асоціації конгресів і з'їздів (ICCA — International Congress and Convention Association), 2005 року в австрійській столиці було проведено 129 великих міжнародних конгресів, з'їздів та симпозіумів. Друге і третє місця, за даними ICCA, у Сінгапура та Барселони, де за рік організовано відповідно 125 і 116 бізнес-заходів. Регіональний вид ділового туризму є притаманним країнам СНД або країнам-сусідам між якими існує тісне промислове співробітництво. Розглядаючи регіональні аспекти розвитку українського туризму можна відзначити суттєву активність між південно-західними регіонами Росії та східними регіонами України. Ключовими напрямками є: Київ-Москва, Київ-Ростов, Київ-Курськ, Харків-Москва, Харків-Курськ, крім того активним є співробітництво із Білорусією. Внутрішній туризм – це здійснення подорожі у ділових цілях в межах окремої країни. В Україні діловими центрами є наступні міста: Київ, Львів, Харків, Луганськ, Донецьк, Дніпропетровськ, Одеса. В Україні діловий туризм як повноцінна індустрія, лише спинається на ноги, але вже має чим похвалитися. Чи не найголовніша перевага українських готелів – ціни, що, як правило, в кілька разів нижчі за європейські, тоді як сервіс відповідає найвищим світовим стандартам. Минулого року в українських готелях відбувалися також зустрічі великих світових корпорацій та конференції під егідою Євросоюзу. Лідером України у галузі ділового туризму, зокрема, проведенні конференцій, є Одеська область. Завдяки цілеспрямованій діяльності облдержадміністрації, Одещина самостійно брала участь у виставках у Франції та Бельгії. Крим у зимовий час стає місцем багатьох міжнародних зустрічей та конференцій. Виділяється також Донецьк, де

останнім часом VIP-будівництво не затихає. Багато іноземних інвестицій залучено до Львова. Туристична інфраструктура Карпат зараз лише розвивається, проте за десяток років цілком «дотягне» до курортів Словенії.

Та найголовніше завдання для українського ділового туризму – об'єднати зусилля. Одним із перших кроків у цьому напрямі стала виставка-конференція MICE-2007. 34 вітчизняних підприємства пропонували свої послуги з розміщення та обслуговування VIP-заходів. MICE у Києві проводять вже вдруге, і вона є, певною мірою, плацдармом для просування на міжнародну виставку ділового туризму IMEX, що відбудеться наступного року в німецькому місті Франкфурт. Представити українські фірми на IMEX означає здобути європейських, насамперед, німецьких клієнтів. До того ж проведення в Україні міжнародних конференцій і виставок сигналізує й пересічному іноземцеві, що до нас можна їхати, бо тут є належні умови й безпека. Асоціація ділового туризму України, до якої входять підприємства, що залучені в галузі організації подорожей, коференц-сервісу, готельного сервісу тощо, покликана представити нашу країну на міжнародному рівні та разом із державою виробляти спільну стратегію розвитку галузі. На державному рівні поняття ділового туризму не відділене від туризму загалом. Відтак не існує цільової програми розвитку цього сегменту туристичної індустрії. Тим часом його частка складає близько 15 відсотків від усього українського туризму, і надалі зростатиме.

Перспективи розвитку ділового туризму / С. І. Уліганець, О. Ю. Дмитрук, О. Г. Стригун // Географія та туризм : науковий збірник / Ред.кол. : Я. Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – Київ : Альтерпрес, 2010. - Вип. 6. - С. 117-122.

Навчальні видання. Монографії

Актуальні проблеми управління виноградно-виноробним комплексом : колективна монографія / І. М. Бабич, Д. І. Басюк, М. В. Білько та ін. ; за ред. П. Л. Шияна, Д. І. Басюк ; Національний університет харчових технологій. – Кам'янець-Подільський: ПП Зволейко Д. Г., 2014. – 252 с.



УДК : 338.48-6:663.2:634.8

Анотація видання

Колективна монографія розрахована на студентів й аспірантів, викладачів вищих та середніх навчальних закладів, а також фахівців туристичної та виноробної галузі, які прагнуть розвивати виноробне господарство та винний туризм, ознайомитися з особливостями дестинацій винного туризму як інструменту промоції національних вин.



