

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту та маркетингу

МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМІ

Методичні рекомендації

до виконання практичних робіт для здобувачів
першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти ОПП «Туризм»
спеціальності 242 «Туризм» денної та
заочної форм здобуття
вищої освіти



Миколаїв

2025

УДК 338.48:005
М50

Друкується за рішенням науково-методичної комісії факультету менеджменту Миколаївського національного аграрного університету від 21.02.2025 р., протокол №6

Укладач:

А. І. Бурковська – доктор філософії з економіки, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Миколаївського національного аграрного університету

Рецензенти:

Т.І. Лункіна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту Чорноморського національного університету імені Петра Могили

А. В. Бурковська – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Миколаївського національного аграрного університету

© Миколаївський національний
аграрний університет 2025

ЗМІСТ

стор.

ВСТУП.....	4
ТЕМА 1: СУТНІСТЬ, РОЛЬ ТА МЕТОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИЗМІ ..	5
ТЕМА 2: ЕВОЛЮЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДУМКИ	7
ТЕМА 3: ТУРИСТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА	9
ТЕМА 4: ВНУТРІШНЄ ТА ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ...	11
ТЕМА 5: СПІЛКУВАННЯ ТА УПРАВЛІНСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В ТУРИЗМІ	13
ТЕМА 6: КОМУНІКАЦІЙНА КУЛЬТУРА, ВМІННЯ І НАВИЧКИ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА	15
ТЕМА 7: ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ТУРИЗМІ	17
ТЕМА 8: МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В ТУРИЗМІ	19
ТЕМА 9: СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ОРГАНІЗАЦІЄЮ.....	21
ТЕМА 10: ПРОЦЕС СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В ТУРИЗМІ.....	23
ТЕМА 11: ПЛАНУВАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ.....	25
ТЕМА 12: ОРГАНІЗАЦІЯ ВЗАЄМОДІЇ ТА ПОВНОВАЖЕНЬ.....	27
ТЕМА 13: ПОБУДОВА ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	29
ТЕМА 14: ПОНЯТТЯ МОТИВАЦІЇ І МОТИВІВ.....	31
ТЕМА 15: АКТИВНІСТЬ І ДОСЯГНЕННЯ В КОНТЕКСТІ МОТИВАЦІЇ.....	33
ТЕМА 16: КОНТРОЛЬ В ТУРИСТИЧНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	35
ТЕМА 17: ФОРМАЛЬНІ ТА НЕФОРМАЛЬНІ ГРУПИ.....	37
ТЕМА 18: КЕРІВНИЦТВО: ВЛАДА ТА ОСОБИСТИЙ ВПЛИВ.....	39
ТЕМА 19: ЛІДЕРСТВО: СТИЛЬ, СИТУАЦІЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ.....	41
ТЕМА 20: УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ ТА СТРЕСАМИ.....	43
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	45

ВСТУП

В умовах динамічного розвитку світової економіки, глобалізації туристичного ринку, цифровізації туристичних послуг та зростання вимог споживачів до якості обслуговування особливої актуальності набуває ефективний менеджмент у сфері туризму. Успішне функціонування туристичних підприємств значною мірою залежить від ефективності управлінських рішень, раціонального використання ресурсів та здатності організацій швидко реагувати на зміни попиту і тенденції розвитку туристичного ринку.

Дисципліна «Менеджмент в туризмі» є важливою складовою професійної підготовки здобувачів вищої освіти спеціальностей туристичного та готельно-ресторанного профілю та спрямована на формування системного уявлення про процеси управління туристичними підприємствами, засвоєння сучасних методів організації, планування, мотивації та контролю діяльності у сфері туризму, а також набуття практичних навичок прийняття ефективних управлінських рішень.

Методичні рекомендації до виконання практичних робіт з дисципліни «Менеджмент в туризмі» розроблені з метою забезпечення практичної реалізації теоретичних положень курсу та формування у здобувачів вищої освіти професійних компетентностей у сфері управління туристичною діяльністю. Практичні роботи спрямовані на розвиток аналітичного мислення, здатності застосовувати сучасні інструменти менеджменту, аналізувати діяльність туристичних підприємств, моделювати управлінські ситуації та обґрунтовувати ефективні управлінські рішення.

Завданнями виконання практичних робіт з дисципліни «Менеджмент в туризмі» є: закріплення теоретичних знань з основ менеджменту туристичної діяльності; опанування методів аналізу та оцінювання діяльності туристичних підприємств; набуття практичних навичок планування та організації роботи туристичних організацій; формування вмінь приймати обґрунтовані управлінські рішення у сфері туризму; розвиток навичок оцінювання ефективності управлінської діяльності.

У результаті виконання практичних робіт здобувачі вищої освіти повинні **знати:** теоретичні основи менеджменту в туризмі; принципи та функції управління туристичними підприємствами; особливості організації діяльності суб'єктів туристичного бізнесу; методи планування, організації та контролю діяльності у сфері туризму; підходи до оцінювання ефективності управління туристичними організаціями. Здобувачі вищої освіти повинні **вміти:** аналізувати діяльність туристичних підприємств і визначати управлінські проблеми; застосовувати сучасні методи менеджменту в туристичній сфері; розробляти управлінські рішення щодо підвищення ефективності діяльності туристичних організацій; організовувати роботу персоналу туристичних підприємств; презентувати результати виконаних практичних завдань та оцінювати результативність запропонованих управлінських рішень.

ТЕМА 1: СУТНІСТЬ, РОЛЬ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИЗМІ

Теоретичні питання

1. Поняття менеджменту в туризмі та його основні характеристики.
2. Основні функції менеджменту в туристичній діяльності.
3. Принципи управління туристичними підприємствами.
4. Методи менеджменту в туризмі.
5. Роль менеджера в системі управління туристичним підприємством.

Практичний кейс

Туристична компанія «TravelTime» працює на ринку внутрішнього туризму. Протягом останнього року кількість клієнтів зменшилась на 15 %. Керівництво компанії пов'язує це з посиленням конкуренції, недостатнім використанням онлайн-каналів продажу та низьким рівнем мотивації персоналу.

Необхідно:

1. Визначити основні управлінські проблеми компанії.
2. Запропонувати управлінські рішення для підвищення ефективності діяльності підприємства.
3. Обґрунтувати роль менеджменту у вирішенні даної ситуації.

