

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА**

*Кафедра туризму географічного факультету
Кафедра країнознавства і міжнародного туризму
факультету міжнародних відносин*

ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НАН УКРАЇНИ

**ГЕОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА І ТУРИЗМ:
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД**

Матеріали

XIII Міжнародної наукової конференції

Львів

27-29 вересня 2019 р.

Львів – 2019

УДК 338.48(4)

Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали XIII Міжнародної наукової конференції. – Львів, 2019. – 307 с.

Матеріали наукової конференції охоплюють особливості реалізації державної політики в галузі туризму, розробки туристичного продукту, економічного забезпечення туризму, просторового поширення туристичних ресурсів, специфіки підготовки фахівців для туристичної галузі, розвиток спеціалізованих видів туризму, історію туризму.

Авторами збірника є провідні вчені та молоді науковці України, Польщі, Німеччини, Білорусі, Литви, Греції, Болгарії, Туреччини, Словенії.

Рецензенти:

Мальська М.П., д-р екон. наук, професор Львівського національного університету імені Івана Франка

Антонюк Н.В., д-р істор. наук, професор Львівського національного університету імені Івана Франка

Мельник А.В., д-р геогр. наук, професор Львівського національного університету імені Івана Франка

Dolecki Leopold, dr hab., prof.WSSP, prodziekan Wydziału Nauk o Zdrowiu, Wyższa Szkoła Społeczno-Przyrodnicza im. W.Pola w Lublinie

Кравців В.С., д-р екон. наук, професор, ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.Долішнього» НАНУ

Шульц С.Л., д-р екон. наук, професор, ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.Долішнього» НАНУ

канд. екон. наук: Мандюк Н.Л.

канд. геогр. наук: Біланюк В.І., Каднічанський Д.А., Гамкало М.З., Романів П.В., Безручко Л. С., Пандяк І.Г.

Рекомендовано до друку Вченою Радою географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка (протокол № 8 від 18.09.2019 р.)

Автори опублікованих матеріалів відповідають за точність наведених фактів, цитат, власних імен, статистичних матеріалів та інших відомостей.

Точка зору редколегії не завжди збігається з позицією авторів.

Матеріали конференції видано за сприяння Управління туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації

<i>Кушч Соня</i>	
МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ І ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ (НА ПРИКЛАДІ НІМЕЧЧИНИ)	130
<i>Люкевіч Уладзімер</i>	
ЕЎРАГУЛЬНІ 2019 ГОДА Ў МІНСКУ: СПАРТЫЎНЫЯ СПАБОРНІЦТВЫ Ў СВЯТЛЕ ТУРЫСТЫЧНЫХ ЗАЦІКАЎЛЕНАСЦЯЎ	133
<i>Маленок Аліса, Горожанкіна Наталія</i>	
РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В АВСТРАЛІЇ	141
<i>Мальська Марта, Пандяк Ігор, Філь Марія</i>	
СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	145
<i>Малюга Ліна, Мальська Марта</i>	
ПРИРОДНІ ТА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ГОНКОНГУ	148
<i>Мандюк Назарій</i>	
МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНИХ ТЕРИТОРІЙ	152
<i>Манько Андрій, Байцар Андрій</i>	
АКТУАЛЬНИЙ СТАН І ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	154
<i>Масюк Юлія</i>	
НОВІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕСТОРАННОГО СЕРВІСУ В УКРАЇНІ	159
<i>Машіка Ганна, Машіка Аліна</i>	
АНАЛІЗ БАЗОВИХ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ	163
<i>Можаровський Юрій, Манько Андрій</i>	
ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я НА УКРАЇНСЬКУ МОЛОДЬ	166
<i>Монастирський Володимир</i>	
ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ БАЛЬНЕОЛОГІЧНОГО КУОРТУ ТРУСКАВЕЦЬ	170
<i>Музичук Анна, Горожанкіна Наталія</i>	
РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЙНИХ КОМПЛЕКСІВ В ІТАЛІЇ	174
<i>Паньків Наталія Євгенівна, Ясніцька Софія</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГІРСЬКОЛИЖНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ (на прикладі Закарпаття)	179
<i>Паньків Наталія Мирославівна</i>	
РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ АСПЕКТИ	185
<i>Пурська Ірина, Білоус Софія, Красько Анна</i>	
РОЛЬ КРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	190
<i>Przybyłka Arkadiusz</i>	
TURYSTYKA INDUSTRIALNA W POLSCE	193

