

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМ. Г.С. СКОВОРОДИ
КАФЕДРА ГЕОГРАФІЇ І МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ ГЕОГРАФІЇ
ОБЛАСНИЙ КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "ХАРКІВСЬКИЙ
ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР ТУРИЗМУ"**



ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ

**Матеріали III Всеукраїнської
науково-практичної Інтернет-конференції
Харківського національного педагогічного університету
ім. Г.С. Сковороди
(26 лютого 2020 р., м. Харків)**

**Харків
2020**

**Міністерство освіти і науки України
Харківський національний педагогічний університет ім. Г.С. Сковороди
Кафедра географії і методики викладання географії
Обласний комунальний заклад "Харківський організаційно-методичний
центр туризму"**

ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ

**Матеріали III Всеукраїнської
науково-практичної Інтернет-конференції
Харківського національного педагогічного університету
ім. Г.С. Сковороди
(26 лютого 2020 р., м. Харків)**

**Харків
2020**

УДК: 338.48:911: 37:502:551:63

Редакційна колегія:

О.Г. Стадник – к. пед.н., професор кафедри географії та методики викладання географії Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди;

А.В. Губа – д.пед.н, професор кафедри суспільно-правових дисциплін і менеджменту освіти Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди;

В.В. Піткевич – к.і.н, доцент, завідувач кафедри географії та методики викладання географії Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди;

Ю.І. Муромцева – к.е.н., доцент кафедри географії та методики викладання географії Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди.

С.В. Некос – к.г.н, доцент кафедри географії та методики викладання географії Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди;

В.Д. Холодок – к.наук з держ управління, директор обласного комунального закладу "Харківський організаційно-методичний Центр Туризму".

До друку та в світ
дозволяю

Директор інституту інформатизації освіти
проф. А.І. Прокопенко

*Затверджено редакційно-видавничою радою Харківського національного педагогічного університету імені Г.С.Сковороди
протокол № від 11.03.2020*

Географія та туризм: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди (26 лютого 2020 р., м. Харків) / за заг. ред. Муромцевої Ю.І.- Харків:ХНПУ ім.Г.С.Сковороди, 2020. – 295 с.

У збірнику представлено матеріали, присвячені актуальним питанням сучасної географічної науки та туризмознавства.

Розглянуто освітні тенденції у галузях географії, краєзнавства та туризму, проблеми природокористування, фізичної та економічної географії, висвітлено питання про стан і розвиток туризму в світі та Україні, туристичних ресурсів, природної та культурно-історичної спадщини України.

Для викладачів, аспірантів, магістрів, студентів вищих навчальних закладів.

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, галузевої термінології, наявність плагіату, імен власних та інших відомостей.

© Харківський національний педагогічний університет імені Г.С.Сковороди, 2020

ЗМІСТ

Розділ 1. Тенденції сучасної освіти у галузі географії, краєзнавства та туризму

Г.П. Шука

ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ДО РОБОТИ
В УМОВАХ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА 7

О.Г. Стадник, В. В. Піткевич

ФОРМУВАННЯ БАЗОВОГО ОБРАЗУ КРАЇНИ В ПРОЦЕСІ
ВИВЧЕННЯ ГЕОГРАФІЧНОГО КРАЇНОЗНАВСТВА
(НА ПРИКЛАДІ НІДЕРЛАНДІВ) 12

Л. М. Donchenko, T. V. Zavyalova

MODEL OF THE MODERN GEOGRAPHY TEACHER AS A COMPETITIVE
SPECIALIST 19

L. Prokhorova

PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL CONDITIONS
OF FORMATION OF GEOGRAPHICAL CONCEPTS OF PUPILS OF
SECONDARY SCHOOLS 24

Є.С. Ємельянова

ВИВЧЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЯК КОМПОНЕНТА МОВИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ
ФАХІВЦІВ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ 29

О. В. Непша

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ
КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ГЕОГРАФІЇ ПІД ЧАС
ПЕДАГОГІЧНОЇ ПРАКТИКИ 32

В. А. Антоненко, Л. А. Василюк, Г. І. Дорожко

НАВЧАЛЬНІ ЕКСКУРСІЇ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ГЕОГРАФІЧНИХ
ЗНАТЬ УЧНІВ ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ ШКІЛ 37