Тестові питання

1. Менеджмент у туризмі – це:
 - а) процес організації туристичних подорожей
 - б) система управління діяльністю туристичних підприємств
 - в) продаж туристичних послуг
 - г) рекламна діяльність туристичних компаній
2. До основних функцій менеджменту належить:
 - а) планування
 - б) реклама
 - в) страхування
 - г) бронювання
3. До принципів менеджменту належить:
 - а) централізація та децентралізація управління
 - б) сезонність туризму
 - в) диверсифікація послуг
 - г) маркетингова стратегія

4. Об'єктом управління в туризмі є:
 - а) туристичне підприємство
 - б) туристи
 - в) туристичні маршрути
 - г) транспорт
5. Суб'єктом управління є:
 - а) менеджер
 - б) клієнт
 - в) туристичний маршрут
 - г) готель
6. До економічних методів управління належить:
 - а) преміювання
 - б) інструктаж
 - в) переконання
 - г) нарада
7. Основною метою менеджменту є:
 - а) отримання прибутку
 - б) задоволення попиту споживачів
 - в) ефективне функціонування організації
 - г) розширення ринку
8. Туристичний менеджер – це:
 - а) працівник готелю
 - б) керівник туристичного підприємства або підрозділу
 - в) екскурсовод
 - г) адміністратор ресторану
9. До адміністративних методів управління належить:
 - а) наказ
 - б) бонус
 - в) реклама
 - г) акція
10. Менеджмент як наука сформувався у:
 - а) XVII столітті
 - б) XVIII столітті
 - в) XIX столітті
 - г) XX столітті

ТЕМА 2: ЕВОЛЮЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДУМКИ

Теоретичні питання

1. Основні етапи розвитку управлінської думки.
2. Школа наукового управління.
3. Адміністративна школа менеджменту.
4. Школа людських відносин.
5. Сучасні концепції менеджменту.

Практичний кейс

Керівник туристичної компанії впровадив жорстку систему контролю роботи менеджерів: обов'язкове щоденне звітування, фіксовані правила роботи, стандартизовані процедури обслуговування клієнтів.

Частина співробітників підтримує таку систему, інші вважають її надто бюрократичною.

Завдання:

1. Визначити, до якої школи менеджменту належить такий підхід.
2. Оцінити його переваги та недоліки.
3. Запропонувати шляхи підвищення ефективності управління.

Тестові питання

1. Засновником наукового менеджменту є:
 - а) Анрі Файоль
 - б) Фредерік Тейлор
 - в) Макс Вебер
 - г) Пітер Друкер
2. Адміністративну школу менеджменту розробив:
 - а) Генрі Форд
 - б) Анрі Файоль
 - в) Елтон Мейо
 - г) Абрахам Маслоу
3. Школа людських відносин виникла у:
 - а) 1920–1930-х роках
 - б) 1850-х роках
 - в) 2000-х роках
 - г) 1700-х роках
4. Основна ідея школи людських відносин:
 - а) механізація праці
 - б) значення людського фактору

- в) максимізація прибутку
 - г) контроль витрат
5. До представників поведінкової школи належить:
- а) Маслоу
 - б) Тейлор
 - в) Файоль
 - г) Сміт
6. Бюрократичну модель організації розробив:
- а) Вебер
 - б) Маслоу
 - в) Тейлор
 - г) Друкер
7. Сучасний менеджмент орієнтований на:
- а) командну роботу
 - б) жорстку централізацію
 - в) мінімальну комунікацію
 - г) ручне управління
8. До класичної школи менеджменту належить:
- а) адміністративна школа
 - б) маркетингова школа
 - в) інноваційна школа
 - г) екологічна школа
9. Основна ідея наукового управління:
- а) стандартизація праці
 - б) розвиток культури
 - в) творчість
 - г) інновації
10. Поведінкова школа менеджменту вивчає:
- а) техніку виробництва
 - б) поведінку людей в організації
 - в) маркетинг
 - г) фінанси

ТЕМА 3: ТУРИСТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА

Теоретичні питання

1. Поняття туристичної організації.
2. Туристична організація як соціально-економічна система.
3. Основні елементи туристичної організації.
4. Організаційна структура управління туристичним підприємством.
5. Взаємодія підрозділів туристичної організації.

Практичний кейс

Туристична компанія має три підрозділи: відділ продажу, маркетинговий відділ та відділ обслуговування клієнтів. Через недостатню координацію їхньої роботи виникають конфлікти та затримки в обслуговуванні туристів.

Завдання:

1. Проаналізувати причини виникнення проблем.
2. Запропонувати заходи щодо покращення координації між підрозділами.
3. Визначити роль менеджера у вирішенні конфлікту.

Тестові питання

1. Туристична організація – це:
 - а) система управління туристичними послугами
 - б) об'єднання людей для надання туристичних послуг
 - в) туристичний маршрут
 - г) транспортна компанія
2. До елементів організації належать:
 - а) цілі
 - б) туристи
 - в) погода
 - г) сезонність
3. Соціально-економічна система характеризується:
 - а) взаємодією людей та ресурсів
 - б) наявністю транспорту
 - в) наявністю реклами
 - г) продажем квитків
4. Організаційна структура визначає:
 - а) розподіл повноважень
 - б) рекламу
 - в) ціну туру
 - г) маршрут

5. Лінійна структура управління характеризується:
 - а) єдиним керівником
 - б) подвійним підпорядкуванням
 - в) відсутністю керівництва
 - г) хаотичним управлінням
6. До ресурсів туристичної організації належать:
 - а) персонал
 - б) клієнти
 - в) туристи
 - г) погода
7. Основною метою туристичної організації є:
 - а) надання туристичних послуг
 - б) організація транспорту
 - в) реклама
 - г) навчання персоналу
8. Координація в організації означає:
 - а) узгодження діяльності підрозділів
 - б) рекламу
 - в) планування туру
 - г) бронювання
9. Менеджер організації відповідає за:
 - а) управління діяльністю підприємства
 - б) продаж квитків
 - в) організацію екскурсій
 - г) перевезення туристів
10. Організаційна структура повинна:
 - а) забезпечувати ефективне управління
 - б) збільшувати витрати
 - в) ускладнювати управління
 - г) зменшувати персонал

ТЕМА 4: ВНУТРІШНЄ ТА ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Теоретичні питання

1. Поняття внутрішнього середовища туристичної організації.
2. Основні елементи внутрішнього середовища підприємства.
3. Поняття зовнішнього середовища туристичної організації.
4. Фактори прямого та непрямого впливу зовнішнього середовища.
5. Аналіз середовища туристичної організації.

Практичний кейс

Туристична компанія «SunTour» працює на ринку міжнародного туризму. Протягом останнього року попит на її послуги знизився через економічну нестабільність, підвищення вартості авіаперельотів та появу нових конкурентів на ринку.

Завдання:

1. Визначити фактори зовнішнього середовища, які вплинули на діяльність підприємства.
2. Проаналізувати внутрішні фактори, що можуть посилювати або зменшувати вплив зовнішнього середовища.
3. Запропонувати управлінські рішення для підвищення конкурентоспроможності компанії.

