

КРЕАТИВНА ОСОБИСТІТЬ І МОДЕРНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

МАТЕРІАЛИ
методологічного
трансдисциплінарного
семінару



Полтава
2024

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КРЕАТИВНА ОСОБИСТІТЬ І МОДЕРНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

МАТЕРІАЛИ

методологічного трансдисциплінарного семінару

(м. Полтава, 3 грудня 2024 року)

За загальною редакцією
д-ра екон. наук, професора *Г. П. Скляра*

Полтава
ПУЕТ
2024

УДК 159.923-026.15:338.48-048.35
К79

*Розповсюдження та тиражування без
офіційного дозволу Полтавського університету
економіки і торгівлі ЗАБОРОНЕНО*

Редколегія

Г. П. Скляр, д-р екон. наук, професор, професор кафедри туристичного та готельного бізнесу Полтавського університету економіки і торгівлі;

Л. І. Климова, асистент кафедри туристичного та готельного бізнесу Полтавського університету економіки і торгівлі.

Креативна особистість і модернізація туризму: матеріали методологічного трансдисциплінарного семінару (м. Полтава, 3 грудня 2024 року) / за заг. ред. Г. П. Скляра. – Полтава: ПУЕТ, 2024. – 135 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-476-5

У збірнику подано матеріали методологічного трансдисциплінарного семінару «Креативна особистість і модернізація туризму», який відбувся у Полтавському університеті економіки і торгівлі.

Для науковців, викладачів, студентів закладів вищої освіти, усіх, хто цікавиться питаннями теорії та практики туризму.

УДК 159.923-026.15:338.48-048.35

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

ISBN 978-966-184-476-5

© Полтавський університет
економіки і торгівлі, 2024

ЗМІСТ

РОЗДІЛ І. ДОПОВІДІ ТА СПІВДОПОВІДІ

Костишина Т. А., Костишина А. І.

Сучасні напрями формування креативної особистості в Україні 6

Юрко І. В.

Підготовка майбутніх підприємців в молодіжному бізнес-центрі..... 17

Сарапин В. В.

«Номо viator»: мандри в долі і творчості Юрія Клена 22

Копилець Є. В.

Сприяння розвитку туризму у мікрорегіоні як сучасна суспільно-корисна діяльність учнівської молоді..... 31

Мионов Ю. Б.

Особливості розвитку креативного туризму..... 37

Rogova N. V., Akulovich A. Y.

Conceptual approaches to defining quality management in the hotel business 40

Сисоєва С. І.

Реклама як засіб просування готельних послуг..... 45

Єгорова О. В.

Аналіз ефективності діяльності у сфері сільського туризму 50

Єрмаков В. В.

Водні об'єкти як ресурсна база для організації туристично-рекреаційної діяльності..... 55

Дворська І. В.

Медичний та реабілітаційний туризм в умовах поствоєнного відновлення України 62

Готель чи готель, чия рекламна кампанія буде більш привабливою, отримає перевагу у цій боротьбі. Очевидно, що серед різноманітних рекламних носіїв переміг інтернет, причому як у Росії, так і в усьому світі. Це закладено у специфіці самого бізнесу, задовольнити запити якого здатна лише всесвітня мережа із її майже безмежними можливостями.

Список використаних джерел

1. Голєніщева Є. Ю., Каратушина К. А. Диференціація послуг як фактор підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств // Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя 10 листопада 2023 р.). – С. 835–839.
2. Давидова О. Ю., Сисосєва С. І. Концептуальні напрями забезпечення і підвищення якості послуг підприємств готельно-ресторанного господарства Інтернаука. Серія: «Економічні науки». 2022. №12. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-12-8475>.
3. Зайцева В., Цвілий С., Мулту Ю. Маркетинговий підхід до забезпечення конкурентоспроможності комплексного туристичного продукту. Підприємництво та управління розвитком соціально-економічних систем. Електронне періодичне міждисциплінарне наукове видання. 2023. № 1. С. 328–345.
4. Маркетинг в туризмі : навч. посіб. / С. М. Цвілий, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. – 260 с.
5. Тренди розвитку індустрії гостинності України в умовах війни. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tereshkin.htm.

*О. В. Єгорова, канд. екон. наук, доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Полтавський державний аграрний університет;
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
Полтавський університет економіки і торгівлі*

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Власники садиб, які займаються сільським (зеленим) туризмом, працюють задля отримання прибутків. Праця родини, яка прийняла рішення працювати у цій специфічній сфері домашньої гостинності, повинна бути якомога ефективнішою.