С.В. Гришко, Я.Ю. Непша

ОСВІТНЬО-ВИХОВНЕ ЗНАЧЕННЯ ШКІЛЬНОГО КУРСУ ГЕОГРАФІЇ У
РОЗВИТКУ ВСЕБІЧНО РОЗВИНЕНОЇ ОСОБИСТОСТІ 41

Розділ 2. Сталий розвиток та ефективне природокористування

І.О. Губарева, М.А. Краєвський

РОЗВИТОК БІОЕНЕРГЕТИКИ ЯК ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОГО
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ 46

М. Л. Сажнев, А. Л. Стецько

СУЧАСНИЙ СТАН ЗАПАСІВ ТА ВИДОБУТКУ ТОРФОВОЇ СИРОВИНИ В
УКРАЇНІ 49

<i>І.О. Скупий, О.П. Федосєєв О. М. Левада</i> НАДРОКОРИСТУВАННЯ В ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ (НА ПРИКЛАДІ ВАСИНІВСЬКОГО РОДОВИЩА ЗАЛІЗНИХ РУД)	55
<i>М. Л. Сажнєв, Р. В. Фісанов</i> АГРОКЛІМАТИЧНА ОЦІНКА ТА ПРИРОДНО- СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКЕ РАЙОНУВАННЯ ТЕРИТОРІЇ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ	59
<i>А.М. Слюта</i> ПРОСТОРОВИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ БІОКЛІМАТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ НА ЕКОСИСТЕМИ ЗОНИ ПОЛІССЯ	66
<i>М. А. Шавлак,</i> ЗЕМЕЛЬНА РЕФОРМА ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ	73
<i>А. А. Ніколов, О. М. Левада</i> ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ МЕЛІОРАТИВНОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ У ВЕСЕЛІВСЬКОМУ РАЙОНІ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ	77
<i>М. С. Овчинникова, О. В. Непша</i> ПРИРОДНІ ПЕРЕДУМОВИ СТВОРЕННЯ МЕРЕЖІ ЗАПОВІДНИХ ТЕРИТОРІЙ ЗАХІДНОГО ВОЛИНО-ПОДІЛЛЯ	84
<i>Є. Ю. Варфоломеєва, Х. І. Стегареску, О. В. Непша</i> ДЕГРАДАЦІЯ ЗЕМЕЛЬ В ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ В РЕЗУЛЬТАТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ	90
<i>Р. Ю. Лемішко, О. В. Непша</i> СУЧАСНИЙ ГЕОЕКОЛОГІЧНИЙ СТАН ПОВЕРХНЕВИХ ВОД ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	93
<i>Г. В. Тамбовцев, Н. В. Балабатько</i> ЄВРОПЕЙСЬКЕ ЗАКОНОДАВСТВО ЩОДО УПРАВЛІННЯ ВОДНИМИ РЕСУРСАМИ	99
<i>М. Резенькова</i> РІВЕНЬ ЗАБРУДНЕННЯ РІЧКИ ГАНГ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЛЮДЕЙ	102
<i>Д. В. Вінніченко, О. В. Непша</i> ПРОБЛЕМА ЗАБРУДНЕННЯ ВОДНИХ ОБ'ЄКТІВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ	106
<i>Г. В. Тамбовцев, М. О. Кірічок</i> НАПРЯМИ БОРОТЬБИ ІЗ ЗАБРУДНЕННЯМ ВАЖКИМИ МЕТАЛАМИ ГРУНТІВ М. МАРІУПОЛЬ ТА ПРИЛЕГЛИХ ТЕРИТОРІЙ	109
<i>Г. В. Тамбовцев, І. А. Макєєва</i> ОСОБЛИВОСТІ ПОШИРЕННЯ АБРАЗІЇ БЕРЕГІВ АЗОВСЬКОГО ТА ЧОРНОГО МОРІВ В МЕЖАХ ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ	114

Розділ 3. Тенденції розвитку туристичної галузі в Україні й світі

С. В. Білоус, Ю. О. Масюк, І. З. Мункачій

ОКРЕМІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ
ТА ЇХ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЛЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ
ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ 121

В. В. Лисенко

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ 125

М. І. Габа

РЕКРЕАЦІЙНО-ВІДПОЧИНКОВИЙ ТУРИЗМ ЯК ОДИН З
ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ
УКРАЇНИ 131

П. В. Романів

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ 133

Г. Я. Ільницька-Гикавчук,

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ ЯК УМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ
ГАЛУЗІ 142

Л.А. Гілета, І.Р. Корецька

РОЗВИТОК ПІШОХІДНОГО ТУРИЗМУ В СЕЛАХ СТІЛЬСЬКО ТА
ДУБРОВА 147

Н.П.Хомич, І.Р. Корецька

СТАН РОЗВИТКУ КРУЇЗНИХ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ
В УКРАЇНІ 153