Тестові питання

1. Внутрішнє середовище організації – це:
 - а) сукупність внутрішніх ресурсів та процесів підприємства
 - б) економічна ситуація у країні
 - в) діяльність конкурентів
 - г) міжнародний ринок
2. До внутрішнього середовища належить:
 - а) персонал
 - б) законодавство
 - в) політична ситуація
 - г) міжнародні відносини
3. Зовнішнє середовище підприємства – це:
 - а) фактори, що знаходяться поза межами організації
 - б) структура підприємства
 - в) персонал
 - г) корпоративна культура

4. До факторів прямого впливу належить:
 - а) конкуренти
 - б) культура
 - в) демографія
 - г) технології
5. До факторів непрямого впливу належить:
 - а) економічна ситуація
 - б) клієнти
 - в) постачальники
 - г) партнери
6. Конкуренти є:
 - а) фактором зовнішнього середовища
 - б) фактором внутрішнього середовища
 - в) ресурсом підприємства
 - г) функцією управління
7. До внутрішніх ресурсів належить:
 - а) персонал
 - б) законодавство
 - в) інфляція
 - г) політика
8. Аналіз середовища необхідний для:
 - а) прийняття управлінських рішень
 - б) створення реклами
 - в) оформлення документів
 - г) бронювання турів
9. Економічна криза належить до:
 - а) факторів непрямого впливу
 - б) факторів прямого впливу
 - в) внутрішніх факторів
 - г) організаційних факторів
10. Метою аналізу середовища є:
 - а) визначення можливостей та загроз
 - б) підвищення зарплати
 - в) зміна персоналу
 - г) продаж турів

ТЕМА 5: СПІЛКУВАННЯ ТА УПРАВЛІНСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В ТУРИЗМІ

Теоретичні питання

1. Сутність управлінського спілкування.
2. Основні види спілкування в управлінні.
3. Бар'єри комунікації в організації.
4. Роль комунікацій у туристичному менеджменті.
5. Ефективність управлінського спілкування.

Практичний кейс

У туристичній компанії виникла конфліктна ситуація між менеджером відділу продажу та менеджером з маркетингу через неправильну передачу інформації щодо умов нового туру.

Завдання:

1. Визначити причини комунікаційного конфлікту.
2. Проаналізувати бар'єри спілкування, які виникли в організації.
3. Запропонувати шляхи покращення комунікацій у компанії.

Тестові питання

1. Комунікація – це:
 - а) процес обміну інформацією
 - б) процес реклами
 - в) процес продажу
 - г) процес планування
2. До вербальної комунікації належить:
 - а) усне мовлення
 - б) жести
 - в) міміка
 - г) пози
3. Невербальна комунікація – це:
 - а) жести та міміка
 - б) письмова інформація
 - в) документи
 - г) звіти
4. Бар'єри комунікації – це:
 - а) перешкоди передачі інформації
 - б) документи
 - в) правила
 - г) інструкції

5. До формального спілкування належить:
 - а) службове листування
 - б) дружня розмова
 - в) неофіційна зустріч
 - г) особисте спілкування
6. Основна мета управлінського спілкування:
 - а) ефективна передача інформації
 - б) збільшення витрат
 - в) реклама
 - г) продаж турів
7. Комунікації в організації можуть бути:
 - а) вертикальні
 - б) туристичні
 - в) економічні
 - г) виробничі
8. Вертикальна комунікація – це:
 - а) спілкування між керівником та підлеглим
 - б) спілкування між клієнтами
 - в) спілкування туристів
 - г) спілкування партнерів
9. До письмових комунікацій належить:
 - а) службова записка
 - б) телефонна розмова
 - в) жести
 - г) міміка
10. Ефективна комунікація сприяє:
 - а) підвищенню ефективності управління
 - б) зниженню продуктивності
 - в) збільшенню конфліктів
 - г) втраті інформації

ТЕМА 6: КОМУНІКАЦІЙНА КУЛЬТУРА, ВМІННЯ І НАВИЧКИ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА

Теоретичні питання

1. Поняття комунікаційної культури менеджера.
2. Основні навички ефективного спілкування керівника.
3. Ділова етика та етикет у туризмі.
4. Стилi управлінського спілкування.
5. Роль комунікаційної культури у формуванні іміджу підприємства.

Практичний кейс

Менеджер туристичної компанії під час переговорів з іноземними партнерами поведився неформально, перебивав співрозмовників та не дотримувався правил ділового етикету. Це негативно вплинуло на результат переговорів.

Завдання:

1. Визначити помилки менеджера.
2. Пояснити роль комунікаційної культури у міжнародному туризмі.
3. Розробити рекомендації щодо покращення ділового спілкування.

Тестові питання

1. Комунікаційна культура менеджера – це:
 - а) рівень його ділового спілкування
 - б) система фінансів
 - в) рекламна діяльність
 - г) продаж турів
2. До елементів комунікаційної культури належить:
 - а) етика спілкування
 - б) фінансовий аналіз
 - в) маркетинг
 - г) бухгалтерія
3. Діловий етикет – це:
 - а) правила поведінки у діловому середовищі
 - б) правила продажу турів
 - в) реклама
 - г) облік витрат
4. Переговори є:
 - а) формою ділового спілкування
 - б) формою реклами
 - в) формою продажу
 - г) формою планування

5. До комунікативних навичок належить:
 - а) уміння слухати
 - б) фінансове планування
 - в) бухгалтерський облік
 - г) страхування
6. Етична поведінка менеджера сприяє:
 - а) довірі партнерів
 - б) зниженню якості роботи
 - в) збільшенню витрат
 - г) конфліктам
7. Ділова культура організації формує:
 - а) її імідж
 - б) витрати
 - в) податки
 - г) ціни
8. Менеджер повинен:
 - а) поважати співрозмовника
 - б) ігнорувати співрозмовника
 - в) перебивати його
 - г) не слухати
9. Важливою навичкою менеджера є:
 - а) активне слухання
 - б) мовчання
 - в) ігнорування
 - г) уникнення розмов
10. Професійна комунікація сприяє:
 - а) ефективному управлінню
 - б) зниженню ефективності
 - в) конфліктам
 - г) втратам

ТЕМА 7: ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ТУРИЗМІ

Теоретичні питання

1. Сутність управлінських рішень.
2. Етапи прийняття управлінських рішень.
3. Види управлінських рішень.
4. Фактори, що впливають на прийняття рішень.
5. Роль менеджера у процесі прийняття рішень.

Практичний кейс

Керівництво туристичної компанії планує відкрити новий напрямок – екологічний туризм. Однак існує ризик недостатнього попиту та значних витрат на розробку турів.

Завдання:

1. Проаналізувати можливі варіанти управлінського рішення.
2. Визначити ризики реалізації проекту.
3. Запропонувати оптимальне управлінське рішення.

