

Затверджено  
Вченою радою КиМУ  
протокол № 7  
від 25 лютого 2021 року

Введено в дію наказом  
президента КиМУ № 038  
від 25 лютого 2021 року

**ПРОГРАМА  
ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ  
ДЛЯ АБІТУРІЄНТІВ, ЯКІ ВСТУПАЮТЬ НА НАВЧАННЯ НА  
ОСВІТНЬО - ПРОФЕСІЙНУ ПРОГРАМУ «ТУРИЗМ»  
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ  
242 «ТУРИЗМ» ГАЛУЗІ ЗНАНЬ 24 «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»  
ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ**

**Київ – 2021**

**ВИТЯГ З ПРОТОКОЛУ №7**  
**засідання кафедри міжнародних відносин та туризму**  
**Київського міжнародного університету**  
**від 22.02.2021 р.**

**ПРИСУТНІ:** зав.кафедри, к.політ.н., доц. Крупеня І.М., к.і.н., проф. Іванова Р.П., д.політ.н., проф. Шергін С.О., д.політ.н., проф. Коломієць О.В., д.і.н., проф. Сокирська В.В., к.і.н., доц. Судак І.І., к.і.н., доц. Самойлов О.Ф., к.і.н., доц. Мохнатюк І.О., к.ф.н., доц. Шарко О.В., к.політ.н., доц. Тараненко Г.Г., к.політ.н., доц. Рябоштан Є.В., к.культ. Данник К.О., к.географ. н. Юрченко Т.І., викл. Алексанян В.І., викл. Курілова Ю.О., викл. Клик Б.О., викл. Терехова М.А., викл. Порплиця Н.Б.

**СЛУХАЛИ:** завідувача кафедри доц. Крупеня І.М. про перезатвердження матеріалів для проведення вступного фахового випробування для абітурієнтів, які вступають на навчання на освітньо-професійну програму «Туризм» зі спеціальності 242 «Туризм» галузі знань 24«Сфера обслуговування» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти на перший курс.

**УХВАЛИЛИ:** перезатвердити програму вступного фахового випробування для абітурієнтів, які вступають на навчання на освітньо-професійну програму «Туризм» зі спеціальності 242 «Туризм» галузі знань 24«Туризм» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти на перший курс.

**Завідувач кафедри**

**доц. Крупеня І.М.**

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

**Метою** фахового вступного випробування є з'ясування рівня теоретичних знань абітурієнтів, їх практичних умінь і навичок, необхідних для опанування нормативних і варіативних дисциплін за програмою підготовки магістра спеціальності «Туризм».

**Структура** фахового вступного випробування складається з 60 тестових завдань. Кожне завдання містить чотири варіанти відповіді, з яких потрібно вибрати одну або декілька правильних відповідей. Кожна правильна відповідь тестового завдання оцінюється в 1 бал.

### Вимоги до професійного відбору

Для забезпечення результативного навчання і ефективного залучення студентів у процес реалізації освітньої програми галузі знань: 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 242 «Туризм» й відповідного рівня освітньої та професійної підготовки випускників Інституту міжнародних відносин Київського міжнародного університету розроблена відповідна система відбору абітурієнтів. Вона реалізується при доборі у ході вступних випробувань до університету. Відповідно до специфіки Навчально-наукового інституту міжнародних відносин на цих етапах відбору для абітурієнтів встановлюються такі компетентнісні вимоги (табл.1):

Таблиця 1

### Основні фахові компетентності, якими повинен володіти бакалавр спеціальності «Туризм»

<b>Фахові компетентності</b>
<b>Компетентності, щодо забезпечення дослідно-аналітичної функції</b>
Здійснювати аналіз сучасного стану, ефективного й оптимального розвитку і розміщення всіх складових рекреаційних комплексів.
Визначати роль природних рекреаційних ресурсів у забезпеченні рекреаційних потреб.
Проводити пошук, визначати джерела накопичення, аналізувати географічну інформацію стосовно елементів туристичного потенціалу території, існуючих і планованих рекреаційних систем.
Професійно оперувати географічною інформацією стосовно визначення ключових характеристик і властивостей туристичних та туристично-рекреаційних ресурсів.
Визначати територіальну організацію та оцінювати ресурсний потенціал країн, регіонів щодо стану та перспектив розвитку видового (спеціалізованого) туризму.
Проводити країнознавчі та краєзнавчі дослідження щодо умов розвитку туризму на визначеній території.
Використовувати загальні методи наукових досліджень із застосуванням сучасних технічних засобів та інформаційно-комунікаційних технологій.
Володіти культурою екологічного мислення та світогляду.
Застосовувати визначальні принципи та концептуальні підходи щодо економічної оцінки природних ресурсів.
Використовувати методичні підходи до оцінки природно-ресурсного потенціалу та його екологічно безпечних форм використання та відтворення.
Проводити комплексні маркетингові дослідження і моніторинг ринку туристичних послуг.
Діагностувати стан маркетингового середовища туристичних підприємств і організацій.
Визначати мотиви туристичної подорожі та споживчі характеристики конкурентоздатних туристичних послуг.
<b>Компетентності, щодо забезпечення технологічної функції</b>
Визначати адекватний потребам ринку перелік туристичних напрямків (дестинацій) і

географію подорожей.
Розробляти різні види турів з урахуванням потреб цільових груп споживачів туристичних послуг.
Розробляти різноманітні програми туристичного обслуговування.
Складати, оформляти і оперувати туристичною документацією при формуванні туристичного продукту.
<b>Компетентності, щодо забезпечення сервісної функції</b>
Організовувати процес обслуговування клієнтів в процесі реалізації туристичного продукту.
Організовувати процес обслуговування туристів в процесі споживання туристичного продукту.
Організовувати роботу зі скаргами клієнтів.
Надавати вичерпну інформацію існуючим і потенційним туристами.
Надавати послуги з бронювання туристичних послуг.
Взаємодіяти з вітчизняними та іноземними клієнтами екскурсійного бюро.
Організовувати процес екскурсійного обслуговування туристів і екскурсантів.
Розробляти та проводити різні види екскурсій.
Організовувати надання анімаційних послуг різним категоріям туристів.
<b>Компетентності, щодо забезпечення організаційної функції</b>
Організовувати та проводити ділові зустрічі і переговори з партнерами та іншими суб'єктами туристичної діяльності, підтримувати ділові контакти, використовуючи технічні засоби, засоби зв'язку та інформаційні технології.
Укладати угоди із зарубіжними та вітчизняними партнерами, забезпечувати їх реалізацію на підставі існуючих вимог міжнародного та національного договірної права.
Організовувати процес створення і розвиток агентської мережі.
Налагоджувати довготривалу співпрацю зі споживачами, суб'єктами туристичної діяльності, фінансово-кредитними установами, страховими компаніями, консульствами і представництвами іноземних держав, використовуючи регламентуючі документи на засадах договірної права.
Використовувати методику проведення аналізу, систематизації довідкових матеріалів та іншої інформації з туризму, узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду з питань розробки та реалізації турпродукту.
Використовувати елементи взаємодії та співпраці з діловими партнерами в процесі формування турпродукту.
Володіти технікою організації і проведення переговорів та укладання угод з діловими партнерами з формування турпродукту.
Володіти технікою організації і проведення переговорів та укладання угод з тур агентствами по реалізації турпродукту, технікою аналізу ефективності роботи турагенств.
Знати принципи організації і технології туруперейтингу.
Організовувати взаємодію з туруператорами, консолідаторами рейсів та турів, рецептивними та ініціативними туруператорами.
Володіти особливостями організації готельного господарства в Україні та за кордоном
Застосовувати критерії класифікації та підходи до типізації та категоризації закладів розміщення.
Використовувати технології та організації процесу обслуговування туристів у підприємствах готельного господарства.
Визначати види транспортних послуг.
Складати план заходів по різних видах транспортних подорожей.
Аналізувати структуру та надання послуг різними видами транспорту
Розробляти та проводити ефективну продуктову, цінову, збутову політику туристичних підприємств.

Організувати маркетингову діяльність туристичних підприємств і організацій.
Організувати рекламно-інформаційні заходи та ефективні маркетингові комунікації з існуючими та потенційними споживачами туристичних послуг.
<b>Компетентності, щодо забезпечення управлінської функції</b>
Чітко уявляти структуру національної та міжнародної системи правового регулювання туристичної діяльності.
Знаходити в системі законодавства необхідний для вирішення конкретної юридичної ситуації нормативно-правовий акт.
З'ясувати причинно-наслідкові зв'язки, аналізувати й узагальнювати зовнішню і внутрішню управлінську інформацію для здійснення планування, організації, мотивації працівників та контролю за діяльністю підлеглих в підрозділах туристичних підприємств.
Ефективно використовувати інструментарій і технології сучасного менеджменту в управлінні операційними процесами в підрозділах туристичних підприємств.
Формувати та удосконалювати систему менеджменту туристичного підприємства.
Складати та оформлювати статистичну звітність туристичного підприємства.
Розуміти основні принципи, характеристику об'єктів, прийоми і способи бухгалтерського обліку.
Проводити первинний бухгалтерський облік.
Аналізувати, визначати ефективність фінансово-господарської діяльності туристичних підприємств.
Аналізувати, визначати ефективність фінансово-господарської діяльності туристичних підприємств.
Економічно обґрунтовувати управлінські рішення.
Планувати та організувати роботу туристичного офісу.
Вести діловодство та ділову кореспонденцію.
Ефективно використовувати офісну оргтехніку та засоби зв'язку.

### КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ АБІТУРІЄНТІВ

Питання, що виносяться на вступний іспит зі спеціальності *Туризм* скомпоновані в 30 варіантів. Кожний варіант складається з 60 тестових питань. Оцінювання якості виконання екзаменаційних завдань вступного іспиту здійснюється за національною шкалою та шкалою ECTS у відповідності до кількості правильних відповідей за шкалою, наведеною в таблиці

Таблиця 2

#### Шкала оцінювання знань абітурієнтів

%	Кількість правильних відповідей	Сума Балів	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90% і більше	54-60	180-200	A	відмінно
75% -89%	50-53	165-179	B	добре
	45-49	150-164	C	
50% -74%	38-44	129-149	D	задовільно
	30-37	100-128	E	
49% і менше	Менше 30	Менше 100	FX	незадовільно

## **ПРОГРАМА ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ**

**для абітурієнтів, що вступають  
на спеціальність 242 «ТУРИЗМ»  
галузі знань 24 «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»  
за рівнем вищої освіти  
МАГІСТР на основі базової вищої освіти**

### **I. Організація туристичного обслуговування**

Значення, функції, умови та чинники розвитку туризму. Види туризму. Класи туристичного обслуговування. Види турів, їх характеристика. Міжнародні, регіональні та національні показники розвитку сфери туризму. Історичні передумови виникнення та розвитку туристичної системи України. Міжнародні організації у сфері туризму. Роль Всесвітньої туристичної організації у формуванні міжнародної туристичної політики. Туристична політика України на сучасному етапі. Механізми державного регулювання туризму. Органи державної виконавчої влади в сфері туризму: структура, завдання, функції. Порядок ліцензування туроператорської діяльності та сертифікації туристичних послуг.