Басюк, Д. І. Теоретичні і прикладні основи формування дестинацій винного туризму : монографія / Д. І. Басюк ; Національний університет харчових технологій. – Кам'янець-Подільський : ПП Зволейко Д. Г., 2014. – 272 с.



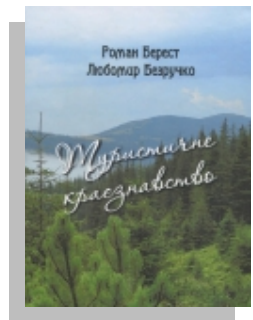
УДК : 338.48-6:663.2

Анотація видання

Досліджено сутність, типологію та особливості дестинацій винного туризму, висвітлено кращий досвід формування центрів винного туризму в країнах Європи, Америки та Азії. Представлено стан і перспективи розвитку винного туризму в Україні, в тому числі і на території тимчасово окупованої АРК, яка складала і буде складати частину українського виноробства і українського туризму. Розкрито сучасні технології маркетингового комплексу винного туризму як засобу популяризації національного туристичного продукту та продукції вітчизняних виноробних підприємств.



Берест, Р. Я. Туристичне краєзнавство : текст лекцій для студентів ВНЗ туристичного профілю / Р. Я. Берест, Л. С. Безручко ; Львівський інститут економіки і туризму. – Львів : Галиц. вид. спілка, 2015. – 312 с.



УДК : 338.48:908(075)

Анотація видання

Текст лекцій максимально адаптований до діючої навчальної Програми для підготовки фахівців туристичного профілю, затвердженої Міністерством освіти і науки України і є результатом виконання науково-дослідної теми: дослідження історії, світової і вітчизняної культури та застосування їх результатів в туризмі. Курс містить стислий виклад матеріалу з туристичного краєзнавства, доповнений таблицями, схемами, ілюстраціями та коротким термінологічним словником. Рекомендується викладачам, студентам, аспірантам дослідникам, краєзнавцям, усім, хто цікавиться туристичним краєзнавством.



Василенко, В. О. Конкуреноспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навчальний посібник / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко ; Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського. – Київ : Освіта України, 2012. – 508 с.



УДК : 338.48:005.332.4(075.8)

Анотація видання

Має прикладний характер і охоплює основну тематику професійно-орієнтованої дисципліни «Конкуреноспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу» для ВНЗ III—IV рівнів, які готують фахівців для сфери туризму. Кожна тема представлена матеріалом, що відповідає типовими завданням діяльності та умінням зі спеціалізації магістерської програми «Менеджмент туристичної індустрії» та спеціальності «Туризмознавство (за видами)».



Кифяк, В. Ф. Організація туризму : навчальний посібник / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2011. – 344 с.

УДК : 338.48(075.8)

Анотація видання

Розкрито основні поняття організації туристичної діяльності, окреслено складові сфери туризму, та законодавче регулювання організації туроператорської та турагентської діяльності, визначено можливості розвитку туризму в Україні. Особливу увагу приділено ліцензуванню туристичної діяльності, сертифікації послуг, організаційним формам та видам туризму, формуванню туристичного продукту тощо. Інноваційність посібника полягає у висвітленні сучасних підходів до організації туризму, сформованих у новій редакції закону України “Про туризм”.

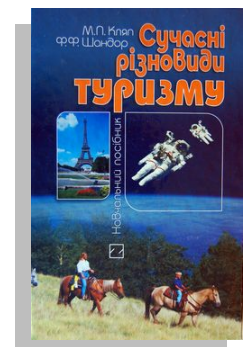


Кляп, М. П. Сучасні різновиди туризму : навчальний посібник / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – Київ : Знання, 2011. – 334 с. – (Вища освіта ХХІ століття).

УДК : 338.48(075.8)

Анотація видання

Автори посібника досліджують соціальний феномен туризму в сукупності його проявів: туристичної діяльності і поведінки, туристичних груп і організацій, соціальних систем і соціального інституту туризму. Посібник також сприятиме підготовці висококваліфікованих туризмознавців, які зможуть забезпечити високий рівень ефективності системи управління та конкурентоспроможності підприємств туристичної індустрії.