Список використаних джерел:

1. Биркович В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. Стратегічні пріоритети / В.І. Биркович // Науково-аналітичний щоквартальний збірник. – 2008. – №1 (6). – С. 138-143.
2. Держстат України (2017) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/rp/eans/eans_u/rbrn_rik16_u.htm
3. Зелений туризм – панацея чи черговий міф? [Електронний ресурс] / Н.В. Васильєва – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/ukrainian/news/22>
4. Киф'як В.Ф. Організація туризму: Навчальний посібник / В.Ф. Киф'як – Чернівці: Книги ХХІ, 2008. – 344 с.
5. Лужанський Т.Ю., Махлинець С.С., Тебляшкіна Л.І. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: Навчальний посібник./ За редакцією д. г. н., професора Волошина І. М. - К.: Кондор, 2008. - 385 с.
6. Мальська М. П. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність: Монографія / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, Н. М. Паньків. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. – 268 с.
7. Програма добровільної категоризації у сфері сільського зеленого туризму «Українська садиба» /В.Васильєв, П. Горішевський, Ю.Зінько та ін. – К.: Дім, сад, город, 2009. – 32 с.
8. Сайт "Відпочинок в Карпатах – Карпати інфо" [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.karpaty.info/ua/>
9. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality / Ed.S. Medlik. – Butterworth-Heinemann Etd., 1993. – P.43

РОЛЬ КРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ірина Пурська, Софія Білоус, Анна Красько

Львівський національний університет імені Івана Франка

Львів, Україна

Як показує досвід, туристичні підприємства найуразливіше реагують як на макроекономічну нестабільність й економічний спад, так і політичний неспокій у державі. Зокрема, за даними державної служби статистики України протягом кризових 2014-2015 рр.

кількість суб'єктів туристичної діяльності зменшилась на 37,25% (з 5071 од. у 2013 році до 3182 од. у 2015 р.). Очевидно, що скоротилась і кількість працевлаштованих у туристичній сфері та прибутковість туристичних підприємств. Однією із причин такої ситуації є низький рівень використання сучасних технологій менеджменту та кризового менеджменту зокрема.

Кризовий менеджмент в туризмі – це сукупність стратегій, комплекс заходів та технологій, які допомагають туристичній організації передбачити та запобігти кризовим явищам, а також належним чином підготуватись, відреагувати та відновити нормальну діяльність після кризи [4].

На відміну від ризик-менеджменту, що передбачає оцінку потенційних загроз та пошук їх способів уникнення, управління кризовими ситуаціями передбачає ефективне подолання загроз до, під час і після їх виникнення.

Потрібно відмітити, що кризовий менеджмент – це вид управління, який має бути складовою стратегічного, тактичного та оперативного управління діяльністю туристичних підприємств. Крім цього, успішний кризовий менеджмент передбачає залучення всіх керівників та працівників до цього процесу, а саме: до моніторингу бізнес-середовища, виявлення потенційних загроз, розроблення/реалізації стратегії та тактики діяльності туристичного підприємства, усунення негативних наслідків тощо. В процесі антикризового управління доцільно дотримуватись загальноприйнятих законів менеджменту: демократії, інтеграції, спеціалізації та децентралізації управління, командної роботи, мотивації та тайм-менеджменту.

Згідно досліджень всесвітньовідомого німецького фахівця з кризового менеджменту Дірка Гласера (Dirk Glaesser), *кризовий менеджмент складається з двох основних фаз:*

1. *Попередження кризи (Crisis prevention).* Її мета – формування та реалізація корпоративної стратегії компанії, що включає в себе політику ризику та кризового менеджменту. Ця фаза складається з таких трьох напрямів діяльності:

1. Ризик-менеджмент (Risk management). Цей етап передбачає такі стратегічні дії як аналіз внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища, планування бізнес-стратегії та її реалізація.