Рекреація та рекреаційна діяльність як сфера наукового пізнання. Рекреаційні потреби і попит та ресурсний потенціал як основа формування рекреаційних комплексів. Формування та структура рекреаційної індустрії. Рекреаційне районування світу й України. Європа - провідний рекреаційний регіон світу. Середземноморський рекреаційний комплекс - найбільш розвинений курортний комплекс світу. Розвиток рекреаційних комплексів Американського континенту. Рекреаційні комплекси країн Африки. Специфіка формування і розвитку рекреаційних комплексів і центрів туризму в Азії. Рекреаційні комплекси Австралії та Океанії. Розвиток рекреаційних комплексів країн СНД. Формування та регіональні проблеми розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України. Рекреаційне природокористування й охорона природи у рекреаційних комплексах.

Організація туристичних подорожей турорганізаторами. Умови створення та функціонування туристичного підприємства. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту. Принципи формування програм перебування туристів. Загальні принципи організації транспортного обслуговування туристів. Туристичні перевезення на авіатранспорті. Перевезення залізничним транспортом. Морські та річкові перевезення і круїзи.

Автотранспортне обслуговування туристів а організація перевезень автотранспортом. Види туристичних формальностей та умови їх виконання.

Паспортно-візові формальності. Митні, валютні та медико-санітарні туристичні формальності. Страхування в туризмі. Туристичні документи та правила їх оформлення. Бронювання туристичного обслуговування.

Організація туристичного обслуговування, його контроль, облік та розрахунки. Претензійна робота в туризмі. Безпека туристичних подорожей.

Туроперейтинг: туроператорська діяльність та агентський бізнес у туризмі. Організація роботи туроперейтингової компанії. Інноваційні технології сучасного туроперейтингу. Рецептивний туроперейтинг. Ініціативний туроперейтинг. Консолідований туроперейтинг. Організація та контроль якості туристичного обслуговування туроператором.

Організація екскурсійного обслуговування: сутність та види екскурсій. Методика підготовки та техніка проведення екскурсії. Технологічна карта як основа планування екскурсії. Правила розроблення та наповнення «портфеля екскурсорода». Професійна майстерність екскурсорода. Диференційований підхід до екскурсійного обслуговування. Організація екскурсійного обслуговування. Управління екскурсійною справою.

Організація курортного обслуговування: види курортних послуг. Ознаки та критерії класифікації курортів. Основні розділи науки «курортології»: медична кліматотерапія, бальнеологія, бальнеотерапія, бальнеотехніка, грязелікування. Курортні ресурси України.

Кліматичні особливості природних зон України, їх характеристика та біологічна дія. Основні режими і методи лікування на курорті. Сучасні тенденції та досвід розвитку Spa-індустрії. Інтеграція Spa в індустрію гостинності. Spa-харчування: новітні технології виробництва та обслуговування. Світові досягнення та інноваційні технології в сучасній Spa-індустрії. Проектування і технічне забезпечення об'єктів Spa-індустрії. Wellness-послуги в санаторно-курортних комплексах.

Організація готельного господарства: нормативно-правове регулювання. Характеристика основних типів засобів розміщення. Класифікація підприємств готельного господарства. Функціональна організація приміщень підприємств готельного господарства. Організація приміщень житлової групи. Організація нежитлових груп приміщень підприємства готельного господарства. Архітектура та інтер'єр у готельному господарстві. Технологія прийому та розміщення туристів у засобах розміщення. Організація роботи служби прийому і розміщення та обслуговування. Організація обслуговування на житлових поверхах. Організація надання додаткових послуг підприємств готельного господарства. Організація інформаційного обслуговування підприємств готельного господарства. Культура обслуговування в готельному господарстві. Організація продовольчого і матеріально-технічного постачання в готельному господарстві. Організація складського і тарного господарства. Організація роботи обслуговуючих підрозділів. Організація санітарно-технічного і інженерно-технічного обслуговування в готельному господарстві. Особливості організації праці в підприємстві готельного господарства. Раціональна організація праці робітників підприємства готельного господарства. Нормування праці в підприємствах готельного господарства.

Організація роботи закладів ресторанного господарства. Формування інфраструктури закладів ресторанного господарства: організація постачання; організація роботи складського, тарного та транспортного господарств. Основи організації виробництва продукції у закладах ресторанного господарства. Основи технологічного процесу обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства. Характеристика матеріально - технічної бази для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства. Організація та моделювання процесу повсякденного обслуговування різних контингентів споживачів у закладах ресторанного господарства. Спеціальні форми обслуговування, які використовуються в закладах ресторанного господарства.

Організація анімаційних послуг у туризмі. Організація анімаційних послуг у готелях і туристичних комплексах. Організація ігрової та спортивної анімації. Музична та танцювальна анімація. Специфіка вербальної анімації. Організація анімаційних шоу. Свято як основа комплексної анімації. Карнавальна анімація.

## **II. Основи управління операційними системами і процесами у сфері туризму**

Сутність, роль та методологічні засади менеджменту. Закони, закономірності та принципи менеджменту. Історія розвитку науки менеджменту. Організація як об'єкт управління. Функції та технологія менеджменту. Методи менеджменту. Управлінські рішення. Інформація і комунікації в менеджменті. Керівництво та лідерство. Організаційна структура управління підприємством. Ефективність менеджменту. Основні категорії та поняття менеджменту підприємства. Туристичне підприємство (організація) як соціотехнічна система. Внутрішнє та зовнішнє середовище туристичного підприємства. Сучасні проблеми науки і практики менеджменту туристичних підприємств і організацій. Типологічний аналіз менеджменту туристичного підприємства. Проблеми та особливості управління туристичними підприємствами й організаціями. Система управління туристичною індустрією. Багаторівнева структура управління туристичною діяльністю. Ієрархічна структура суб'єктів менеджменту у сфері туризму.

Правовий аспект менеджменту туристичних підприємств і організацій. Суб'єкти підприємницької діяльності та туристичні підприємства й організації у сфері туризму, їх правовий статус та умови діяльності. Туристичне підприємство і туристична організація як суб'єкти права. Підприємство як виробничо-господарська одиниця та об'єкт права. Туристичний офіс. Форми управління господарською діяльністю туристичними

підприємствами. Малий бізнес. Франчайзинг. Контрактне управління. Операційні ланцюги та мережі у сфері туризму. Функціональна структура сучасних готельних комплексів. Управління персоналом у туристичних підприємствах і організаціях. Організація праці та проектування роботи в туристичних підприємствах і організаціях. Проектування та вдосконалення організаційної структури управління туристичних підприємств і організацій. Процес та механізм управління в туристичних підприємствах і організаціях. Самоменеджмент. Офісний менеджмент у туристичних підприємствах і організаціях. Сутність, роль та методологічні засади комунікативного менеджменту.

Психодіагностика в туризмі. Вербальне спілкування в комунікативній практиці фахівців з туризму. Невербальне спілкування в комунікативній практиці фахівців з туризму. Міжкультурна комунікація в індустрії туризму. Технології комунікативного менеджменту. Комунікативна культура та професійний етикет фахівців з туризму.

Концепції маркетингу в туризмі. Критерії та ознаки сегментації туристичного ринку. Технологія маркетингових досліджень у туризмі. Маркетингові дослідження в туристичних підприємствах і організаціях. Маркетингова продуктова політика. Маркетингова цінова політика. Маркетингова політика збуту туристичного продукту. Політика маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій.

Роль і місце туризму в економіці та системі ринкового господарства країни. Обсяги реалізації туристичного (готельного) продукту на підприємствах та показники, що його характеризують. Структура туристичного (готельного) продукту. Експлуатаційна діяльність підприємств готельного господарства. Матеріальні ресурси туристичних підприємств. Трудові ресурси підприємств туристичної сфери. Форми і системи оплати праці, що застосовуються на туристичних підприємствах. Фінансові ресурси туристичних підприємств. Доходи підприємств туристичної сфери, характеристика їх видів та джерел формування.

Поточні витрати та собівартість послуг на туристичних підприємствах. Прибуток підприємств туристичної сфери, види та джерела його формування. Показники рентабельності туристичних підприємств. Формування податкової політики туристичних підприємств. Ціна туристичного продукту та ціноутворення на окремі види туристичних послуг. Інвестиційна діяльність та бізнес-планування на підприємствах туристичної сфери. Ризики у підприємницькій діяльності туристичних підприємств. Шляхи запобігання банкрутству туристичних підприємств.

Характеристика об'єкта обліку та склад інформації, необхідної для управління господарською діяльністю і складання звітності в туризмі. Облік витрат на виробництво туристичного продукту. Облік витрат за статтями калькуляції в туризмі. Облік витрат операційної діяльності, що не включаються в собівартість туристичних послуг. Склад та облік адміністративних витрат. Склад та облік витрат на збут. Склад та облік витрат іншої операційної діяльності.

Документальне оформлення та облік реалізації турпродукту. Особливості обліку операцій в'їзного туризму. Облік розрахунків за претензіями туристів, анульованими замовленнями та поверненими путівками туристами. Облік формування та використання фінансових результатів у туризмі.

### **III. Правове регулювання туризму**

Суб'єкти туристичних правовідносин. Організаційно-правові засади туристичної діяльності. Договірні відносини в сфері туризму. Туристичні формальності та безпека туризму. Правове регулювання порядку виїзду з України і в'їзду в Україну з метою туризму. Правове забезпечення страхування в туристичній діяльності. Особливості правового регулювання окремих видів туризму. Правове регулювання оподаткування суб'єктів туристичної діяльності. Правові засади здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туристичної діяльності. Юридична відповідальність за порушення у сфері туристичної діяльності. Правові аспекти міжнародного співробітництва України у сфері туризму.



## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

**для абітурієнтів, що вступають  
на спеціальність 242 «ТУРИЗМ»  
галузі знань 24 «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»  
за рівнем вищої освіти  
МАГІСТР на основі базової вищої освіти**

### **I. Організація туристичного обслуговування**

1. Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку: монографія. Під ред. д-ра екон. наук, проф. Кизима М.О., канд. екон. наук, проф. Срмаченко В.С. Х.: ВД "ІНЖЕК", 2012, 472 с.
2. Організація туризму: підручник. І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Покоłodна та ін.; за ред. І.М. Писаревського. Х.: ХНАМГ, 2008. 541 с.
3. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг. М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. К.: Знання, 2008. 661с.
4. Мальська М.П. Інвестиційна діяльність у туризмі. М.П. Мальська. Організація туристичного обслуговування: підручник. М.П. Мальська, В.В. Худо, Ю.С. Занько. К.:Знання, 2011.
5. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник. О.О. Любіцева, В.К.Бабарицька. К.: Київський університет, 2008. 335 с.
6. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): навч. посібник. О.О. Любіцева. К.: Альтерпрес, 2014. 436 с.
7. Бойко М.Г. Організація готельного господарства: підручник. М.Г. Бойко, Л. М. Гопкало. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 494 с.
8. Ведмідь Н.І. Організація дозвілля туристів: навч. посіб. Н.І.Ведмідь, С.В. Мельниченко. К.: КНТЕУ, 2008. 85 с.
9. Ветитнев А. М. Курортное дело: учеб. пособ. А. М. Ветитнев. М.: КНОРУС, 2006. 527 с.
10. Михайліченко Г.І. Організація туристичних подорожей. Г.І. Михайліченко. К.: КНТЕУ, 2012. 360 с.
11. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч.посіб. П.О. Масляк. К.: Знання, 2008. 343 с.
12. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч.посіб. С.С. Галасюк. К.: ЦУЛ, 2013. 178 с.
13. Запорожець О.І. Основи охорони праці: підручник. О.І.Запорожець, Г.М. Франчук, І.М.Боровик. К.: ЦУЛ, 2009. 264 с.
14. Вершиніна Н.П. Основи охорони праці: підручник. Н.П. Вершиніна. Харків: НТУ «ХШ», 2013. 430 с.
15. Устименко Л.М., Афанасьєв І.Ю. Історія туризму: навч. посіб. Л.М. Устименко, І.Ю. Афанасьєв. К.: Альтерпрес, 2015. 320 с.
16. Заваріка Г.М. Курортна справа: навч.посіб. Г.М. Заваріка. К.: ЦУЛ, 20015. 264 с.
17. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України. Методологія та методика аналізу, термінологія, районування. О.О. Бейдик. К.: ВПЦ «Київський університет», 2013. 395 с.

### **II. Основи управління операційними системами і процесами у сфері туризму**

1. Лола Ю.Ю. Логістика в міжнародному туризмі : навч.посіб. Лола Ю.Ю. Х.: Вид. ХНЕУ, 2012. 248 с.

2. Менеджмент: теорія і практика: навч. посіб. А.А. Мазаракі, Г.Є. Мошок, Л.А. Гомба та ін. К.: Атіка, 2007. 564 с.
3. Мельниченко С.В. Менеджмент підприємства туристичної індустрії: навч.-метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни. С.В. Мельниченко, Н.І. Ведмідь. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 218 с.
4. Ткаченко Т.І. Економіка готельного господарства і туризму: навч. посіб. Т.І.Ткаченко, С.П. Гаврилюк. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005.
5. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: монографія. Л.М. Шульгіна. К.: КНТЕУ, 2005. 596 с.
6. Балченко З.А. Бухгалтерський облік в туризмі і готелях України: навч. посіб. З.А.Балченко. К., 2006. 226 с.
7. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма. Н. И. Кабушкин. Минск: БГЭУ, 2009. 644 с.
8. Городна Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навч.посіб. Т.А.Городна, А.Ф.Щербак. К.: Кондор-видавництво, 2012. 436 с.
9. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С. В., Мандюк Н.Л. Економіка туризму: теорія та практика: підручник. М.П.Мальська, М.Й.Рутинський, С. В.Білоус, Н.Л.Мандюк. К.: Центр учбової літератури, 2014. 544 с.
10. Мошек Г. Є. Ковальчук М.М., Поканевич Ю.В., Менеджмент: навч. посіб. Г.Є. Мошек, М.М. Ковальчук, Ю.В.Поканевич. К.: Ліра-К, 2015. 550 с.

### **III. Правове регулювання туризму**

1. Правове регулювання туристичної діяльності: конспект лекцій. В.Є.Єрмаченко, Г.М.Брусільцева. Х. : Вид. ХНЕУ, 2012. 208 с.
2. Кіріяджи В. В. Правове регулювання галузей турбізнесу. навч. посіб. В. В. Кіріяджи. Донецьк: ДІТБ, 2002. 339 с.
3. Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. М. М. Маринин. М.: Финансы и статистика, 2002. 144 с.
4. Правознавство: підручник. А. І. Берлач, С. С. Бичкова, Д. О. Карпенко, та ін. К.: Всеукр. асоціація видавців «Правова єдність», 2008. 792 с.
5. Управління якістю послуг готелів: теорія і практика: монографія. Т. І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М. В. Босовська, О. В. Полтавська. К.:КНТЕУ, 2012. 789 с.

**ФАХОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ**  
для абітурієнтів, що вступають  
на спеціальність 242 «ТУРИЗМ»  
галузі знань 24 «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»  
за ступенем вищої освіти  
**МАГІСТР на основі базової вищої освіти**

**Варіант А**

**1. Географія туризму України - це самостійна дисципліна в складі:**

- а) менеджменту туризму,
- б) суспільної географії.

**2. Схема ВТО виокремлює таку кількість рекреаційних субрегіонів:**

- а) 8;
- б) 14;
- в) 10.

**3. Туристичною столицею Карпат рахується місто:**

- а) Синевир,
- б) Мукачеве,
- в) Ворохта,
- г) Яремче,
- д) Косів.

**4. У геопросторовому розподілі внутрішньодержавних туристичних потоків основними регіонами-донорами виступають такі економічні райони України:**

- а) Західнополіський;
- б) Центральноподільський;
- в) Північно-Східний;
- г) Карпатський;
- д) Подільський;
- е) Центральньо-Український;
- ж) Запорізький;
- з) Донецький;
- к) Причорноморський (без АР Крим);
- л) Крим.

**5. Найвищий рейтинг (на думку О. Бейдика) має такий ресурсно-рекреаційний район України:**

- а) Придніпровсько-Донецький;
- б) Карпатсько-Подільський;
- в) Причорноморський

**6. Всесвітньовідомою пам'яткою церковного зодчества Русі-України, що внесена до списку культурної спадщини людства, є:**

- а) Мстиславів храм
- б) Софія Київська,
- в) собор св. Юра,
- г) Борисоглібська церква,
- д) Святогірський монастир.

**7. Регіональна диспропорція ресурсного потенціалу національного туристичного комплексу - це:**

- а) не пропорційні по відношенню до площі регіонів України значення сумарної кількості наявних закладів санаторно-оздоровчого фонду, тимчасового проживання, харчування й дозвілля в розрізі економічних районів держави;

- б) не пропорційні по відношенню до кількості населення України значення сумарної кількості наявних закладів санаторно-оздоровчого фонду, тимчасового проживання, харчування й дозвілля в розрізі економічних районів держави;
- в) не однакові геопросторові й інші передумови розвитку індустрії туризму в розрізі економічних районів держави;
- г) не однакова міра розвитку мережі закладів національного туристичного комплексу в розрізі економічних районів держави.

**8. Ядрами рекреаційного районування є:**

- а) пляжі;
- б) санаторії;
- в) певні поселення, які функціонують на базі використання рекреаційних ресурсів.

**9. Які з цих тверджень правильні:**

- а) донині немає обґрунтованих універсальних кількісних показників, які можна було б покласти в основу рекреаційного районування;
- б) рекреаційні райони не мають власних особливостей, порівняно з іншими суспільно-географічними районами;
- в) для рекреаційних районів жодного значення не мають особливості їх географічного положення?

**10. Бізнес-план підприємства - це:**

- а) визначена модель діяльності підприємства;
- б) план однієї дії;
- в) план реалізації одного туру.

**11. Послідовність складання бізнес-плану включає:**

- а) три етапи;
- б) один етап;
- в) чотирнадцять етапів;
- г) п'ятнадцять етапів.

**12. Успіх у створенні підприємства залежить від таких елементів:**

- а) розуміння загальної ситуації справи;
- б) уявлення того рівня, який ви збираєтесь досягнути;
- в) планування процесу переходу з одного стану в інший.

**13. Аналіз ринку туристичних послуг складається з:**

- а) двох етапів;
- б) одного етапу;
- в) шести етапів;
- г) трьох етапів.

**14. Чи вірне висловлювання: Аналіз ринку туристичних послуг включає етап визначення основних характеристик туристичного ринку та сегментації ринку?**

- а) Так;
- б) Ні.

**15. Визначення рівня прогнозних продаж туристичних послуг – це:**

- а) етап аналізу туристичного ринку;
- б) теж саме що й сегментація ринку;
- в) визначення найбільш перспективних ринків туристичних послуг.

**16. В стратегії забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства стратегія А1 - це?**

- а) орієнтація на витрати;
- б) унікальність та лідерство якості послуги;
- в) вибіркова спеціалізація;
- г) головний акцент на витрати.

**17. В стратегії забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства стратегія А2 - це?**

- а) орієнтація на витрати;
- б) унікальність та лідерство якості послуги;
- в) вибіркова спеціалізація;
- г) головний акцент на витрати.

**18. В стратегії забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства стратегія Б1 - це?**

- а) орієнтація на витрати;
- б) унікальність та лідерство якості послуги;
- в) вибіркова спеціалізація;
- г) головний акцент на витрати.

**19. Перший готель було створено**

- а) в Європі;
- б) в Азії;
- в) в Африці.

**20. Найкращий за якістю готель**

- а) має 3 зірки;
- б) має 10 зірок;
- в) має п'ять зірок.

**21. Готелі України, що відповідають міжнародним стандартам**

- а) прем'єр-палац;
- б) Хаят;
- в) Либідь.

**22. Мотель – це**

- а) місце ночівлі для подорожуючих;
- б) місце відпочинку для подорожуючих на плавальних засобах.

**23. Пекідж-туризм – це:**

- а) подорож за визначеним маршрутом з певним комплексом послуг (не менше двох компонентів);
- б) це туризм, що складається з різних видів послуг, кожна з яких може бути реалізована окремо.

**24. Інклюзив-туризм – це:**

- а) подорож за визначеним маршрутом з певним комплексом послуг (не менше двох компонентів);
- б) це туризм, що складається з різних видів послуг, кожна з яких може бути реалізована окремо.