Кудла, Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник / Н. Є. Кудла. – Київ : Знання, 2012. – 343 с.

УДК : 338.48(075.8)

Анотація видання

Систематизовано матеріал з основних напрямів управління туристичним підприємством. Розглянуто типологію туристичних підприємств, їх сутність і функції у підприємницькій діяльності в умовах конкурентного ринку. Досліджено особливості туристичного попиту і пропозиції, формування туристичного продукту, специфіку управління людськими ресурсами. Викладені способи і методи визначення рівня якості туристичних послуг та використання сучасних інформаційних технологій допоможуть пристосувати пропозицію до клієнта, місця і часу.



Кудла, Н. Є. Управління якістю в туризмі : підручник / Н. Є. Кудла ; Львівський інститут економіки і туризму. – Київ : Центр учбової літератури, 2015. – 328 с.

УДК : 338.48:005.336.3(075.8)

Анотація видання

Комплексно розглянуто теоретичні та практичні аспекти управління якістю в туризмі. Визначено постулати якості у сферах надання послуг розміщення й харчування, транспортних, туристичного посередництва й організації та обслуговування туристичного руху. Наведено численні практичні приклади, наукові розвідки вітчизняних та закордонних фахівців й особисті спостереження автора. Охарактеризовано сутність якості людських ресурсів, а саме значення персоналу першої лінії для розпізнання потреб споживачів туристичних послуг, формування комунікації з клієнтом унаслідок безупинного покращення якості.



Мальська, М. П. Готельний бізнес : теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 472 с.



УДК : 640.41(075.8)

Анотація видання

У підручнику систематизовано виклад організаційних, управлінських та технологічних засад вивчення готельної сфери як навчальної дисципліни теоретико-методологічного та прикладного спрямування. Послідовно розкрито питання еволюції сфери гостинності, проаналізовано проблему типології та класифікації готельних підприємств, організації та управління, технології обслуговування, архітектурно-планувальні особливості споруд готельних підприємств.



Мальська, М. П. Організація готельного обслуговування : підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк, Ю. С. Занько. – Київ : Знання, 2011. – 366 с.



УДК : 640.41(075.8)

Анотація видання

Систематизовано виклад організаційних, управлінських і технологічних засад вивчення готельної сфери як навчальної дисципліни теоретико-методологічного й ужиткового спрямування. Послідовно розкрито питання еволюції сфери гостинності, проаналізовано проблему типології та класифікації готельних підприємств, організації й управління, технології обслуговування, архітектурно-планувальні особливості готельних споруд.



Мальська, М. П. Організація туристичного обслуговування : підручник / М. П. Мальська, В. В. Худо, Ю. С. Занько. – Київ : Знання, 2011. – 275 с.

УДК : 338.48(075.8)

Анотація видання

Проаналізовано історію розвитку туризму в світі, у тому числі в Україні, а також становлення туристичного бізнесу. Розглянуто основні види організації туристичного обслуговування. Значну увагу приділено питанням безпеки туристичної подорожі, інформаційному забезпеченню туристичної діяльності. Висвітлено шляхи вирішення проблеми підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств. Запропонована авторами інтерпретація менеджменту і маркетингу в туризмі дасть змогу студентам чіткіше осмислити ці питання та їх значення в організації туристичного обслуговування.



Мальська, М. П. Планування туристичної діяльності : підручник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун. – Київ : Знання, 2010. – 310 с.

УДК : 338.486.5(075.8)

Анотація видання

У підручнику викладено матеріал лекційного курсу “Планування діяльності туристичних підприємств”, в якому розкрито суть планування у туристичних фірмах. Поданий матеріал поглиблює теоретичні знання і методологічну основу здійснення технічного, економічного та бізнес-планування на туристичних підприємствах. Підручник устаткованно тестами, екзаменаційними питаннями, додатками, списком літератури та електронним диском з найважливішими нормативно-правовими актами, що регулюють туристичну діяльність.