2. Попередження кризової ситуації (Crisis precaution), що

включає координацію та корегування тактичних та оперативних заходів з метою комплексного виконання бізнес-стратегії та усунення потенційних загроз та ризиків.

3. Уникнення кризи (Crisis avoidance). Цей етап націлений на використання технологій раннього попередження кризи та врегулювання. Серед відомих сучасних інструментів варто вказати інформаційні системи I, II та III покоління, метод Дельфі, метод перехресного аналізу, SWOT-аналіз, аналіз сценаріїв та інші.

II. Подолання кризи (Crisis coping). Це фаза націлена на подолання негативних наслідків кризи (limitation of consequences) та відновлення нормального функціонування туристичного підприємства (recovery). Це фаза прийняття швидких рішень та контрзаходів з метою відновлення прибутковості, довіри та репутації організації (рис. 1.).

Ризик-менеджмент						I. Попередження кризи		II. Подолання кризи	
						2. Попередження кризової ситуації менеджмент		3. Уникнення кризи	
1.1	1.2.	1.3.	1.4	1.5	1.6.	1.7.			
Аналіз	Планування	Реалізація	Координація\ корегування	Раннє попередження	Врегулювання	Усунення негативних наслідків			

Рис. 1. Фази кризового менеджменту [4, р.22]

Отже, роль кризового менеджменту є великою в процесі ефективного управління діяльністю туристичного підприємства. Антикризове управління дає змогу вчасно виявити потенційні ризики та загрози, їх усунути або зменшити рівень їх негативного впливу, а також ефективно подолати кризи із збереженням прибутковості, доброї репутації та відомого іміджу підприємства. Значної уваги в кризовому менеджменті надається саме ризик-менеджменту, як важливої складової попередження кризової ситуації.

Список використаних джерел:

1. Туристична діяльність в Україні у 2014 році: статистичний бюлетень / [відповід. за вип. Кармазін О.О.] // Державна служба статистики України. – Київ, 2015. – 76 с.
2. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: статистичний бюлетень / [відповід. за вип. Кармазін О.О.] // Державна служба статистики України. – Київ, 2016. – 76 с.
3. Crisis management and Communications / Timothy Cooms. 2014. – Mode of access: <http://www.instituteforpr.org/crisis-management-communications/>.
4. Dirk Glaesser Crisis Management in the Tourism Industry [Electronic source]. 2006. (Second Edition). London: Elsevier. – Mode of access: [file:///D:/Downloads/\[Dirk_Glaesser\]_Crisis_Management_in_the_Tourism_I\(BookFi\)%20\(1\).pdf](file:///D:/Downloads/[Dirk_Glaesser]_Crisis_Management_in_the_Tourism_I(BookFi)%20(1).pdf). (P. 11-28).

TURYSTYKA INDUSTRIALNA W POLSCE

Arkadiusz Przybyłka

*Uniwersytet ekonomiczny w Katowicach
Katowice, Polska*

Turystyka industrialna polega na zwiedzaniu zakładów pracy różnych branż. Mogą to być kopalnie, huty, cukrownie, młyny, browary i inne. Poznaje się w nich cykle produkcyjne, nowe technologie oraz tradycje i historie produkcji danych wyrobów. Przez ten rodzaj turystyki popularyzuje się też ginące zawody, pokazując np. sposoby czerpania papieru, ręcznego wyrobu szkła lub garnków, pieczenia chleba. Często bywa nazywana w przypadku zakładów nieczynnych turystyką postindustrialną. Turystyka industrialna jest szansą rozwoju regionów, w których przemysł ciężki przestał pełnić wiodącą rolę.¹ Dynamiczny rozwój turystyki industrialnej zaczął się wraz z likwidacją zanikających branż lub rozwoju technologii powodując, że niektóre rozwiązania techniczne czy branże były zastępowane coraz to nowocześniejszymi bardziej zaawansowanymi technologicznie. Obiekty poprzemysłowe zaczęto zamieniać na zabytki kultury technicznej. Okresy wcześniejsze, które pozostawiły po sobie

¹ P. Różycki: *Geoturystyka i turystyka industrialna na tle nowoczesnych form turystyki*. Geoturystyka 2010, nr 3-4, s. 43-44.