**25. Тайм-шер – це:**

- а) придбання готельного номеру у власність на певний час;
- б) відпочинок людей, які поєднують спільні інтереси, захоплення;
- в) ділові поїздки працівників компаній.

**26. Туристичні подорожі, які організовуються фірмами для своїх співробітників для заохочення до праці – це:**

- а) інсентів-туризм;
- б) плановий туризм;
- в) комерційний туризм.

**27. Об'єкти і явища природного та антропогенного походження, які мають сприятливі для рекреації кількісні і якісні параметри – це:**

- а) рекреаційні ресурси;
- б) рекреаційна територія;
- в) рекреаційний потенціал.

**28. На які групи поділяються ресторани?**

- а) класичні;
- б) швидкого харчування;
- в) елітні;
- г) відповіді 1 та 2 є вірні.

**29. Класичний ресторан має попит у:**

- а) стихійних туристів;
- б) туристів, які подорожують VIP-класом;
- в) пересічних громадян;
- г) вірної відповіді не зазначено.

**30. В якій країні найбільший попит мають ресторани швидкого харчування?**

- а) США;
- б) Італія;
- в) Німеччина;
- г) Україна.

**31. Яке підприємство є лідером швидкого харчування?**

- а) “Баскін Робінс”;
- б) “Макдональдс”;
- в) “7-Елвен”;
- г) KFC.

**32. Яка форма обслуговування в системі харчування дає можливість вільного вибору виставлених на загальний стіл страв?**

- а) “шведський стіл”;
- б) “тальбадот” (table dot);
- в) “а-ля карт” (a la carte);
- г) вірної відповіді не зазначено.

**33. Яка форма обслуговування в системі харчування дає можливість вільного вибору клієнтом страв з запропонованого рестораном меню?**

- а) “шведський стіл”;
- б) “тальбадот” (table dot);
- в) “а-ля карт” (a la carte);
- г) вірної відповіді не зазначено.

**34. Яка форма обслуговування в системі харчування не дає можливості клієнту самому обирати страву, і він обслуговується по загальному меню для всіх клієнтів?**

- а) “шведський стіл”;
- б) “тальбадот” (table dot);
- в) “а-ля карт” (a la carte);
- г) вірної відповіді не зазначено.

**35. Де сформульована класифікація харчування більшості країн, рекомендована Всесвітньою туристичною організацією?**

- а) в Білій книзі “Хотрек”;
- б) в журналі “Міжнародний туризм”;
- в) 30.3. в “Червоній книзі”;
- г) всі відповіді є вірні.

**36. В Європі перше кафе відкрилося:**

- а) в 1640 р.
- б) в 1120 р.
- в) в 1850 р.

**37. Коли і де проводились перші наукові дослідження в галузі туристичного маркетингу?**

- а) 1959 рік, Швейцарія
- б) 50-і роки ХХ століття, США
- в) 30-і роки ХІХ століття, Європа
- г) 50-і роки ХХ століття, Європа
- д) 1960-1980 роки, Західна Європа

**38. Концепція традиційного маркетингу формувалася**

- а) з 80-х років ХІХ століття по 50-і роки ХХ століття

- б) у 50-і роки ХХ століття
- в) 60-70-і роки ХХ століття
- г) з 1980 року по 1995 рік
- д) формується у даний час

**39. Концепція соціально-етичного маркетингу розвивалась**

- а) у 50-і роки ХХ століття
- б) у 1960-1980 роках
- в) з 1980 по 1995 рік
- г) з 1995 року по наш час

**40. Виділіть функції туристичного маркетингу згідно WTO**

- а) формування нових потреб туристів
- б) встановлення контактів з клієнтами
- в) розвиток
- г) мотивування щодо користування послугами на постійній основі
- д) контроль

**41. Виділіть види маркетингових стратегій в туризмі**

- а) продуктова стратегія
- б) рекламна стратегія
- в) збутова стратегія
- г) комунікативна стратегія
- д) цінова стратегія

**42. Як виявляється "ефект айсбергу" в туризмі?**

- а) погані відомості поширюються у 10 разів швидше, ніж добрі
- б) добрі відомості поширюються у 10 разів швидше, ніж погані
- в) 20% постійних клієнтів приносять фірмі 80% прибутку
- г) 80% постійних клієнтів приносять фірмі 20% прибутку
- д) серед наведених вище відповідей правильної нема

**43. Як виявляється ефект Парето в діяльності туристичних фірм?**

- а) зростання числа клієнтів на 1% призводить до зростання прибутків на 2,5%
- б) зростання числа клієнтів на 2,5% призводить до зростання прибутків на 1%
- в) 80% постійних клієнтів приносять фірмі 20% прибутків
- г) 20% постійних клієнтів приносять фірмі 80% прибутків
- д) серед наведених вище відповідей вірної немає

**44. За оцінками спеціалістів, у туризмі характерне наступне співвідношення туристичних товарів та туристичних послуг**

- а) 10% та 90%
- б) 90% та 10%
- в) 25% та 75%
- г) 75% та 25%

**45. Які основні функції виконує ринок?**

- а) регулюючу;
- б) розподільчу;
- в) інноваційну;
- г) контролюючу;
- д) стимулюючу;
- е) інформаційну;
- ж) інтегруючу.

**46. Що включає в себе правовий статус підприємця?**

- а) його характерні риси;
- б) його права;
- в) його роль і значення в ринковій економіці;
- г) його обов'язки;

- д) його функції;
- е) його відповідальність.

**47. Які існують в Україні види підприємств?**

- а) індивідуальне;
- б) державне;
- в) сімейне;
- г) приватне;
- д) корпоративне;
- е) колективне;
- ж) господарське товариство;
- з) комунальне;
- и) підприємство, яке засноване на власності об'єднання громадян.

**48. В який термін здійснюється державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності?**

- а) не більше 15 днів;
- б) не більше 30 днів;
- в) не більше 5 робочих днів;
- г) не більше 2 місяців.

**49. Які основні функції виконує підприємництво?**

- а) інноваційну (творчу);
- б) інформаційну (статистичну);
- в) ресурсну;
- г) організаційну;
- д) диференційну;
- е) стимулюючу (мотиваційну).

**50. З яких частин складається підприємницький дохід?**

- а) прибуток;
- б) балансовий прибуток;
- в) нормальний (звичайний) прибуток;
- г) економічний прибуток (надприбуток);
- д) торговельний прибуток.

**51. Які визначальні риси товарного виробництва?**

- а) відокремлені господарюючі суб'єкти;
- б) продукти виробляються для власних потреб;
- в) продукти виробляються для суспільних потреб;
- г) потреби визначаються виробниками;
- д) потреби визначаються ринком.

**52. Яку господарську діяльність називають підприємницькою?**

- а) самостійну;
- б) інноваційну;
- в) цілеспрямовану;
- г) систематичну;
- д) ризикову;
- е) відповідальну;
- ж) прибуткову.

**53. До індустрії туризму відносяться:**

- А) підприємства, що надають послуги розміщення;
- Б) підприємства харчування;
- В) будівельні компанії.

**54. До індустрії туризму відносяться:**

- А) банки та страхові компанії;
- Б) фірми, що займаються транспортним обслуговуванням;



В) аеропорти.

**55. До індустрії туризму відносяться:**

А) банки та страхові компанії;

Б) фірми, що займаються розробкою й реалізацією турпродуктів;

В) підприємства, що виробляють товари для відпочинку.

**56. До індустрії туризму відносяться:**

А) підприємства сфери розваг;

Б) органи управління туризмом;

В) природоохоронні установи.

**57. До індустрії туризму відносяться:**

А) заклади спеціалізованої освіти, наукові та проектні установи, що займаються питаннями туризму;

Б) зовнішньоторговельні компанії;

В) дипломатичні установи.

**58. Розвиток туристичної індустрії залежить від наступних факторів:**

А) наявності туристично-рекреаційних ресурсів;

Б) факторів ризику;

В) величини населення.

**59. Розвиток туристичної індустрії залежить від наступних факторів:**

А) наявності кваліфікованих кадрів;

Б) рівня державної підтримки туризму;

В) особливостей розвитку політичної системи.

**60. Розвиток туристичної індустрії залежить від наступних факторів:**

А) демографічних та соціальних факторів;

Б) ступеня розвитку інфраструктури країни чи регіону;

В) релігійних вподобань населення.

**ФАХОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ**  
для абітурієнтів, що вступають  
на спеціальність 242 «ТУРИЗМ»  
галузі знань 24 «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»  
за ступенем вищої освіти  
**МАГІСТР на основі базової вищої освіти**

**Варіант Б**

**1. У цілому у світі виокремлюється така кількість рекреаційних районів:**

- а) 5;
- б) 7;
- в) 8.

**2. Африканський макрорайон об'єднує таку кількість мезорайонів:**

- а) 3;
- б) 2;
- в) 6.

**3. Бальнеологічною і грязево-кліматичною курортною столицею Західного Приазов'я вважається:**

- а) Азовське;
- б) Приморськ;
- в) Генічеськ;
- г) Затока;
- д) Урзуф;
- е) Маріуполь;
- ж) Бердянськ.

**4. Спелеотуризм світового масштабу має можливості для розвитку в:**

- а) Донбасі;
- б) Карпатах;
- в) Криму та на Поділлі.

**5. Найпрестижнішими готелями в Україні вважаються ті, що:**

- а) побудовані в ринкових умовах згідно з сучасними євростандартами;
- б) мають відносно невеликі розміри, затишне розташування і пропонують повний спектр турпослуг,
- в) перебувають у приватній власності,
- г) входять у транснаціональні готельні мережі.

**6. Найвідоміший замок Закарпаття, що притягує до себе тисячі українських і іноземних туристів, має назву:**

- а) замок Паланок,
- б) замок Канок,
- в) замок графів Шенборнів;
- г) Високий замок;
- д) замок Нялаб.

**7. Державний історико-культурний музей-заповідник "Слово о полку Ігоревім" знаходиться в місті:**

- а) Чернігів;
- б) Новгород-Сіверський;
- в) Переяслав-Хмельницький;
- г) Путивль.

**8. Найбільші перспективи розвитку в Західно-Поліському економічному районі має:**

- а) історико-культурний туризм;
- б) екологічний туризм;
- в) сільський зелений туризм;

- г) фестивальний туризм;
- д) водновідпочинковий туризм.

**9. Туристичний бізнес Єгипту найбільших збитків зазнає від:**

- а) піщаних бур;
- б) неврожаїв;
- в) терористичних актів.

**10. В стратегії забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства стратегія А1 - це?**

- а) орієнтація на витрати;
- б) унікальність та лідерство якості послуги;
- в) вибіркова спеціалізація;
- г) головний акцент на витрати.