Тестові питання

1. Управлінське рішення – це:
 - а) вибір альтернативи дій
 - б) рекламна кампанія
 - в) туристичний маршрут
 - г) фінансовий звіт
2. Перший етап прийняття рішення:
 - а) визначення проблеми
 - б) реалізація рішення
 - в) контроль
 - г) оцінка
3. До видів рішень належить:
 - а) стратегічні
 - б) туристичні
 - в) природні
 - г) кліматичні
4. Стратегічні рішення приймаються:
 - а) на довгострокову перспективу
 - б) щоденно
 - в) щотижня
 - г) щогодини
5. Тактичні рішення:
 - а) реалізують стратегію

- б) формують політику
 - в) визначають місію
 - г) змінюють структуру
6. До факторів прийняття рішень належить:
- а) ризик
 - б) погода
 - в) клімат
 - г) транспорт
7. Альтернатива – це:
- а) можливий варіант дій
 - б) туристичний маршрут
 - в) транспорт
 - г) реклама
8. Раціональне рішення базується на:
- а) аналізі інформації
 - б) інтуїції
 - в) випадковості
 - г) емоціях
9. Реалізація рішення означає:
- а) його виконання
 - б) планування
 - в) аналіз
 - г) контроль
10. Контроль рішення передбачає:
- а) оцінку результатів
 - б) рекламу
 - в) продаж
 - г) переговори

ТЕМА 8: МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В ТУРИЗМІ

Теоретичні питання

1. Поняття моделей прийняття управлінських рішень.
2. Раціональна модель прийняття рішень.
3. Інтуїтивна модель прийняття рішень.
4. Методи аналізу управлінських рішень.
5. Використання моделей у туристичному менеджменті.

Практичний кейс

Туристична компанія планує розширити свою діяльність і відкрити нові тури до кількох європейських країн. Необхідно обрати один із трьох напрямків, але ресурси дозволяють реалізувати лише один проєкт.

Завдання:

1. Запропонувати методи аналізу для вибору найкращого варіанту.
2. Оцінити можливі ризики.
3. Обґрунтувати управлінське рішення.

Тестові питання

1. Модель прийняття рішень – це:
 - а) схема аналізу та вибору рішення
 - б) туристичний маршрут
 - в) рекламна стратегія
 - г) фінансовий план
2. Раціональна модель передбачає:
 - а) логічний аналіз альтернатив
 - б) випадковий вибір
 - в) інтуїцію
 - г) емоції
3. Інтуїтивна модель базується на:
 - а) досвіді менеджера
 - б) випадковості
 - в) документах
 - г) рекламі
4. Альтернативи – це:
 - а) можливі варіанти рішень
 - б) туристичні маршрути
 - в) рекламні кампанії
 - г) фінансові звіти
5. Метод експертних оцінок передбачає:
 - а) залучення спеціалістів

- б) рекламу
 - в) продаж
 - г) переговори
6. SWOT-аналіз використовується для:
- а) оцінки сильних і слабких сторін
 - б) реклами
 - в) продажу
 - г) страхування
7. Метою моделювання є:
- а) покращення процесу прийняття рішень
 - б) реклама
 - в) продаж
 - г) бронювання
8. Раціональний підхід до рішень передбачає:
- а) аналіз інформації
 - б) інтуїцію
 - в) емоції
 - г) випадковість
9. Найкраще рішення – це:
- а) оптимальний варіант
 - б) найдешевший варіант
 - в) найшвидший варіант
 - г) найпростіший варіант
10. Управлінські рішення в туризмі повинні:
- а) підвищувати ефективність діяльності підприємства
 - б) збільшувати витрати
 - в) зменшувати прибуток
 - г) ускладнювати управління

ТЕМА 9: СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Теоретичні питання

1. Сутність стратегічного планування в управлінні туристичними підприємствами.
2. Роль стратегічного планування у розвитку туристичної організації.
3. Основні принципи стратегічного планування.
4. Стратегічні цілі туристичних підприємств.
5. Переваги використання стратегічного планування у туризмі.

Практичний кейс

Туристична компанія «Global Travel» працює на ринку міжнародного туризму вже 10 років. Останнім часом конкуренція зросла, а частка компанії на ринку зменшилась. Керівництво прийняло рішення розробити нову стратегію розвитку.

Завдання:

1. Визначити стратегічні цілі підприємства.
2. Проаналізувати можливі напрямки стратегічного розвитку компанії.
3. Запропонувати стратегічні рішення для підвищення конкурентоспроможності.

Тестові питання

1. Стратегічне планування – це:
 - а) процес визначення довгострокових цілей організації
 - б) процес продажу турів
 - в) процес реклами
 - г) процес бухгалтерського обліку
2. Основною метою стратегічного планування є:
 - а) забезпечення довгострокового розвитку підприємства
 - б) оформлення документів
 - в) підготовка звітів
 - г) бронювання турів
3. Стратегія підприємства визначає:
 - а) напрямок розвитку організації
 - б) структуру бухгалтерії
 - в) систему оподаткування
 - г) систему реклами
4. До стратегічних цілей належить:
 - а) розширення ринку
 - б) оформлення договорів

- в) бронювання номерів
- г) організація транспорту
- 5. Стратегічне планування здійснюється на:
 - а) довгострокову перспективу
 - б) короткострокову перспективу
 - в) один день
 - г) один тиждень
- 6. Основою стратегії є:
 - а) аналіз середовища
 - б) реклама
 - в) облік витрат
 - г) страхування
- 7. До стратегічного планування належить:
 - а) визначення місії підприємства
 - б) оформлення рахунків
 - в) бронювання турів
 - г) продаж квитків
- 8. Стратегічні рішення приймаються:
 - а) керівництвом організації
 - б) клієнтами
 - в) туристами
 - г) постачальниками
- 9. Місія організації – це:
 - а) основне призначення підприємства
 - б) фінансовий звіт
 - в) реклама
 - г) план продажів
- 10. Стратегічне управління спрямоване на:
 - а) розвиток підприємства
 - б) зменшення персоналу
 - в) скорочення реклами
 - г) зниження якості послуг

ТЕМА 10: ПРОЦЕС СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В ТУРИЗМІ

Теоретичні питання

1. Етапи процесу стратегічного планування.
2. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища.
3. Формування місії та цілей організації.
4. Розробка стратегічних альтернатив.
5. Вибір оптимальної стратегії розвитку.

Практичний кейс

Туристичне підприємство планує вихід на міжнародний ринок. Для цього необхідно провести стратегічний аналіз діяльності компанії.

Завдання:

1. Визначити основні етапи стратегічного планування.
2. Провести SWOT-аналіз діяльності підприємства.
3. Запропонувати можливі стратегічні альтернативи.