І.З. Мункачій, С.В. Білоус

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО
ПІДПРИЄМНИЦТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ 156

Р. Є. Качаровський, І. В. Єрко, Н.В. Чир, О. В. Антипюк

ОСЕРЕДКИ ВИШИВКИ У ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ
ЯК ОБ'ЄКТИ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ 162

Розділ 4. Туризм та соціально-економічний розвиток регіону

М.С. Дністрянський, Б. М. Жулканич, Н. І. Дністрянська

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ЯК ЧИННИК ПОДОЛАННЯ ДЕПРЕСИВНОСТІ
МІСТЕЧОК БОЙКІВЩИНИ 169

Г. М. Гуменюк

НАРОДНІ ХУДОЖНІ ПРОМИСЛИ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО
РОЗВИТКУ ГУЦУЛЬЩИНИ 176

А.М.Слащук, Г. О. Бернадська

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ
РІВНЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ 183

<i>Т. Г. Ткаченко</i>	
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ	187
<i>Т.А. Бутенко, С.І.Сисоєва, Т.Г. Ткаченко</i>	
РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ БРЕНДІВ ДЕСТИНАЦІЙ СЕЛИЩА ДОКУЧАЄВСЬКЕ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	191
<i>Н. Sukhanova, V. Ushakov, M. Kupreenko</i>	
OPPORTUNITIES OF THE STAROVERDYANSK AND BOGATYR FORESTS FOR COMPETITIVE TOURISM OF STUDENT YOUTH	194
<i>В. П. Лисенко</i>	
ПІДВИШЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ БРЕНДІВ	200
<i>В. М. Іванова, О. М. Шелудько</i>	
ПРИРОДНІ РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ЯК УМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАПОРІЗЬКОГО КРАЮ	203
<i>В. В. Єсінов</i>	
АНАЛІЗ РЕКРЕАЦІЙНО - ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	211

Розділ 5. Соціально-економічні та демографічні проблеми сучасності

<i>Ю. І. Муромцева</i>	
ПЕРЕПИС НАСЕЛЕННЯ – ЯК АТРИБУТ ДЕРЖАВНОСТІ ТА НЕОБХІДНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ	215
<i>О. О. Афоніна</i>	
ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАСЕЛЕННЯ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ	226
<i>Н. М. Проценко</i>	
ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ В КОНТЕКСТІ ДЕМОГРАФІЧНИХ ВИКЛИКІВ	233
<i>Я. Г. Ткаченко, О. Г. Корнус, А. О. Корнус,</i>	
ГЕОГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАХВОРЮВАНOSTІ ТА ПОШИРЕНOSTІ ХВОРОБ ОРГАНІВ ТРАВЛЕННЯ СЕРЕД НАСЕЛЕННЯ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	238
<i>О.В. Забєлін</i>	
СОЦІАЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ ДЕМОГРАФІЧНОГО РОЗВИТКУ НАСЕЛЕННЯ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	245
<i>І.В. Ченєгін</i>	
ЗМІНИ НАПРЯМКІВ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ ГРОМАДЯН УКРАЇНИ: ПРИЧИНИ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКИ	251
<i>Н. В. Чир, Р. Є. Качаровский, О. В. Антипюк, І. В. Єрко</i>	
ПОШТОВИЙ ЗВ'ЯЗОК – ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ	257
Анотації	265

Розділ 1. Тенденції сучасної освіти у галузі географії, краєзнавства та туризму

УДК 377:338:48

Галина Петрівна Шука

*доктор педагогічних наук, професор
професор кафедри географії та туризму
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II
м. Берегове Закарпатської обл.*

ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ДО РОБОТИ В УМОВАХ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стрімкі темпи розвитку світового туристичного ринку, бажання втримати долю цього ринку, незважаючи на постійно зростаючу конкуренцію, на фоні зміни ціннісної парадигми ведення бізнесу актуалізують пошуки інструментів щодо перетворення потенційних клієнтів на лояльних споживачів. Адже в окремих галузях, за підрахунками науковців, лояльні споживачі забезпечують підвищення прибутку до 85 %.

Така статистика підштовхує вітчизняний туристичний бізнес до впровадження клієнтоорієнтованого підходу. Очевидно, що лояльність споживачів значною мірою залежить від лояльності співробітників. Особливо це проявляється в туристичній галузі, де якість послуги визначається якістю взаємовідносин між туристом та виконавцем його замовлення.