**11. В стратегії забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства стратегія А2 - це?**

- а) орієнтація на витрати;
- б) унікальність та лідерство якості послуги;
- в) вибіркова спеціалізація;
- г) головний акцент на витрати.

**12. В стратегії забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства стратегія Б1 - це?**

- а) орієнтація на витрати;
- б) унікальність та лідерство якості послуги;
- в) вибіркова спеціалізація;
- г) головний акцент на витрати.

**13. В стратегії забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства стратегія Б2 - це?**

- а) орієнтація на витрати;
- б) унікальність та лідерство якості послуги;
- в) вибіркова спеціалізація;
- г) головний акцент на витрати.

**14. Метод рівня споживання туристичних послуг визначається:**

- а) еластичністю попиту по прибуткам;
- б) еластичністю попиту по цінам;
- в) загальним попитом клієнтів.

**15. Розроблення маркетингової стратегії тур підприємства складається з:**

- а) трьох етапів;
- б) шести етапів;
- в) дев'яти етапів.

**16. Основні етапи маркетингової стратегії :**

- а) визначення цінової стратегії;
- б) стратегія в галузі якості;
- в) визначення дизайнової стратегії.

**17. Основні етапи маркетингової стратегії :**

- а) стратегія просування послуги на ринок;
- б) стимулювання збитку і сервісне обслуговування;
- в) додаткові вимоги до продукції.

**18. Основні етапи маркетингової стратегії :**

- а) необхідність додаткової інформації про турпродукт;
- б) додаткові вимоги до засобів і часу пересування послуги;
- в) визначення життєвого циклу продукції.

**19. Вперше подорож великої кількості людей організував:**

- а) Т. Кук;

- б) Ф. Магеллан;  
в) М. Миклухо-Маклай.
- 20. Чому завантажувальний бункер для кави повинен щодня бути вимитий?**  
а). Постанова входить в обов'язки персоналу.  
б). Дозволяє наочно демонструвати гостям якість зерна.  
в). Дозволяє уникнути накопичення прогірклим масел, що осідають на стінках бункера.
- 21. Виберіть правильні характеристики автоматичних кавомолок:**  
а). Автоматичне вкл. / викл. намола при наповненні бункера дозатора.  
б). Автоматичне порційне дозування.  
в). Автоматичне зважування доз кави.
- 22. Ринок готельних послуг – це:**  
а) сукупність економічних відносин, які утворюються в процесі виробництва, реалізації і організації готельних послуг;  
б) своєрідні послуги “гостинності держави”;  
в) прийом гостей: як вітчизняних, так і іноземних громадян;  
г) правильні відповіді 1 і 3.
- 23. Кількість і якість послуг готелю значно відрізняються залежно від:**  
а) місця його розташування;  
б) розміру готелю;  
в) потреб споживачів для даного сегменту ринку та їх платоспроможності;  
г) правильної відповіді не зазначено.
- 24. Під час мандрівок на готельні послуги витрачається:**  
а) 15 - 20 % грошових витрат туристів;  
б) 20 - 30 % грошових витрат туристів;  
в) 30 - 50 % грошових витрат туристів;  
г) вірної відповіді не зазначено.
- 25. Готель призначений для тимчасового проживання громадян, незалежно від місця прописки, на термін не більше:**  
а) 1 місяця;  
б) 2 місяців;  
в) 3 місяців;  
г) термін проживання необмежений.
- 26. В Україні мотелі класифікуються за:**  
а) п'ятьма зірками;  
б) чотирма зірками;  
в) трьома зірками;  
г) в Україні немає класифікації мотелів.
- 27. Найбільша кількість готельних номерів знаходиться:**  
а) в Європі;  
б) в США;  
в) в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні;  
г) на Близькому Сході.
- 28. Якою продукцією забезпечують вагони-ресторани?**  
а) Широкий асортимент виробів;  
б) Сніданками, обідами, вечерьми;  
в) Сніданками, обідами, вечерьми, напоями, кондитерськими виробами.
- 29. Де функціонують купе-буфети?**  
а) У поїздах далекого прямування?  
б) У літаках;  
в) У поїздах з тривалістю рейсу менше доби.
- 30. Як розподіляють кафе по асортименту?**  
а) Кафе-закусочна;

б) Кафе-морозиво, кафе-молочна;

в) Кафе-молочна, кафе-морозиво, кафе-кондитерська.

**31. Як розподіляють кафе по контингенту відвідувачів?**

а) Кафе-кондитерська;

б) Кафе-молодіжне, кафе-дитяче;

в) Кафе-молодіжне.

**32. Ресторани та бари за рівнем обслуговування й номенклатурі наданих послуг підрозділяються на класи:**

а) люкс, вищий, перший, другий;

б) люкс, вищий, перший;

в) люкс, вищий, перший, другий, третій;

г) вищий, перший, другий

**33. Комплексне харчування за абонементом та чеками є різновидом:**

а) самообслуговування із попереднім розрахунком;

б) самообслуговування із послідуною оплатою їжі;

в) самообслуговування з безпосереднім розрахунком;

г) самообслуговування з саморозрахунком.

**34. За участю персоналу в обслуговуванні метод обслуговування офіціантами поділяється на:**

а) часткове й змішане;

б) повне й часткове;

в) повне й комбіноване;

г) змішане й комбіноване.

**35. За способом розрахунку метод обслуговування офіціантами ділиться на форми:**

а) з попереднім розрахунком та з системою саморозрахунку;

б) з послідуною та безпосереднім розрахунком;

в) з попереднім та безпосереднім розрахунком;

г) з попереднім та послідуною розрахунком.

**36. “Шведський стіл” виконує функцію:**

а) роздачі їжі;

б) прибирання залишків їжі;

в) споживання їжі;

г) виготовлення їжі.

**37. Ситуаційний аналіз – це:**

а) система аналізу діяльності туристичного підприємства у конкретній ринковій ситуації

б) процес виявлення ринкових можливостей туристичного підприємства, заснований на результатах маркетингових досліджень.

в) маркетингове дослідження стану туристичного ринку

г) маркетингові дослідження споживачів туристичних послуг, партнерів та конкурентів на протязі визначеного часу

**38. Регресійний аналіз**

а) це об'єднання даних у групи так, щоб відмінності між об'єктами кожної групи були мінімальними, а між самими групами – суттєвими

б) полягає в аналізі відмінностей між групами даних, об'єктів

в) це проєкція статистичних даних у майбутнє на основі існуючої тенденції

г) це метод визначення сили зв'язку між незалежними та залежною змінною.

**39. Метод Дельфи**

а) це одна із форм роботи з експертами

б) різновид методу мозкової атаки

в) передбачає участь осіб, не компетентних у даній проблемі

г) усі відповіді вірні

**40. Класифікація Гана передбачає поділ туристичного ринку на .... сегменти(ів)**

- а) 2
- б) 4
- в) 6
- г) 8
- д) 16

**41. Інклюзив-тур передбачає**

- а) забезпечення подорожування відповідно до побажань туриста
- б) наявність обслуговування найвищого класу
- в) наявність послуг, доступних по ціні особам із середнім рівнем доходів
- г) певний набір стандартних послуг, які формуються туристичною фірмою

**42. Стабілізований тип туристичного ринку характерний для таких країн**

- а) Іспанія, Греція, Туреччина, Кіпр
- б) США, Німеччина, Великобританія, Італія, Австрія, Ізраїль
- в) Росія, Україна, Казахстан, Болгарія, Румунія
- г) більшість країн Центральної Африки
- д) Польща, Угорщина, Чехія, Хорватія, Словаччина, Словенія

**43. Стратегія проникнення на ринок базується на:**

- а) низькому рівні цін
- б) високому рівні цін
- в) на рівні цін конкурентів
- г) на рівні цін, вищому від конкурентів
- д) на рівні цін, нижчому від конкурентів

**44. Систематизована і цілеспрямована діяльність підприємства сфери туризму, пов'язана із наданням туристичних послуг і туристичного продукту іноземним туристам на території своєї країни і наданням туристичних послуг туристичного продукту за кордоном, — це туризм:**

- а) в'їзний;
- б) виїзний;
- в) міжнародний;
- г) внутрішній.

**45. Яку господарську діяльність називають підприємницькою?**

- а) самостійну;
- б) інноваційну;
- в) цілеспрямовану;
- г) систематичну;
- д) ризикову;
- е) відповідальну;
- ж) прибуткову.

**46. Хто може бути підприємцем?**

- а) всі громадяни України;
- б) громадяни інших держав;
- в) громадяни, які досягли працездатного віку;
- г) громадяни України, інших держав, особи без громадянства, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності.

**47. Які основні функції притаманні малому підприємству?**

- а) формування конкурентного середовища;
- б) доцільність масового випуску продукції;
- в) надання ринковій економіці необхідної гнучкості;
- г) вирішення проблем зайнятості;
- д) пом'якшення соціальної напруги;
- е) необхідність поєднання всіх стадій технологічного процесу.

**48. Партнерство (товариство) – це:**

- а) самостійне ведення справ, засноване на власності підприємця;
- б) об'єднання капіталів двох і більше окремих фізичних або юридичних осіб за умов розподілу прибутку та ризику;
- в) незалежна юридична особа, підприємство, засноване на акціонерній власності.

**49. Які з перелічених підприємницьких структур мають статус юридичної особи?**

- а) Представництво акціонерного товариства
- б) Відділення комерційного банку
- в) Дочірнє підприємство
- г) Філіал підприємства

**50. Наука як теорія і практика ринкового господарства, яка дає змогу зрозуміти макроекономічне середовище, безпосередню практику ринкової організації виробництва, – це:**

- а) економічна теорія;
- б) маркетинг;
- в) менеджмент;
- г) статистика.

**51. Що таке малі підприємства?**

- а) вид діяльності підприємства;
- б) сфера діяльності підприємства;
- в) форма власності;
- г) організаційно-економічний вид підприємства.

**52. Ким видається спеціальний дозвіл (ліцензія) на певні види підприємницької діяльності?**

- а) Верховною Радою України;
- б) Президентом України;
- в) Кабінетом Міністрів України;
- г) органом ліцензування;
- д) органами виконавчої влади.

**53. Розвиток туристичної індустрії залежить від наступних факторів:**

- А) рівня соціально-економічного розвитку країни;
- Б) ступеня розвитку інфраструктури країни чи регіону;
- В) релігійних вподобань населення.

**54. Під час подорожі та підготовки до неї туристи споживають**

- А) основні, додаткові туристичні та супутні послуги;
- Б) основні та допоміжні туристичні послуги;
- В) основні туристичні послуги, послуги транспорту, розваг та медичні послуги.