Тестові питання

1. Процес стратегічного планування починається з:
 - а) аналізу середовища
 - б) реклами
 - в) продажу турів
 - г) оформлення договорів
2. SWOT-аналіз включає:
 - а) сильні та слабкі сторони, можливості і загрози
 - б) доходи та витрати
 - в) податки
 - г) кредити
3. Місія підприємства визначає:
 - а) основну мету діяльності
 - б) фінансові витрати
 - в) систему обліку
 - г) рекламну політику
4. Стратегічні альтернативи – це:
 - а) можливі варіанти розвитку підприємства
 - б) туристичні маршрути
 - в) рекламні акції
 - г) фінансові звіти
5. Вибір стратегії здійснюється на основі:
 - а) аналізу інформації
 - б) випадковості

- в) емоцій
 - г) реклами
6. SWOT-аналіз використовується для:
- а) стратегічного аналізу
 - б) бухгалтерського обліку
 - в) продажу турів
 - г) страхування
7. Сильні сторони підприємства – це:
- а) його конкурентні переваги
 - б) податки
 - в) витрати
 - г) борги
8. Загрози – це:
- а) негативні фактори зовнішнього середовища
 - б) внутрішні ресурси
 - в) прибуток
 - г) персонал
9. Можливості підприємства – це:
- а) сприятливі фактори розвитку
 - б) витрати
 - в) борги
 - г) штрафи
10. Результатом стратегічного планування є:
- а) стратегічний план
 - б) рекламна кампанія
 - в) фінансовий звіт
 - г) бухгалтерський баланс

ТЕМА 11: ПЛАНУВАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ

Теоретичні питання

1. Сутність реалізації стратегії підприємства.
2. Основні етапи реалізації стратегії.
3. Роль менеджерів у реалізації стратегії.
4. Інструменти реалізації стратегічного плану.
5. Контроль виконання стратегії.

Практичний кейс

Після розробки нової стратегії туристична компанія вирішила розширити спектр послуг, додавши нові туристичні напрямки.

Завдання:

1. Розробити план реалізації стратегії.
2. Визначити необхідні ресурси.
3. Запропонувати систему контролю виконання стратегії.

Тестові питання

1. Реалізація стратегії – це:
 - а) процес виконання стратегічного плану
 - б) процес реклами
 - в) процес продажу
 - г) процес обліку
2. Основною умовою реалізації стратегії є:
 - а) наявність ресурсів
 - б) реклама
 - в) бухгалтерія
 - г) транспорт
3. Реалізація стратегії передбачає:
 - а) координацію діяльності підрозділів
 - б) рекламу
 - в) продаж
 - г) страхування
4. До ресурсів підприємства належить:
 - а) персонал
 - б) клієнти
 - в) туристи
 - г) маршрути
5. Контроль реалізації стратегії потрібен для:
 - а) оцінки результатів
 - б) реклами

- в) продажу
- г) страхування
- 6. Реалізація стратегії здійснюється:
 - а) усіма підрозділами організації
 - б) лише бухгалтерією
 - в) лише маркетингологами
 - г) лише менеджерами
- 7. План реалізації включає:
 - а) конкретні заходи
 - б) рекламу
 - в) страхування
 - г) бухгалтерію
- 8. Ефективна реалізація стратегії сприяє:
 - а) розвитку підприємства
 - б) зменшенню клієнтів
 - в) збільшенню витрат
 - г) зниженню якості послуг
- 9. Стратегічні плани реалізуються через:
 - а) оперативні плани
 - б) рекламу
 - в) звіти
 - г) рахунки
- 10. Результатом реалізації стратегії є:
 - а) досягнення стратегічних цілей
 - б) реклама
 - в) продаж
 - г) бухгалтерія

ТЕМА 12: ОРГАНІЗАЦІЯ ВЗАЄМОДІЇ ТА ПОВНОВАЖЕНЬ

Теоретичні питання

1. Сутність організації управління.
2. Поняття повноважень та відповідальності.
3. Делегування повноважень.
4. Координація діяльності підрозділів.
5. Роль керівника у процесі організації взаємодії.

Практичний кейс

Керівник туристичної компанії виконує більшість завдань самотійно і не делегує повноваження працівникам, що призводить до перевантаження та зниження ефективності роботи.

Завдання:

1. Визначити проблеми управління.
2. Запропонувати систему делегування повноважень.
3. Розробити рекомендації щодо покращення взаємодії між підрозділами.

Тестові питання

1. Повноваження – це:
 - а) право приймати рішення та віддавати розпорядження
 - б) фінансові ресурси підприємства
 - в) туристичний маршрут
 - г) рекламна кампанія
2. Делегування повноважень означає:
 - а) передачу частини повноважень підлеглим
 - б) звільнення працівників
 - в) зменшення обов'язків керівника
 - г) передачу клієнтів іншим компаніям
3. Основною метою делегування є:
 - а) підвищення ефективності управління
 - б) зменшення кількості працівників
 - в) зниження відповідальності керівника
 - г) збільшення витрат
4. Повноваження пов'язані з:
 - а) відповідальністю
 - б) рекламою
 - в) транспортом
 - г) продажем турів

5. Делегування сприяє:
 - а) розвитку ініціативи працівників
 - б) зниженню активності
 - в) конфліктам
 - г) втраті клієнтів
6. Відповідальність – це:
 - а) обов'язок виконувати поставлені завдання
 - б) фінансовий ресурс
 - в) рекламна кампанія
 - г) туристичний маршрут
7. Ефективна взаємодія в організації передбачає:
 - а) чіткий розподіл обов'язків
 - б) відсутність керівництва
 - в) випадкове прийняття рішень
 - г) відсутність контролю
8. Делегування повноважень дозволяє керівнику:
 - а) зосередитися на стратегічних питаннях
 - б) виконувати всю роботу самостійно
 - в) уникати відповідальності
 - г) не приймати рішень
9. Повноваження передаються:
 - а) разом із завданням
 - б) без обов'язків
 - в) без відповідальності
 - г) без контролю
10. Ефективний розподіл повноважень сприяє:
 - а) покращенню діяльності організації
 - б) зниженню продуктивності
 - в) збільшенню конфліктів
 - г) втраті клієнтів

ТЕМА 13: ПОБУДОВА ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Теоретичні питання

1. Поняття організаційної структури туристичного підприємства.
2. Основні принципи побудови організаційних структур.
3. Типи організаційних структур управління в туристичних організаціях.
4. Розподіл функцій і повноважень у туристичній організації.
5. Переваги та недоліки різних організаційних структур у сфері туризму.

Практичний кейс

Туристична компанія розширює свою діяльність і відкриває нові напрямки подорожей. У зв'язку з цим виникла необхідність змінити організаційну структуру підприємства, оскільки існуюча структура вже не забезпечує ефективного управління.

Завдання:

1. Проаналізувати проблеми існуючої організаційної структури.
2. Визначити, який тип організаційної структури буде найбільш ефективним для компанії.
3. Запропонувати можливий розподіл функцій між підрозділами.