Відповідно, збільшується об'єм вимог, які висуваються до компетентності фахівця сфери туризму: тепер він, окрім усього іншого, має бути орієнтованим на індивідуальні потреби споживача.

Це стало викликом для закладів вищої освіти, які реалізують підготовку кадрів для різних галузей економіки країни, загалом, та індустрії туризму, зокрема.

Грунтовний аналіз наукових досліджень з клієнтоорієнтованості представлено в роботах В. Халіної, Т. Васильєвої, Н. Трушкіної, Н. Ринкевич, Н. Рябоконт, І. Продан, Ю. Різник [5] та ін., які проаналізували причини виникнення цього явища, розглянули його генезис та порівняли визначення сутності представниками різних наукових шкіл. Значна кількість робіт присвячена теоретичним та практичним аспектам формування лояльності споживачів (Т. Лустина, Т. Богачева, А. Панова [4]), співробітників (К. Оксінойд, І. Рущенко, М. Сорокіна); визначенню індикаторів та показників клієнтоорієнтованості підприємств та організацій в різних сферах (О. Лабурцева, В. Мартінович, В. Халіна, Т. Халімон тощо). Проте, нам не відомі дослідження проблеми формування клієнтоорієнтованості майбутнього фахівця в закладах вищої освіти.

Мета статті – виявлення основних умов, які забезпечують формування клієнтоорієнтованості у майбутнього фахівця сфери туризму.

Незважаючи на відносно тривалий період дослідження вченими питань клієнтоорієнтованості (з середини 1950-х рр.) та побутову зрозумілість даного терміну, склалося три основні позиції щодо визначення сутності цього поняття [5]:

- стратегія або спосіб ведення бізнесу (Л. Стрій, І. Манн, Ю. Воржакова, Дж. Фарлей, Ф. Вебстер);
- уміння, інструмент або характеристика бізнесу (С. Еверт, А. Новіков, В. Лучков);
- досвід або оцінка клієнта (К. Харський).

Термінологічна невизначеність не заважає запроваджувати клієнтоорієнтований підхід у практику діяльності підприємств. Бізнес «не потребує настільки кропіткого і детального пошуку відмінностей у термінології ... Як би не позиціонувала фірма свою клієнтоорієнтованість – «клієнт – вища цінність» (політика) або «наші продукти без ГМО» (інструмент), – завжди буде важливий тільки кінцевий результат (одержання прибутку – *моє*)» [3].

Отже, наразі реалізується два шляхи впливу лояльності персоналу на лояльність клієнтів:

а) лояльність персоналу – ефективність праці – якісний продукт – задоволеність споживача – лояльність споживача;

б) лояльність персоналу – поширення цінностей компанії при контакті зі споживачем – задоволеність споживача – лояльність споживача [4, с. 57].

Відповідно, у студента важливо сформуванню основну базову *цінність* – бізнес існує заради задоволення потреб споживачів, та *вміння* їх задовольняти; і чітко визначити індикатори, які показуватимуть, що студент готовий застосовувати клієнтоорієнтований підхід у професійній діяльності.

Система цінностей – важливий елемент культури взагалі і професійної культури зокрема. Цінність відповідає на питання – що є бажаним або яким щось повинно бути. Цінності містять у собі спонукальний складник, виконують роль підстави для дії [7, с. 713–714].

Тобто, вся професійна діяльність фахівця сфери туризму має бути пронизана певним ціннісним відношенням до туриста. Це відношення має базуватися на конкретних етичних принципах, морально-професійних нормах, які, з одного боку, відображають специфіку професійної діяльності, з іншого, є складовою загальної частини суспільства, оскільки професійна етика є частиною загальної етичної теорії.

Професійна етика покликана дати теоретичне обґрунтування сутності трансформації загальних норм і принципів моралі до специфічних умов професійної діяльності людей відповідно до уявлень про професійний обов'язок, благо, добро і зло, справедливість, совість, честь та інші моральні цінності. При цьому важливо підкреслити, що професійна етика не створює норм, особливих нормативів для спеціалістів тієї чи іншої професії [6].

Складність полягає в тому, що звичка дотримуватися етичних принципів у своєму житті у молодій людини вже фактично сформована під впливом сім'ї, ЗМІ, суспільства, закладів дошкільної та загальної середньої освіти та ін. ще до того, як вона стане студентом. Тобто, поза межами

системи професійної освіти. Заклад вищої освіти має обмежені можливості впливати на цей процес. На етапі зарахування – взагалі ніяких.