**55. До основних туристичних послуг відносять:**

- А) послуги гостинності;
- Б) медичні послуги;
- В) надання сувенірної продукції.

**56. До основних туристичних послуг відносять:**

- А) інформаційні послуги та послуги супроводу;
- Б) транспортні послуги, в тому числі трансфер;
- В) екскурсії, що не ввійшли до програми туру.

**57. До основних туристичних послуг відносять:**

- А) екскурсійні послуги;
- Б) валютно-кредитне, конгресове, торгове та інші види обслуговування;
- В) організація культурних подій, видовищ, розважальних заходів.

**58. До основних туристичних послуг відносять:**

- А) послуги харчування;
- Б) медичні послуги, спа-процедури;
- В) валютно-кредитне, конгресове, торгове та інші види обслуговування.

**59. До додаткових туристичних послуг відносять**

- А) фізкультурно-оздоровчі послуги;
- Б) послуги розміщення;
- В) послуги страхування.

**60. До додаткових туристичних послуг відносять**

- А) інформаційні послуги та послуги супроводу;
- Б) транспортні послуги, в тому числі трансфер;
- В) екскурсії, що не ввійшли до програми туру.



**ФАХОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ**  
для абітурієнтів, що вступають  
на спеціальність 242 «ТУРИЗМ»  
галузі знань 24 «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»  
за ступенем вищої освіти  
**МАГІСТР на основі базової вищої освіти**

**Варіант В**

**1. Основним рекреаційним ресурсом Єгипту є:**

- а) історико-культурні пам'ятки;
- б) корали Червоного моря;
- в) тропічний клімат.

**2. Всесвітньовідомою еталонною пам'яткою оборонно-фортифікаційного зодчества Русі - України є:**

- а) Високий замок у Львові,
- б) Золоті ворота в Києві,
- в) Стара фортеця у Кам'янці-Подільському,
- г) фортифікаційний комплекс літописного Галича.

**3. Найпопулярніший серед туристів каньйон Криму:**

- а) Великий;
- б) Бельбекський;
- в) Чорноріченський.

**4. Найдовша в Україні піщана коса Арабатська стрілка, що завдяки унікальним ландшафтно-кліматичним умовам і іншим принадам морського відпочинку щороку притягує тисячі організованих і самодіяльних туристів, знаходиться:**

- а) у північно-західному Причорномор'ї;
- б) у північному Причорномор'ї;
- в) у Каркінітідській затоці;
- г) в Обитічній затоці;
- д) на північно-східній окраїні Криму;
- ж) у західному Приазов'ї;
- з) у центральному Приазов'ї;
- к) у східному Приазов'ї.

**5. Які з цих тверджень правильні:**

- а) донині немає обґрунтованих універсальних кількісних показників, які можна було б покласти в основу рекреаційного районування;
- б) рекреаційні райони не мають власних особливостей, порівняно з іншими суспільно-географічними районами;
- в) для рекреаційних районів жодного значення не мають особливості їх географічного положення?

**6. Найвищою категорією сакральних святинь України є:**

- а) кафедральний собор,
- б) монастир,
- в) лавра.

**7. Території різного таксономічного рангу, набір рекреаційних ресурсів, об'єктів і послуг яких є помітно відмінними від інших територій такого самого таксономічного рангу, називаються:**

- а) рекреаційним районом;
- б) економічним районом;
- в) географічним регіоном.

**8. Франчайзингові трансформації в ресторанному бізнесі України полягають у:**

- а) роздержавленні мережі закладів ресторанного господарства з їх подальшим переходом у приватну власність,
- б) цілковитому переході на стандарти і стиль обслуговування, що прийняті в тих чи інших транснаціональних ресторанных мережах,
- в) динамічному розвитку альтернативних по відношенню до класичних ресторанів закладів, у яких надаються ресторанны послуги (суші-бари, диско-бари, плавучі ресторани-клуби, нічні клуби тощо).

**9. Найпопулярніший серед туристів каньйон Криму:**

- а) Великий;
- б) Бельбекський;
- в) Чорноріченський.

**10. Життєвий цикл туристичної послуги складається з:**

- а) етапу виведення на туристичний ринок;
- б) етапу росту;
- в) всі відповіді вірні.

**11. Життєвий цикл туристичної послуги складається з:**

- а) етапу зрілості;
- б) етапу занепаду;
- в) всі відповіді вірні.

**12. Життєвий цикл туристичної послуги складається з:**

- а) трьох етапів;
- б) чотирьох етапів;
- в) шести етапів.

**13. Розроблення плану виробництва туристичних послуг на підприємстві складається з:**

- а) восьми етапів;
- б) чотирьох етапів;
- в) шести етапів.
- г) не має жодної вірної відповіді.

**14. Для визначення виробничої міцності необхідно визначити:**

- а) ефективність виробництва туристичних послуг;
- б) ефективний фонду роботи обладнання;
- в) не має жодної вірної відповіді.

**15. Відберіть ризики туристичного підприємства підготовчої стадії:**

- а) віддаленість від транспортних шляхів;
- б) відношення влади;
- в) платоспроможність клієнта.

**16. Відберіть ризики туристичного підприємства будівничої стадії:**

- а) віддаленість від транспортних шляхів;
- б) відношення влади;
- в) платоспроможність клієнта;
- г) недоліки проектно-виробничих робіт.

**17. Відберіть фінансово-економічні ризики туристичного підприємства:**

- а) віддаленість від транспортних шляхів;
- б) нестійкість попиту;
- в) платоспроможність клієнта;
- г) зростання податків.

**18. Відберіть соціальні ризики туристичного підприємства:**

- а) кваліфікація кадрів;
- б) нестійкість попиту;
- в) платоспроможність клієнта;
- г) зростання податків.

**19. Найкращий за якістю готель**

- а) має 3 зірки;
- б) має 10 зірок;
- в) має п'ять зірок.

**20. Готелі України, що відповідають міжнародним стандартам**

- а) прем'єр-палац;
- б) Хаят;
- в) Либідь.

**21. Мотель – це**

- а) місце ночівлі для подорожуючих;
- б) місце відпочинку для подорожуючих на плавальних засобах.

**22. Пекідж-туризм – це:**

- а) подорож за визначеним маршрутом з певним комплексом послуг (не менше двох компонентів);
- б) це туризм, що складається з різних видів послуг, кожна з яких може бути реалізована окремо

**23. Інклюзив-туризм – це:**

- а) подорож за визначеним маршрутом з певним комплексом послуг (не менше двох компонентів);
- б) це туризм, що складається з різних видів послуг, кожна з яких може бути реалізована окремо.

**24. Тайм-шер – це:**

- а) придбання готельного номеру у власність на певний час;
- б) відпочинок людей, які поєднують спільні інтереси, захоплення;
- в) ділові поїздки працівників компаній.

**25. Туристичні подорожі, які організуються фірмами для своїх співробітників для заохочення до праці – це:**

- а) інсентів-туризм;
- б) плановий туризм;
- в) комерційний туризм.

**26. Об'єкти і явища природного та антропогенного походження, які мають сприятливі для рекреації кількісні і якісні параметри – це:**

- а) рекреаційні ресурси;
- б) рекреаційна територія;
- в) рекреаційний потенціал.

**27. Вперше подорож великої кількості людей організував:**

- а) Т. Кук;
- б) Ф. Магеллан;
- в) М. Миклухо-Маклай.

**28. Меню – це:**

- а) перелік страв та напоїв, покупних товарів із зазначенням ціни, яке мається у закладі ресторанного господарства протягом усього часу роботи залу;
- б) перелік страв, кулінарних, борошняних кондитерських, булочних виробів та напоїв власного виробництва із зазначенням виходу та ціни однієї порції, яке мається у закладі ресторанного господарства протягом усього часу роботи залу;
- в) перелік страв та напоїв із зазначенням виходу та кількості страв;
- г) перелік страв, кулінарних, кондитерських, булочних, тютюнових виробів та напоїв із зазначенням їх ціни, яке мається у закладі ресторанного господарства.

**29. Прейскурант – це:**

- а) перелік алкогольних напоїв, пива, води, фруктів, кондитерських та тютюнових виробів із зазначенням їх ціни за одиницю продукції;
- б) перелік алкогольних напоїв, пива, кондитерських виробів із зазначенням маси та ціни за відповідну одиницю продукції, для алкогольних напоїв – ціни за 50 та 100 мілілітрів;
- в) перелік алкогольних та безалкогольних напоїв, пива, тютюнових, кондитерських виробів та

інших покупних товарів із зазначенням маси, об'єму та ціни за відповідну одиницю продукції, для алкогольних напоїв – ємності пляшки, ціни за пляшку, за 50 та 100 мл. літрів;

г) перелік алкогольних та безалкогольних напоїв, кондитерських виробів власного виробництва із зазначенням виходу та ціни за 100 г, для алкогольних напоїв – ціни за пляшку та за 50 мл. літрів.

**30. До яких закладів ресторанного господарства відносяться загальнодоступні кафе, їдальні, закусочні:**

- а) комплексних;
- б) універсальних;
- в) спеціалізованих;
- г) комбінованих

**31. До яких закладів ресторанного господарства відносяться шашличні, пельменні, пиріжкові, ресторани з національною кухнею, кафе-молочні:**

- а) комплексних;
- б) універсальних;
- в) спеціалізованих;
- г) комбінованих

**32. За типом підприємства харчування бувають:**

- а) ресторани, бари, кафе, їдальні, закусочні, фабрики кухні
- б) власні і орендовані
- в) «люкс»; «вищий»; «перший»; «поза категорією»

**33. Один з основних видів меню з широким асортиментом, з повною формою обслуговування та в якому кожне блюдо вказане за своєю окремою ціною:**

- а) «Табльдот»
- б) «шведський стіл»
- в) «А ля карт»

**34. За класом ресторани бувають:**

- а) першого, другого, третього
- б) люкс, вищий, перший
- в) вищий, перший, другий

**35. Рибний, етнічний, вегетаріанський-це ресторани, які розрізняються за:**

- а) за значенням
- б) за класом
- в) за спеціалізацією

**36. Ресторани, у яких відтворюється культура певних народів, у тому числі й кулінарна традиція, має назву**

- а) етнічний
- б) сімейний
- в) елітний

**37. Тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місцепроживання в межах національних кордонів тієї самої країни для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом і в інших туристичних цілях — це туризм:**

- а) в'їзний;
- б) виїзний;
- в) міжнародний;
- г) внутрішній.