Тестові питання

1. Організаційна структура управління – це:
 - а) система взаємозв'язків між підрозділами та працівниками
 - б) фінансовий план підприємства
 - в) туристичний маршрут
 - г) рекламна стратегія
2. Основною метою організаційної структури є:
 - а) забезпечення ефективного управління підприємством
 - б) продаж турів
 - в) реклама підприємства
 - г) залучення клієнтів
3. До типів організаційних структур належить:
 - а) лінійна
 - б) рекламна
 - в) туристична
 - г) транспортна
4. Функціональна структура передбачає:
 - а) поділ управління за функціями
 - б) поділ за територіями

- в) поділ за клієнтами
 - г) поділ за країнами
5. Лінійна структура характеризується:
- а) чіткою підпорядкованістю
 - б) складною системою управління
 - в) відсутністю керівника
 - г) відсутністю підрозділів
6. Організаційна структура визначає:
- а) розподіл повноважень
 - б) туристичні маршрути
 - в) транспортні перевезення
 - г) рекламу
7. Основою побудови структури є:
- а) функції управління
 - б) реклама
 - в) продаж
 - г) облік
8. До принципів побудови організаційної структури належить:
- а) спеціалізація
 - б) реклама
 - в) бухгалтерія
 - г) транспорт
9. Ефективна структура управління сприяє:
- а) підвищенню ефективності діяльності підприємства
 - б) зниженню продуктивності
 - в) збільшенню витрат
 - г) зменшенню клієнтів
10. Побудова організації передбачає:
- а) розподіл обов'язків між працівниками
 - б) рекламну кампанію
 - в) продаж турів
 - г) створення маршрутів

ТЕМА 14: ПОНЯТТЯ МОТИВАЦІЇ І МОТИВІВ

Теоретичні питання

1. Поняття мотивації в управлінні персоналом.
2. Сутність мотивів та їх роль у діяльності працівників.
3. Основні теорії мотивації.
4. Методи мотивації персоналу в туристичних організаціях.
5. Значення мотивації для ефективності діяльності підприємства.

Практичний кейс

У туристичній компанії спостерігається зниження продуктивності праці менеджерів з продажу. Працівники виконують лише мінімальні обов'язки і не проявляють ініціативи.

Завдання:

1. Визначити можливі причини низької мотивації.
2. Проаналізувати, які методи мотивації можуть бути застосовані.
3. Розробити пропозиції щодо підвищення мотивації працівників.

Тестові питання

1. Мотивація – це:
 - а) процес спонукання працівників до діяльності
 - б) фінансовий облік
 - в) рекламна діяльність
 - г) транспортне обслуговування
2. Мотив – це:
 - а) внутрішня причина поведінки людини
 - б) фінансовий ресурс
 - в) туристичний маршрут
 - г) рекламна стратегія
3. Мотивація спрямована на:
 - а) підвищення ефективності праці
 - б) зменшення роботи
 - в) зниження результатів
 - г) зменшення клієнтів
4. До матеріальних методів мотивації належить:
 - а) преміювання
 - б) подяка
 - в) похвала
 - г) кар'єрне зростання

5. До нематеріальних методів мотивації належить:
 - а) визнання досягнень працівників
 - б) зарплата
 - в) премія
 - г) бонус
6. Мотивація впливає на:
 - а) поведінку працівників
 - б) погоду
 - в) транспорт
 - г) туристичні маршрути
7. Основною метою мотивації є:
 - а) досягнення цілей організації
 - б) реклама
 - в) бухгалтерія
 - г) перевезення
8. Висока мотивація сприяє:
 - а) підвищенню продуктивності праці
 - б) зниженню продуктивності
 - в) збільшенню конфліктів
 - г) зменшенню клієнтів
9. Мотиви можуть бути:
 - а) матеріальні та нематеріальні
 - б) рекламні
 - в) транспортні
 - г) фінансові
10. Мотивація персоналу є функцією:
 - а) менеджменту
 - б) бухгалтерії
 - в) транспорту
 - г) маркетингу

ТЕМА 15: АКТИВНІСТЬ І ДОСЯГНЕННЯ В КОНТЕКСТІ МОТИВАЦІЇ

Теоретичні питання

1. Поняття активності працівників у трудовій діяльності.
2. Зв'язок мотивації та активності персоналу.
3. Поняття досягнення та успіху в професійній діяльності.
4. Теорія потреб досягнення.
5. Фактори підвищення активності працівників у туристичних організаціях.

Практичний кейс

Керівник туристичної компанії помітив, що одні працівники активно пропонують нові ідеї та залучають клієнтів, тоді як інші виконують лише базові обов'язки.

Завдання:

1. Проаналізувати фактори, що впливають на активність працівників.
2. Визначити роль мотивації у досягненні високих результатів.
3. Запропонувати заходи для стимулювання активності персоналу.

Тестові питання

1. Активність працівників – це:
 - а) рівень їхньої ініціативності та участі в діяльності
 - б) фінансовий облік
 - в) рекламна діяльність
 - г) транспортні перевезення
2. Активність персоналу залежить від:
 - а) рівня мотивації
 - б) погоди
 - в) транспорту
 - г) реклами
3. Досягнення – це:
 - а) результат успішної діяльності
 - б) фінансовий документ
 - в) рекламна кампанія
 - г) туристичний маршрут
4. Висока мотивація сприяє:
 - а) підвищенню активності
 - б) зниженню продуктивності
 - в) конфліктам
 - г) зменшенню клієнтів

5. Потреба досягнення означає:
 - а) прагнення до успіху
 - б) прагнення до відпочинку
 - в) бажання уникнути роботи
 - г) бажання змінити роботу
6. Активні працівники:
 - а) проявляють ініціативу
 - б) уникають роботи
 - в) ігнорують обов'язки
 - г) не беруть участі в діяльності
7. До факторів активності належить:
 - а) система стимулювання
 - б) погода
 - в) транспорт
 - г) реклама
8. Досягнення працівників сприяють:
 - а) розвитку організації
 - б) зниженню ефективності
 - в) конфліктам
 - г) втраті клієнтів
9. Керівник може підвищити активність працівників шляхом:
 - а) стимулювання та підтримки
 - б) ігнорування
 - в) покарання
 - г) відсутності контролю
10. Активність працівників впливає на:
 - а) результати діяльності підприємства
 - б) погоду
 - в) транспорт
 - г) рекламу

ТЕМА 16: КОНТРОЛЬ В ТУРИСТИЧНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

Теоретичні питання

1. Поняття контролю як функції менеджменту.
2. Основні етапи процесу контролю.
3. Види контролю в організації.
4. Методи контролю в туристичних підприємствах.
5. Значення контролю для ефективного управління.

Практичний кейс

Керівник туристичної компанії помітив, що деякі менеджери не виконують план продажів, а інформація про це надходить із запізненням. Це ускладнює прийняття управлінських рішень.