Ефективність (від лат. «efficere» – приносити користь) зіставляє ефект діяльності з пов'язаними з нею витратами. Визначається відношенням одержаних результатів до витрат [2].

Абсолютним показником, що характеризує економічний ефект бізнесу, є прибуток, проте у результаті діяльності може бути отриманий й негативний ефект – збиток.

Ефективність бізнесу у сфері сільського (зеленого) туризму аналізують у розрізі основних видів послуг:

- послуги з розміщення;
- організація харчування;
- продаж сувенірної продукції (крафтова продукція власного виробництва або місцевих виробників);
- оренда туристичного та спортивного спорядження;
- організація екскурсій (кінних, велосипедних тощо);
- надання додаткових послуг (наприклад, майстер-класи, лазня, полювання і т. п.) [3].

Основні завдання аналізу ефективності підприємницької діяльності:

1. Обґрунтувати планові значення витрат (загальної суми та їх окремих видів) та проаналізувати дотримання планів. При цьому економію за рахунок несвоєчасного проведення ремонтів, економії матеріалів не можна вважати виправданою, оскільки вона неминуче призведе до більших витрат у майбутньому [5].

За залежністю від обсягу наданих послуг виділяють витрати:

а) змінні – змінюються пропорційно обсягу наданих послуг.

Наприклад, продукти харчування, витрати на електроенергію, газ, воду, обігрів, витрати на обслуговування номерів – прання, миючі засоби тощо.

б) постійні – не залежать від масштабів діяльності.

Щомісячні постійні витрати сільської садиби:

- витрати на утримання території;
- витрати на оплату праці найманих працівників;
- витрати на Інтернет;
- амортизація основних засобів;

– податки (не сплачуються, якщо сукупний річний дохід від діяльності у сфері сільського зеленого туризму не перевищує річного розміру прожиткового мінімуму у розрахунку на сільського господаря та на кожного члена родини, які постійно проживають з ним, тобто діяльність не відноситься до підприємницької);

- проценти за кредитами (якщо було взято кредит);
- реклама;
- страхування та інші.

2. Обґрунтувати планові значення доходів (загальної суми та їх окремих видів) та проаналізувати дотримання планів.

3. Проаналізувати динаміку і структуру витрат та їх зміни. Аналіз потрібно проводити з урахуванням життєвого циклу бізнесу (стадії виходу на ринок, зростання, зрілості, спаду), сезонності тощо. [4]

Стартові (початкові) витрати на етапі підготовки садиби до відкриття включають витрати на:

- ремонт/перепланування будівлі(-вель);
- меблі, обладнання для житлових приміщень;
- облаштування території (Wi-Fi, альтанки, мангали і т. д.);
- спортивний інвентар тощо.

4. Проаналізувати динаміку і структуру доходу від різних видів послуг. Аналіз можна проводити від помісячної деталізації для вивчення сезонності до порівняння річних доходів за період роботи бізнесу.

При цьому можна використовувати АВС-розподіл видів наданих послуг, розподіливши їх за часткою у загальній сумі доходу на групи:

- А – найважливіші – приносять 80 % доходу;
- В – проміжні – приносять 15 % доходу;
- С – малодоходні – приносять 5 % доходу [1].

На цьому ж етапі доцільно здійснити оцінку клієнтів (гостей):

- визначення їх привабливості (прибутковості);
- групування клієнтів за певними категоріями, формування групи VIP-клієнтів.

5. Визначити можливості оптимізації витрат і збільшення доходів.

6. Планування фінансових результатів.

Планування суми прибутку передбачає визначення ситуаційних економічних цілей, якими можуть бути:

- максимізація поточного прибутку;
- одержання цільового прибутку (не менше мінімальної суми);
- тимчасове зменшення прибутку з метою збільшення завоювання ринку;
- забезпечення беззбитковості.

7. Підсумковий (річний) аналіз динаміки фінансових результатів діяльності проводять:

- в загальному (валовий прибуток або збиток);
- по окремих видах послуг;
- у розрахунку на одного гостя;
- у розрахунку на одне житлове приміщення тощо.