**38. Навчання в бізнес-турі, переговори з іноземними фірмами в діловому турі належать до:**

- а) провідної послуги туризму;
- б) додаткових послуг туризму;
- в) загальних послуг туризму;
- г) послуг за вимогою.

**39. Складний, багатоступінчатий процес, що вимагає комплексного, системного аналізу і здійснюється при виконанні низки умов (проведення маркетингового дослідження ринку для визначення потенційного споживчого попиту на різні види туристичного продукту; визначення видів, форм, елементів туристичного продукту) — це:**

- а) розробка туристичного продукту;
- б) просування туристичного продукту;
- в) дослідження туристичного продукту.

**40. Процес розробки і реалізації туристичного продукту споживачеві повинен включати:**

- а) два етапи;
- б) три етапи;
- в) чотири етапи.

**41. Початкова функція туристичної фірми, яка повинна забезпечити створення привабливого і конкурентоспроможного туристичного продукту для його подальшої реалізації на ринку, — це:**

- а) планування турів;
- б) реалізація турів;
- в) розробка турів;
- г) дослідження етапів просування турів.

**42. Завдання пошуку відповідного партнера (контрагента) постає перед туристичною фірмою, коли вона виходить на:**

- а) міжнародний ринок;
- б) національний ринок;
- в) роботу в новому регіоні своєї країни.

**43. Скільки процентів становлять санкції за прострочення платежів або пені, суми заборгованості за кожен день затримки платежу в міжнародних принципах розрахунків у туристичному бізнесі:**

- а) 0,05;
- б) 0,5;
- в) 0,1;
- г) 1?

**44. Підприємства, що надають засоби розміщення, харчування, перевезення, належать до:**

- а) постачальників послуг;
- б) туроператорів;
- в) турагенств;
- г) посередницьких організацій.

**45. З яких частин складається підприємницький дохід?**

- а) прибуток;
- б) балансовий прибуток;
- в) нормальний (звичайний) прибуток;
- г) економічний прибуток (надприбуток);
- д) торговельний прибуток.

**46. Згідно з чинним законодавством України монополістом вважається підприємство, доля якого на ринку відповідного товару становить:**

- а) 35%;
- б) 50%;
- в) 25%.

**47. Хто з економістів розглядав підприємництво як реалізацію інновацій?**

- а) А. Сміт;
- б) Ж.Б. Сей;

- в) Р. Кантільйон;
- г) А. Маршалл;
- д) Й. Шумпетер.

**48. Які основні риси натуральної форми виробництва?**

- а) власність;
- б) замкненість;
- в) універсалізація праці;
- г) приватна власність;
- д) прямі економічні зв'язки.

**49. Венчурний капітал це:**

- а) інвестиції в новий, щойно створюваний бізнес з привабливими перспективами росту, який не має доступу до фондового ринку;
- б) інвестиції в новий, щойно створюваний бізнес з привабливими перспективами росту, який має доступ до фондового ринку;
- в) інвестиції в новий, щойно створюваний бізнес з високим ступенем ризику та великими прибутками.

**50. Внесками учасників та засновників товариства не можуть бути:**

- а) будинки, споруди, автомобілі;
- б) бюджетні кошти, кошти, отримані в кредит та під заставу;
- в) інтелектуальна власність.
- г) цінні папери.

**51. Які з перелічених підприємницьких структур мають статус юридичної особи?**

- а) представництво акціонерного товариства;
- б) відділення комерційного банку;
- в) дочірнє підприємство;
- г) філіал підприємства.

**52. Яке визначення найбільш повно розкриває сутність підприємця?**

- а) господар;
- б) власник;
- в) центральна постать ринкової економіки;
- г) ділова людина.

**53. До додаткових туристичних послуг відносять**

- а) послуги гостинності;
- б) медичні послуги;
- в) надання сувенірної продукції.

**54. До супутніх послуг, що можуть надаватися туристу під час подорожі відносять**

- а) екскурсійні послуги;
- б) валютно-кредитне, конгресове, торгове та інші види обслуговування;
- в) організація культурних подій, видовищ, розважальних заходів для відпочиваючих.

**55. До супутніх послуг, що можуть надаватися туристу під час подорожі відносять**

- а) інформаційні послуги та послуги супроводу;
- б) транспортні послуги, в тому числі трансфер;
- в) екскурсії, що не ввійшли до програми туру.

**56. До супутніх послуг, що можуть надаватися туристу під час подорожі відносять**

- а) послуги зв'язку, надання індивідуальних сейфів у банках, охорона;
- б) транспортні послуги, в тому числі трансфер;
- в) екскурсії, що не ввійшли до програми туру.

**57. Посередницькі організації, що займаються продажем туристичних та екскурсійних програм, а також надають інші посередницькі послуги по організації туристсько-екскурсійної діяльності називаються:**

- а) туристичні агентства;
- б) екскурсійні бюро;

в) туристичні оператори.

**58. Потужні туристичні фірми, що спеціалізуються на розробці комплексного тур продукту і його оптовій реалізації називаються:**

а) туристичні агентства;

б) екскурсійні бюро;

в) туристичні оператори.

**59. Туристичні фірми, що спеціалізуються на зарубіжному туризмі, здійснюючи свою діяльність на основі прямих угод з продуцентами послуг або рецептивними туроператорами називаються:**

а) ініціативні туроператори;

б) рецептивні туроператори;

в) ініціативні турагентства.

**60. Туристичні фірми, що спеціалізуються на іноземному туризмі, комплектуючи тури та програми обслуговування в місцях прийому туристів на основі прямих угод з продуцентами послуг називаються**

а) ініціативні туроператори;

б) рецептивні туроператори;

в) ініціативні турагентства.

**ФАХОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ**  
для абітурієнтів, що вступають  
на спеціальність 242 «ТУРИЗМ»  
галузі знань 24 «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»  
за ступенем вищої освіти  
МАГІСТР на основі базової вищої освіти

**Варіант Г**

- 1. Національний природний парк гірської Львівщини, що користується славою одного з найпопулярніших центрів гірського туризму України:**
  - а) Ужанський;
  - б) Розточанський,
  - в) Сколівські Бескиди;
  - г) Синевир;
  - д) Вижницький.
- 2. Об'єктом дослідження географії туризму України є:**
  - а) сукупність підприємств туристичної індустрії як важлива галузь національної економіки,
  - б) суспільні аспекти туристичного руху в державі,
  - в) просторові аспекти організації туризму.
- 3. Шарм-ель-Шейх найбільше цінується аматорами:**
  - а) тенісу;
  - б) дайвінгу;
  - в) гольфу.
- 4. На якій кількості основних островів знаходиться Нова Зеландія:**
  - а) 2;
  - б) 3;
  - в) 4.
- 5. Сучасні зрушення в структурі і геопросторовій організації закладів ресторанного господарства України відбуваються в основному за рахунок:**
  - а) приватизації наявного фонду закладів ресторанного господарства;
  - б) агресивного просування на національний ринок закладів з іноземними стилями (американським, китайським і ін.) ресторанного обслуговування;
  - в) активного розвитку інноваційних закладів, у яких надання спектру ресторанних послуг поєднано з іншими формами дозвілля (інтернет-кафе, нічні клуби тощо).
- 6. Найатракційніший міжнародний центр туризму на терені України - місто, історичне осердя якого внесене у Світову спадщину ЮНЕСКО:**
  - а) Київ;
  - б) Львів;
  - в) Кам'янець-Подільський;
  - г) Севастополь.
- 7. Курортною столицею Південно-Західного Криму вважається місто:**
  - а) Євпаторія;
  - б) Саки;
  - в) Севастополь.
- 8. Мінеральні води типу "Нафтуся" використовуються для лікування на бальнеологічних курортах:**
  - а) Свалява;
  - б) Синяк,
  - в) Трускавець;
  - г) Моршин;
  - д) Сатанів;



- є) Хмільник;
- ж) Миргород;
- з) Березівські Мінеральні Води;
- к) Кароліно-Бугаз;
- л) Східниця;
- м) Саки.

**9. Геотуристське районування території України полягає у:**

- а) виділенні на території України районів, які користуються найбільшою популярністю серед українських та іноземних туристів,
- б) поділі території України на райони, що спеціалізуються на тому чи іншому профілі туризму (гірський туризм, пляжно-відпочинковий, санаторно-оздоровчий, культурно-історичний, екологічний тощо),
- в) диференціації території України на територіальні одиниці різних масштабних рангів зі спільними рисами функціонально-геопросторової організації туристичної індустрії.

**10. Відберіть ризики туристичного підприємства будівничої стадії:**

- а) віддаленість від транспортних шляхів;
- б) відношення влади;
- в) платоспроможність клієнта;
- г) недоліки проектно-виробничих робіт.

**11. Відберіть фінансово-економічні ризики туристичного підприємства:**

- а) віддаленість від транспортних шляхів;
- б) нестійкість попиту;
- в) платоспроможність клієнта;
- г) зростання податків.

**12. Відберіть соціальні ризики туристичного підприємства:**

- а) кваліфікація кадрів;
- б) нестійкість попиту;
- в) платоспроможність клієнта;
- г) зростання податків.

**13. Відберіть технічні ризики туристичного підприємства:**

- а) віддаленість від транспортних шляхів;
- б) нестійкість попиту;
- в) платоспроможність клієнта;
- г) новизна технологій.

**14. Відберіть екологічні ризики туристичного підприємства:**

- а) віддаленість від транспортних шляхів;
- б) нестійкість попиту;
- в) платоспроможність клієнта;
- г) шкідливість виробництва.

**15. Таблиця прибутків і витрат – це документ, до якого входять показники :**

- а) доходи від реалізації послуг;
- б) витрати виробництва;
- в) чистий прибуток;
- г) ефективність виробництва.

**16. Фінансовий план тур підприємства складається з :**

- а) прогнозу обсягів реалізації послуг;
- б) графіку прибутковості;
- в) таблиці витрат і прибутків.

**17. Життєвий цикл туристичної послуги складається з:**

- а) етапу виведення на туристичний ринок;
- б) етапу росту;
- в) всі відповіді вірні.