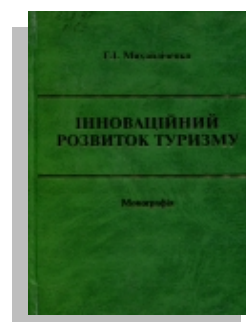


Михайліченко, Г. І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г. І. Михайліченко ; Київський національний торговельно-економічний університет. – Київ : КНТЕУ, 2012. – 608 с.

УДК : 338.48:330.341.1

Анотація видання

Викладено теоретико-методологічні засади інноваційного розвитку туризму, розкрито генезу інноваційних теорій, визначено напрями трансформації процесів управління і гармонійного розвитку туристичних підприємств, фактори інноваційних змін та особливості формування інноваційної стратегії туристичного підприємства. Проведено структурний аналіз інноваційного розвитку туризму як сфери діяльності, складових інноваційного процесу та динаміки нововведень у туризмі; структурно-інституціональний аналіз ринку туристичних послуг. Визначено заходи мотивації інноваційної активності, оновлення і модернізації технологічних процесів туристичних підприємств, дієвість інвестиційної політики та потенціал інноваційного розвитку підприємств туризму завдяки інтелектуальному, репутаційному, комунікативному та ресурсному потенціалу туризму.

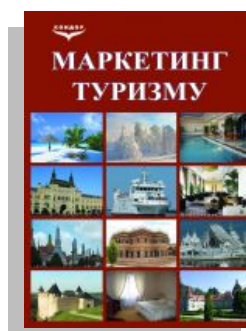


Мунін, Г. Б. Маркетинг туризму : економіко-організаційні аспекти : підручник / Г. Б. Мунін, В. О. Лук'янов, В. В. Гарагонич. – Київ : Кондор, 2011. – 430 с.

УДК : 339.138(075.8)

Анотація видання

Розглянуті теоретичні питання і принципи формування маркетингової діяльності в сфері туризму на основі маркетингової теорії і практики сучасного ведення бізнесу. Показана специфіка та особливості маркетингу і маркетингових досліджень в сфері туризму. Проаналізована поведінка споживача, та механізми розробки і прийняття рішень у туристичній сфері, доведена необхідність використання сучасних методів маркетингової стратегії.



Панченко, Ю. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навчальний посібник / Ю. В. Панченко, О. Є. Лугінін, С. В. Фомішин. – Херсон : Олді-плюс, 2013. – 342 с.

УДК : 005:338.48(075.8)

Анотація видання

Розглянуто теоретичні і методичні питання формування управлінської діяльності в організаціях сфери туризму на основі теорії і практики менеджменту сучасного господарювання. Матеріал посібника доповнює небагатосельні навчальні видання в Україні, де підходи класичного менеджменту поєднуються зі специфікою управління внутрішнього та міжнародного туризму.



Пангелов, Б. П. Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей : навчальний посібник / Б. П. Пангелов. – Київ : Академвидав, 2010. – 248 с.

УДК : 379.85(075.8)

Анотація видання

Туристсько-краєзнавчі подорожі відновлюють і розвивають сили, волю людини, збагачують її знання про себе, свій край і світ. При їх підготовці однаково відповідально продумують маршрут, програму, організаційне забезпечення, дбають про спорядження, фізичну, технічну, психологічну придатність, мотивацію учасників.



Проектування готелів : навчальний посібник / А. А. Мазаракі, М. І. Пересічний, С. Л. Шаповал, С. В. Мельниченко ; за ред. А. А. Мазаракі ; Київський національний торговельно-економічний університет. – Київ : КНТЕУ, 2012. – 340 с.



УДК : 640.412 (075.8)

Анотація видання

Наведено загальні положення до проектування готелів та порядок розроблення розділів (інженерно-технологічного, архітектурно-будівельного, організаційно-економічного та розвитку проекту) для написання дипломного магістерського проекту.



Розметова, О. Г. Організація готельного господарства : підручник / О. Г. Розметова, Т. Л. Мостенська, Т. В. Влодарчик. – Кам'янець-Подільський : «Абетка» – ФОП Сисин О. В., 2014. – 432 с.