Незважаючи на це, завдання вишу – викликати у майбутнього фахівця бажання реалізувати професійну діяльність, керуючись потребами клієнта. Це передбачає розвиток емоційного інтелекту (EQ). Структура EQ (за Д. Гоулманом) складається з п'яти параметрів: рівень усвідомлення себе (самоусвідомлення); здатність керування власними емоціями (саморегуляція); націленість на результат (мотивація); вміння розуміти і відчувати інших (емпатія); здатність взаємодіяти з іншими людьми (соціальні навички) [1].

Високий рівень емоційного інтелекту дозволяє усувати конфлікти, відійти від необов'язковості, невимогливості до інших, байдужості до загального результату тощо. З огляду на це, функція EQ ефективніша функції IQ. Тобто, для успішної роботи в туристичному бізнесі емоційний інтелект набагато дієвіше логічного.

Якщо подивитися на питання клієнтоорієнтованості з точки зору власників бізнесу чи управляючих, вони теж, так чи інакше, говорять про емоційний інтелект. Сумлінність, знання потреб свого клієнта, вміння зрозуміти і прийняти його точку зору, вміння випереджати його очікування, увагу до дрібниць – називають як принципи клієнтоорієнтованості [2].

Отже, підсумовуючи все вищесказане, можна зробити висновок: сучасний туристичний бізнес будується на принципах клієнтоорієнтованості. Це вимагає переосмислення завдань підготовки майбутніх фахівців сфери туризму. У студента важливо сформувати основну базову цінність – бізнес існує заради задоволення потреб споживачів, та вміння їх задовольняти. З цією метою в закладах вищої освіти більше уваги потрібно приділяти розвитку емоційного інтелекту студентів.

Підготовка майбутніх фахівців сфери туризму до виконання своєї професійної діяльності з орієнтацією на потреби клієнта – досить новий напрям досліджень у туризмології. Перспективи подальших досліджень

пов'язані з визначенням механізму формування емоційного інтелекту студентів у процесі вивчення професійно орієнтованих дисциплін.

Література:

1. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект в бизнесе / Дэниел Гоулман; пер. с англ. А. П. Исаевой. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 512 с.
2. Клієнтоорієнтованість: основні принципи [Електронний ресурс] // Сайт Клубу ділових людей Business community club. – Режим доступу : <https://bc-club.org.ua/guidebook/articles/klientoorientovanist-osnovni-pryncypy.html>
3. Клієнтоорієнтованість: плюси і мінуси [Електронний ресурс] // FIRM.UA. Рішення для бізнесу. – Режим доступу : https://firm.ua/ua/kyiv/kliiientooriiientovanist_pliusy_i_minusy.html
4. Лустина Т. Н. Формирование лояльности потребителей как необходимое условие для эффективного менеджмента отношений с клиентами / Т. Н. Лустина, Т. В. Богачева, А. Г. Панова // Актуальные вопросы экономики, управления, права, социологии и педагогики в условиях информационного общества: сб. научных статей по итогам Международной конференции / под ред. И. Е. Бельских, В. Н. Гуляихина. – Волгоград : ООО «Волгоградское научное издательство», 2014. – С. 55–58.
5. Продан І. О. Клієнтоорієнтований підхід як передумова конкурентоспроможності підприємства / І. О. Продан, Ю. І. Різник // Бізнес Інформ. – 2017. – № 1. – С. 308–313.
6. Умови виникнення і призначення професійної етики [Електронний ресурс] // сайт Професійна етика. – Режим доступу : <http://pe.ptngu.com/01.html>
7. Філософський енциклопедичний словник. – Київ : «Абрис», 2002. – 751 с.

Наукове електронне видання

ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ

**Матеріали III Всеукраїнської
науково-практичної Інтернет-конференції
Харківського національного педагогічного університету
ім. Г.С. Сковороди
(26 лютого 2020 р., м. Харків)**

Матеріали подаються в авторській редакції. За зміст і фактологію
відповідальність несе автор.

**Відповідальний за випуск Муромцева Ю.І.
Комп'ютерна верстка: Муромцева Ю.І.**

Ум. друк. арк. 14,12

Державний вищий навчальний заклад
Харківський національний педагогічний університет ім. Г.С. Сковороди
м. Харків, 61002
вул. Алчевських, 29.