Завдання:

1. Визначити недоліки системи контролю в організації.
2. Запропонувати заходи для покращення контролю.
3. Розробити етапи ефективного процесу контролю.

Тестові питання

1. Контроль – це:
 - а) процес перевірки результатів діяльності
 - б) рекламна кампанія
 - в) бухгалтерський облік
 - г) туристичний маршрут
2. Основною метою контролю є:
 - а) забезпечення виконання планів
 - б) реклама підприємства
 - в) залучення клієнтів
 - г) транспортні перевезення
3. До видів контролю належить:
 - а) попередній контроль
 - б) рекламний контроль
 - в) транспортний контроль
 - г) туристичний контроль
4. Поточний контроль здійснюється:
 - а) у процесі виконання роботи
 - б) після завершення роботи
 - в) перед початком роботи
 - г) після звільнення
5. Заключний контроль здійснюється:
 - а) після завершення роботи

- б) перед початком
 - в) під час роботи
 - г) під час планування
6. Контроль передбачає:
- а) порівняння результатів зі стандартами
 - б) рекламу
 - в) продаж
 - г) транспортування
7. Етапом контролю є:
- а) встановлення стандартів
 - б) реклама
 - в) продаж турів
 - г) транспорт
8. Контроль допомагає:
- а) виявляти відхилення від плану
 - б) створювати рекламу
 - в) організовувати тури
 - г) продавати путівки
9. Ефективний контроль сприяє:
- а) покращенню управління
 - б) зниженню ефективності
 - в) конфліктам
 - г) втраті клієнтів
10. Контроль є функцією:
- а) менеджменту
 - б) транспорту
 - в) маркетингу
 - г) реклами

ТЕМА 17: ФОРМАЛЬНІ ТА НЕФОРМАЛЬНІ ГРУПИ

Теоретичні питання

1. Поняття групи в організації.
2. Формальні групи в туристичній організації та їх характеристика.
3. Неформальні групи та причини їх виникнення.
4. Вплив неформальних груп на діяльність організації.
5. Управління груповою поведінкою в туристичному підприємстві.

Практичний кейс

У туристичній компанії працює кілька підрозділів: відділ продажу, маркетинговий відділ та відділ обслуговування клієнтів. У колективі сформувалась неформальна група працівників, яка активно впливає на рішення інших співробітників. Іноді це допомагає роботі, але інколи призводить до конфліктів з керівництвом.

Завдання:

1. Визначити причини формування неформальної групи.
2. Проаналізувати позитивні та негативні наслідки її впливу.
3. Запропонувати управлінські заходи для ефективної взаємодії формальних і неформальних груп.

Тестові питання

1. Група в організації – це:
 - а) сукупність людей, які взаємодіють для досягнення спільної мети
 - б) туристична компанія
 - в) маркетингова стратегія
 - г) фінансовий звіт
2. Формальна група створюється:
 - а) керівництвом організації
 - б) випадково
 - в) туристами
 - г) клієнтами
3. Неформальна група виникає:
 - а) на основі особистих інтересів працівників
 - б) за наказом керівника
 - в) за планом підприємства
 - г) за рішенням клієнтів
4. До формальних груп належать:
 - а) відділи та підрозділи організації
 - б) дружні компанії

- в) туристи
 - г) клієнти
5. Основою неформальної групи є:
- а) особисті зв'язки
 - б) офіційні інструкції
 - в) накази
 - г) посадові обов'язки
6. Неформальні групи можуть:
- а) впливати на поведінку працівників
 - б) не мати жодного впливу
 - в) працювати лише з клієнтами
 - г) виконувати бухгалтерські функції
7. Керівник повинен:
- а) враховувати існування неформальних груп
 - б) ігнорувати їх
 - в) забороняти їх створення
 - г) звільняти всіх учасників
8. Позитивний вплив неформальних груп полягає у:
- а) покращенні комунікації
 - б) зменшенні ефективності
 - в) збільшенні конфліктів
 - г) зниженні мотивації
9. До негативних наслідків неформальних груп належить:
- а) поширення чуток
 - б) покращення співпраці
 - в) розвиток команди
 - г) підвищення мотивації
10. Ефективне управління групами сприяє:
- а) підвищенню ефективності організації
 - б) зниженню продуктивності
 - в) збільшенню витрат
 - г) зменшенню клієнтів

ТЕМА 18: КЕРІВНИЦТВО: ВЛАДА ТА ОСОБИСТИЙ ВПЛИВ

Теоретичні питання

1. Поняття керівництва в управлінні організацією.
2. Сутність влади в управлінні.
3. Основні джерела влади керівника.
4. Особистий вплив керівника на підлеглих.
5. Ефективність використання влади в організації.

Практичний кейс

Керівник туристичної компанії використовує лише адміністративні методи управління: накази, контроль і дисциплінарні заходи. Це призводить до зниження мотивації працівників.

Завдання:

1. Визначити тип влади, який використовує керівник.
2. Проаналізувати наслідки такого стилю управління.
3. Запропонувати альтернативні методи впливу на персонал.

Тестові питання

1. Керівництво – це:
 - а) процес впливу на підлеглих для досягнення цілей організації
 - б) рекламна діяльність
 - в) бухгалтерський облік
 - г) продаж турів
2. Влада в управлінні – це:
 - а) здатність впливати на поведінку інших людей
 - б) фінансові ресурси
 - в) рекламна кампанія
 - г) система обліку
3. До джерел влади належить:
 - а) посадова влада
 - б) реклама
 - в) транспорт
 - г) туристичний маршрут
4. Експертна влада базується на:
 - а) знаннях і досвіді керівника
 - б) наказах
 - в) покараннях
 - г) посаді

5. Харизматична влада пов'язана з:
 - а) особистими якостями керівника
 - б) фінансами
 - в) транспортом
 - г) маркетингом
6. Примусова влада базується на:
 - а) страху покарання
 - б) знаннях
 - в) досвіді
 - г) авторитеті
7. Влада винагороди означає:
 - а) можливість заохочення працівників
 - б) можливість покарання
 - в) можливість звільнення
 - г) можливість реклами
8. Особистий вплив керівника залежить від:
 - а) його авторитету
 - б) бухгалтерії
 - в) реклами
 - г) транспорту
9. Ефективний керівник:
 - а) використовує різні види влади
 - б) застосовує лише покарання
 - в) ігнорує підлеглих
 - г) не контролює роботу
10. Влада необхідна для:
 - а) управління організацією
 - б) реклами
 - в) продажу турів
 - г) транспорту

ТЕМА 19: ЛІДЕРСТВО: СТИЛЬ, СИТУАЦІЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ

Теоретичні питання

1. Поняття лідерства в управлінні.
2. Основні стилі лідерства.
3. Ситуаційні теорії лідерства.
4. Роль лідера в туристичній організації.
5. Фактори ефективності лідерства.