УДК : 640.41(075.8)

Анотація видання

Розглянуто основні питання щодо організації готельного господарства в умовах ринкової економіки. Значна увага приділена теоретичним питанням щодо сутності, змісту основних детермінант готельного господарства, класифікації та типізації засобів розміщення. Розкрито методологічні основи організації функціонування готельних підприємств з урахуванням специфіки окремих їх видів. Підручник містить основні питання, передбачені стандартом в нормативній дисципліні «Організація готельного господарства» для студентів напрямів підготовки «Готельно-ресторанна справа» та «Туризм».

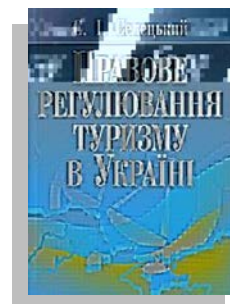


Селецький, С. І. Правове регулювання туризму в Україні : навчальний посібник / С. І. Селецький. – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 186 с.

УДК : 340.13:338.48(075.8)

Анотація видання

Закон України про туризм
Закон України про сільський зелений туризм проект
Закон України про курорти
Закон України про музеї та музейну справу

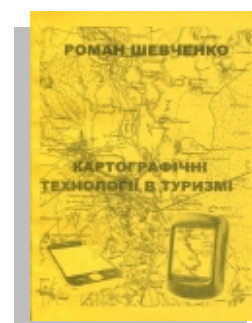


Шевченко, Р. Ю. Картографічні технології в туризмі : навчально-методичний посібник для студентів / Р. Ю. Шевченко ; Київський міжнародний університет. – Київ : КиМУ, 2014. – 79 с.

УДК : 338.48:528.93

Анотація видання

Призначений для поглибленого вивчення курсу «Інноваційні технології в туризмі» і надає широку інформацію про сучасні картографічні технології в туристичному обслуговуванні населення.



Наукові статті

Готельні мережі як ефективний спосіб ведення бізнесу в індустрії гостинності: світовий досвід

● Колодійчук, А. В.

Журнал

Формування ринкових відносин в Україні.

№ 6 (181) / 2016

УДК : 338.488.2:640.4:005.332.4



Анотація наукової статті

Розглянуто дві основні групи чинників, що вплинули на формування сучасного мережевого готельного бізнесу і лежать в основі глобалізаційних процесів. Виділено два види готельних мереж у міжнародній практиці готельного бізнесу. Охарактеризовано найбільш розповсюджені форми управління сучасними готельними мережами, зокрема договір франчайзингу і управління за контрактом.



Екологічно-орієнтовані види туризму як стратегічний напрям розвитку галузі в сучасних умовах

● Бриль, К. Г

Журнал

Економіка та держава

№ 9 / 2015

УДК : 338.48(477)



Анотація наукової статті

Однією з важливих проблем розвитку туризму в Україні є узгодження обсягів припустимого екологічного навантаження на рекреаційні території з їх відновлювальною здатністю. Екологічний туризм має величезний потенціал, котрий, за умови розумного його використання, дозволить отримувати значний ефект.



Роль психології у забезпеченні еногастрономічного туризму

● Чугаєва, Н. Ю.

Журнал

Наукові праці Національного університету харчових технологій
Т. 22, № 3 / 2016

УДК : 159.922.7:37.015.3



Анотація наукової статті

Досліджено актуальну проблему особливостей застосування психологічних знань, які впливають на ефективність процесу еногастрономічного туризму. Здійснено науково-теоретичне обґрунтування вивчення студентами напряму підготовки «Туризм» навчальної дисципліни «Психологія» та її професійно орієнтованих галузей. Проаналізовано психологічні аспекти процесу зарубіжного та вітчизняного еногастрономічного туризму й участі в ньому туристичного персоналу.



Лояльность в гостиничной индустрии

● Ойнер, О. К.
● Корелина, А. С.

Журнал

Международная экономика
№ 8 / 2015



Анотація наукової статті

Представлены результаты исследования взаимосвязи удовлетворенности потребителей с их лояльностью в гостиничной индустрии. Данная взаимосвязь рассматривается через призму ключевых поведенческих характеристик клиентов сети отелей (готовность рекомендовать/вернуться). По результатам исследования был рассчитан коэффициент лояльности потребителей и сделаны выводы о его взаимосвязи с уровнем удовлетворенности клиентов отелей. Исследование проводилось методом формализованного опроса.