Під час аналізу фінансових результатів за кілька років обов'язково потрібно враховувати вплив інфляційних процесів: порівнювати не номінальну, а реальну суму прибутку, скориговану на індекс інфляції або переведену у тверду валюту.

Також аналізують види послуг за ступенем та напрямком зміни фінансових результатів у порівнянні з попереднім роком.

Виділяють послуги по яких фінансовий результат:

- значно покращився (з урахуванням впливу інфляції);
- суттєво не змінився;
- погіршився [2].

8. Аналіз показників рентабельності, що у відносному виразі характеризують рівень прибутковості (збитковості) діяльності, ефективність використання його ресурсів.

Ефективність діяльності аналізують за системою показників, які за методикою розрахунку (базою порівняння) класифікують на показники, що:

а) базуються на витратному підході – зіставляють фінансові результати з понесеними витратами, собівартістю продукції. Наприклад, рентабельність виробничих витрат (частка валового

прибутку у собівартості реалізованих послуг) або чиста рентабельність витрат господарської діяльності (частка чистого прибутку у загальній сумі витрат господарської діяльності);

б) базуються на доходному підході – зіставляють фінансові результати з отриманими доходами. Наприклад, рентабельність продажу (характеризує частку валового прибутку у чистому доході (виручці) від реалізації послуг та продукції), рентабельність грошових потоків та інші.

в) базуються на ресурсному підході – зіставляють фінансові результати з наявними або використаними ресурсами, та джерелом цих ресурсів – капіталом. Наприклад, рентабельність активів – характеризує співвідношення річного прибутку до середньорічної величини активів [2].

Результати проведеного аналізу є підґрунтям для пошуку резервів підвищення ефективності бізнесу та стратегічного планування діяльності з надання послуг сільського туризму.

Список використаних джерел

1. Єгорова О. В. Діагностика складових економічної безпеки підприємств туристичної сфери. *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Полтава, 20–21 квітня 2022 р.) / за ред. проф. Пилипенко К. А. Полтава : ПДАУ, 2022. С. 28–32.
2. Єгорова О. В., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник Ю. М. Економічний аналіз : навч. посіб. Полтава : РВВД ПДАА, 2018. 290 с.
3. Єгорова О. В. Проблеми та можливості розвитку туристичного бізнесу в Полтавській області : *матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації»* (м. Харків, 21 лютого 2023 р.). Харків : Національний університет цивільного захисту України, 2023. С. 153–155.
4. Плаксієнко В. Я., Єгорова О. В. Життєвий цикл підприємства та його вплив на діагностику показників фінансового стану. *Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах : матеріали II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.* : у 2 т. – Т. 1. – Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2022. С. 258–260.

5. Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Єгорова О. В. Методичні аспекти аналізу факторів формування показника вартості туристичних послуг. *Причорноморські економічні студії*. 2024. Вип. 84. С. 154–158. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.85-27>.

В. В. Єрмаков, канд. геогр. наук, доцент кафедри географії, методики її навчання та туризму
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

ВОДНІ ОБ'ЄКТИ ЯК РЕСУРСНА БАЗА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розвиток туристичної галузі передбачає удосконалення організації та ефективного використання різноманітних груп туристсько-рекреаційних ресурсів (природних та культурно-історичних). Перспективним в цьому плані є використання поверхневих вод території як важливого туристично-рекреаційного ресурсу.

Поверхневі води включають в себе різні типи річок, природних озер та штучних водойм (водосховищ, ставків, кар'єрних водойм). Дані природні і штучно створені водойми мають вже давню традицію у населення по використанню в якості туристично-рекреаційних об'єктів. Це перш за все пляжний відпочинок, водні прогулянки, сплав на байдарках, аматорська рибалка тощо. Прибережна зона також використовується у туристсько-рекреаційних цілях (лісові прогулянки, збір дарів лісу, пішохідні туристські походи, кліматотерапія та ін.). Розглянемо дані питання на прикладі Полтавської області.

Пляжний та водний туризм є одними з найпопулярніших видів відпочинку. Основними річками в межах області, значні ділянки течії яких зручні для заняття водним туризмом, є Дніпро, Сула, Удай, Псел, Хорол, Говтва, Ворскла, Мерла, Коломак, Орель.

З урахуванням традиційного пляжного відпочинку досить значними осередками рекреації є перш за все середні течії Ворскли, Псла, ділянка нижньої течії Орелі (в межах Полтавської області) та долина Сули.