Практичний кейс

Керівник туристичної компанії надає працівникам повну свободу у прийнятті рішень і майже не контролює їхню діяльність. Це призвело до зниження дисципліни в колективі.

Завдання:

1. Визначити стиль лідерства керівника.
2. Проаналізувати його переваги та недоліки.
3. Запропонувати ефективніший стиль управління.

Тестові питання

1. Лідерство – це:
 - а) процес впливу на групу людей для досягнення спільної мети
 - б) рекламна діяльність
 - в) фінансовий контроль
 - г) бухгалтерський облік
2. Авторитарний стиль лідерства характеризується:
 - а) жорстким контролем керівника
 - б) повною свободою підлеглих
 - в) відсутністю управління
 - г) самостійністю працівників
3. Демократичний стиль управління передбачає:
 - а) участь працівників у прийнятті рішень
 - б) жорсткий контроль
 - в) відсутність контролю
 - г) повну централізацію
4. Ліберальний стиль управління характеризується:
 - а) мінімальним втручанням керівника
 - б) жорстким контролем
 - в) суворими наказами
 - г) дисциплінарними заходами

5. Ситуаційний підхід до лідерства означає:
 - а) вибір стилю управління залежно від ситуації
 - б) використання лише одного стилю
 - в) відсутність управління
 - г) випадковий вибір стилю
6. Ефективний лідер повинен:
 - а) адаптувати стиль управління
 - б) використовувати лише накази
 - в) ігнорувати підлеглих
 - г) уникати рішень
7. Лідер відрізняється від керівника тим, що:
 - а) має авторитет у групі
 - б) займає посаду
 - в) працює з клієнтами
 - г) займається рекламою
8. Ефективність лідерства залежить від:
 - а) ситуації
 - б) погоди
 - в) транспорту
 - г) туристичних маршрутів
9. Лідерство сприяє:
 - а) згуртованості колективу
 - б) конфліктам
 - в) зниженню продуктивності
 - г) втраті клієнтів
10. Основною метою лідера є:
 - а) досягнення цілей організації
 - б) реклама
 - в) продаж турів
 - г) бухгалтерія

ТЕМА 20: УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ ТА СТРЕСАМИ

Теоретичні питання

1. Поняття конфлікту в організації.
2. Причини виникнення конфліктів у туристичних організаціях.
3. Типи організаційних конфліктів.
4. Методи управління конфліктами.
5. Поняття стресу та методи його подолання.

Практичний кейс

У туристичній компанії виник конфлікт між менеджером з продажу та менеджером з маркетингу через розподіл клієнтів. Конфлікт почав впливати на роботу всього колективу.

Завдання:

1. Визначити причини конфлікту.
2. Проаналізувати можливі способи його вирішення.
3. Запропонувати методи попередження подібних ситуацій.

Тестові питання

1. Конфлікт – це:
 - а) зіткнення протилежних інтересів
 - б) співпраця
 - в) дружні відносини
 - г) маркетингова діяльність
2. Причиною конфлікту може бути:
 - а) розбіжність інтересів
 - б) спільна мета
 - в) взаємодопомога
 - г) довіра
3. До видів конфліктів належить:
 - а) міжособистісний
 - б) туристичний
 - в) транспортний
 - г) рекламний
4. Управління конфліктом передбачає:
 - а) його вирішення або зменшення
 - б) ігнорування
 - в) посилення
 - г) уникнення

5. До методів вирішення конфліктів належить:
 - а) компроміс
 - б) реклама
 - в) бухгалтерія
 - г) страхування
6. Стрес – це:
 - а) психологічна напруга
 - б) реклама
 - в) бухгалтерія
 - г) продаж
7. Причиною стресу може бути:
 - а) перевантаження роботою
 - б) відпочинок
 - в) премія
 - г) відпустка
8. Управління стресом передбачає:
 - а) зменшення негативних факторів
 - б) ігнорування проблем
 - в) збільшення навантаження
 - г) конфлікти
9. Конструктивний конфлікт:
 - а) сприяє розвитку організації
 - б) руйнує колектив
 - в) знижує ефективність
 - г) створює проблеми
10. Ефективне управління конфліктами сприяє:
 - а) покращенню роботи колективу
 - б) зниженню продуктивності
 - в) збільшенню витрат
 - г) втраті клієнтів

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Шелеметьєва Т.В., Гресь-Євреїнова С.В. Менеджмент туризму : навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 216 с. URL: <https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a8717e7a-8654-4677-8d06-6850071860fd/content>
2. Управління проєктами в туризмі : навчальний посібник / Д. Ю. Мамотенко, Т. В. Шелеметьєва, О. М. Корнієнко, С. В. Гресь-Євреїнова. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2025. 374 с.
3. Адміністративний менеджмент та організаційні структури управління в туризмі : навчальний посібник / уклад. М. Ю. Паламарюк, М.О. Ячнюк. Чернівці : ЧНУ ім. Ю. Федьковича, 2025. 232 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi82/0061872.pdf>
4. Сазонець І. Л., Сазонець О. М. Управління проєктами та ризиками в туризмі : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2023. 220 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi80/0059811.pdf>
5. Білоусов О. М., Лугінін О. Є., Морозова О. С., Соколова Л. В. Менеджмент туристичної галузі : підручник. Суми : Університетська книга, 2025. 580 с.
6. Панченко Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навчальний посібник. Суми : Університетська книга, 2025. 342 с.
7. Shebanina O., Burkovska A., Poltorak A., Burkovska A., Sukhorukova A. (2024). Hospitality Management Through the Development Of Tourism Infrastructure in the World: Trends and Perspectives in Terms of Sustainable Development. Modern Economics, 44(2024), 233-246. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V44\(2024\)-34](https://doi.org/10.31521/modecon.V44(2024)-34).
8. Shebanina O., Burkovska A., Poltorak A., Burkovska A., Petrenko V. (2023). Management of the Informational Potential of Eco-Hotels in the Conditions of Sustainable Development of Hospitality and Tourist Destinations Based on Agricultural Enterprises in Ukraine. Modern Economics, 41(2023), 147-155. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-21](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-21).

Інтернет-ресурси

1. Верховна Рада України : офіційний веб-портал. URL: <http://www.portal.rada.gov.ua>
2. Пенсійного фонду України : офіційний веб-сайт. URL: <http://www.pfu.gov.ua>
3. Державна служба зайнятості України : офіційний веб-сайт. URL: <http://www.dcz.gov.ua>
4. Діловодство в Україні. URL: <http://www.dilovodstvo.wordpress.com>

Навчальне видання

МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМІ

Методичні рекомендації

Укладач: **Бурковська Анна Іванівна**

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 2,0 Тираж 50 прим. Зам. №

Надруковано у видавничому відділі Миколаївського національного аграрного
університету

54020, м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4490 від 20.02.2013 р.