- 18. Життєвий цикл туристичної послуги складається з:**
- а) етапу зрілості;
  - б) етапу занепаду;
  - в) всі відповіді вірні.
- 19. В якому році в Бостоні відкрився заклад, повністю оформлений як готель?**
- а) в 1829 р.;
  - б) в 1830 р.;
  - в) в 1831 р.;
  - г) в 1832 р.;
  - д) в 1833 р.
- 20. З якого часу почали формуватися готельні ланцюги ?**
- а) з першої чверті XIX в . ;
  - б) з початку XVIII в . ;
  - в) з кінця XIX в . ;
  - г) з початку XIX в . ;
  - д) з середини XIX в .
- 21. З якого часу Цезар Рітс сформував ланцюг готелів?**
- а)з 1867-1904 рр. . ;
  - б)з 1868-1905 рр. . ;
  - в)з 1869-1906 рр. . ;
  - г)з 1870-1907 рр. . ;
  - д)з 1871-1908 рр. .
- 22. У який час у готельній справі став процвітати Конрад Хілтон ?**
- а)в 60 -х роках ;
  - б)в 50 -х роках ;
  - в)в 40 -х роках ;
  - г) в 20 -х роках ;
  - д)в 30 -х роках.
- 23. Які фактори впливають на вибір туристських турів?**
- а)транспорт;
  - б)ціна і послуги ;
  - в)відстань ;
  - г)клімат ;
  - д)якість туристичного продукту .
- 24. Як називалася в середньовіччі різновид готелів?**
- а) таверни;
  - б) трактири;
  - в) богоугодні заклади;
  - г) нічліжні будинки.
- 25. Кому належить пріоритет у створенні перших готельних систем (ланцюгів ) ?**
- а) монастирям ;
  - б) феодалам ;
  - в) церкві ;
  - г) городянам.
- 26. Які історичні події в XI столітті в Європі стимулювали масові рухи людей та культурні обміни ?**
- а) революції ;
  - б) хрестові походи ;
  - в) розвиток феодалізму ;
  - г) промисловий переворот ;
  - д) розвиток мануфактур.
- 27. Які події відродили подорожі і готельну справу в Європі ?**

- а) промисловий переворот ;
- б) індустріальний розвиток ;
- в) підйом середнього класу;
- г) розвиток мануфактур ;
- д) зародження ринкових відносин .

**28. Ресторан – це...**

- а) торгівельний заклад, який відрізняється від інших вищою якістю послуг, широким меню, окрім харчування надають послуги з розваг та відпочинку
- б) заклад харчування загальнодоступний або для обслуговування певного контингенту споживачів з різноманітним асортиментом страв, булочних, кондитерських виробів і закупних товарів
- в) підприємство організації споживання їжі та відпочинку споживачів із обмеженим асортиментом продукції та надаванням послуг

**29. За ступенем новизни ресторани поділяються на:**

- а) класичний, локальний, концептуальний
- б) класичний, креативний, концептуальний
- в) класичний, колективний, концептуальний

**30. За методом обслуговування ресторани поділяються на:**

- а) повно сервісний та з частковим обслуговуванням
- б) повносервісний та з самообслуговуванням
- в) повносервісний, з частковим обслуговуванням, самообслуговування

**31. За місткістю ресторани поділяють на:**

- а) малі до 30 місць, середні – 30-90 місць, великі – понад 90 місць
- б) малі до 50 місць, середні – 50-100 місць, великі – понад 100 місць
- в) малі до 50 місць, середні – 50-150 місць, великі – понад 150 місць

**32. Літні ресторани поділяються на:**

- а) веранди, траси, економ-траси, ресторан-трансформери
- б) траси, економ-траси, ресторан-трансформери
- в) траси, економ-траси, майданчики, ресторан-трансформери

**33. Тематично концептуальний ресторан - це ресторан в якому ....**

- а) спостерігається своєрідні типи загальнодоступних закладів, в яких загальна концепція їх роботи виходить за рамки звичайної виробничої та обслуговуючої діяльності
- б) спостерігається взаємозалежність між усіма елементами, починаючи з назви ресторану і завершуючи атмосферою, що підсилює значення усіх його характеристик
- в) спостерігається приготування страв, кулінарних виробів їх реалізацію, організацію споживання та організацією відпочинку, розваг та дозвілля

**34. При створенні етнічних ресторанів увагу приділяють:**

- а) особливостям національного кулінарного мистецтва, архітектурно-художнього конструювання будівель, приміщень, дизайну, національного посуду
- б) особливостям національного кулінарного мистецтва, дизайну, культурі, національного посуду
- в) особливостям національного кулінарного мистецтва, дизайну, культурі, традиціям, національного посуду

**35. Pre-party – це**

- а) те, що відбувається до основної вечірки, тобто зустріч, спілкування, аперитив на базі ресторану
- б) будівля яка поєднує в собі приміщення ресторан в якому можна легко повечеряти перед вечіркою, і клуб, в якому гість залишається на вечірку

**36. Препатійні ресторани розміщують:**

- а) при поєднанні в одній споруді функцій ресторану, pre-party і party зі створенням клубної атмосфери

б) в окремому закладі, при клубі

в) дві відповіді вірні

**37. Співвідношення попиту і пропозиції, рівень і динаміка конкуруючих цін, політична ситуація в країні, визначення платоспроможності споживачів належать до:**

а) зовнішніх чинників, що впливають на рівень цін на туристичні послуги;

б) внутрішніх чинників, що впливають на рівень цін на туристичні послуги;

в) регіональних чинників, що впливають на рівень цін на туристичні послуги.

**38. Укладення франчайзингової угоди з незалежним турагентством належить до дій:**

а) туроператора;

б) турагентства;

в) великих туристичних фірм.

**39. Скільки є умовних агентських мереж туроператора:**

а) одна;

б) дві;

в) три;

г) чотири?

**40. Документ, в якому встановлюються конкретні умови надання і споживчі властивості туристичної послуги, — це:**

а) туристська путівка;

б) договір продавця туру з клієнтом;

в) ваучер;

г) квитанція до прибуткового ордеру.

**41. Договір купівлі-продажу туристичного продукту, який належить до категорії публічних договорів, — це:**

а) договір на туристичне обслуговування;

б) туристська путівка;

в) договір продавця туру з клієнтом;

г) квитанція до прибуткового ордеру.

**42. Створення інформаційно-аналітичної бази для ухвалення маркетингових рішень і зменшення ступеня невизначеності в туризмі належать до:**

а) мети маркетингового дослідження;

б) предмета маркетингового дослідження;

в) об'єкта вивчення маркетингового дослідження.

**43. Інформація, яка вже десь існує, будучи зібраною раніше для інших цілей, — це:**

а) вторинні дані маркетингового дослідження;

б) первинні дані маркетингового дослідження;

в) результативні дані маркетингового дослідження.

**44. Якісно новий підхід в управлінні туристичним бізнесом, задоволенні ринкового споживчого попиту належить до:**

а) маркетингу послуг;

б) маркетингу туризму;

в) загальних маркетингових прийомів.

**45. Яке визначення найбільш повно розкриває сутність підприємця?**

д) господар;

е) власник;

ж) центральна постать ринкової економіки;

з) ділова людина.

**46. За яким критерієм підприємства поділяються на малі, середні, великі?**

а) за формою власності;

б) за формою організації;

в) за розміром;

г) за сферою діяльності;

- д) за видом діяльності;
- е) за типом діяльності.

**47. Середньооблікова чисельність працюючих на малих підприємствах визначається з урахуванням:**

- а) усіх працівників;
- б) усіх працівників, у тому числі тих, що працюють за договорами та за сумісництвом, а також працівників представництв, філій, відділень та інших відокремлених підрозділів;
- в) усіх працівників, у тому числі працівників представництв, філій, відділень та інших відокремлених підрозділів;
- г) усіх працівників, на підставі річної звітності;
- д) працівників представництв, філій, відділень та інших відокремлених підрозділів.

**48. Ким видається спеціальний дозвіл (ліцензія) на певні види підприємницької діяльності?**

- а) Верховною Радою України;
- б) Президентом України;
- в) Кабінетом Міністрів України;
- г) органом ліцензування;
- д) органами виконавчої влади.

**49. В яких організаційних формах може здійснюватися підприємницька діяльність?**

- а) у формі, передбаченій статутом;
- б) у будь-яких організаційних формах на вибір підприємця;
- в) кооперативне підприємство;
- г) державне підприємство;
- д) приватне підприємство.

**50. Франчайзинг – це:**

- а) договірні відносини у сфері постачання;
- б) форма організації підприємницької діяльності на засадах кооперації матеріальних та фінансових ресурсів різних підприємств;
- в) форма орендних відносин;
- г) форма ризикових проектів.

**51. Термін взяття на податковий облік суб'єкта підприємницької діяльності органами державної податкової служби не повинен перевищувати:**

- а) два дні;
- б) один тиждень;
- в) п'ять робочих днів;
- г) десять днів.

**52. Які визначальні риси товарного виробництва?**

- а) відокремлені господарюючі суб'єкти;
- б) продукти виробляються для власних потреб;
- в) продукти виробляються для суспільних потреб;
- г) потреби визначаються виробниками;
- д) потреби визначаються ринком.

**53. Призначений для продажу комплекс туристичних благ і товарів, що представлений у вигляді програми відпочинку, складеної з урахуванням індивідуальних побажань, в межах якої досягається мета подорожі називається:**

- а) турпродукт;
- б) туристичний ваучер;
- в) туристична путівка.

**54. Управління це:**

- а) це діяльність, пов'язана з впливом керуючого суб'єкта на керований об'єкт з метою досягнення певних результатів;
- б) ефективний вплив на процес створення доданої вартості;

в) сукупність принципів, форм, методів, прийомів та засобів управління виробництвом та персоналом із застосуванням останніх досягнень науки та техніки.

**55. Діяльність, пов'язана з впливом керуючого суб'єкта на керований об'єкт з метою досягнення певних результатів називається:**

- а) професіоналізм;
- б) менеджмент;
- в) управління.

**56. Сукупність принципів, форм, методів, прийомів та засобів управління виробництвом та персоналом із застосуванням останніх досягнень науки та техніки це:**

- а) професіоналізм;
- б) менеджмент;
- в) управління.

**57. Менеджмент це:**

- а) Сукупність принципів, форм, методів, прийомів та засобів управління виробництвом та персоналом із застосуванням останніх досягнень науки та техніки;
- б) ефективний вплив на процес створення доданої вартості;
- в) це діяльність, пов'язана з впливом керуючого суб'єкта на керований об'єкт з метою досягнення певних результатів.

**58. Поняття управління та менеджмент є**

- а) синонімами;
- б) антонімами
- в) частково мають спільне значення, але не співпадають.

**59. Процесний підхід у менеджменті передбачає:**

- а) управління розглядається як особливий вид діяльності, метою якого є реалізація управлінських функцій планування, координації, мотивації і контролю;
- б) управлінська діяльність реалізується виходячи з розуміння того факту, що організація є складною відкритою системою ефективність функціонування якої проявляється у створенні доданої вартості входів;
- в) управлінська діяльність полягає у тому, щоб дати гідні відповіді на виклики, зумовлені змінами у зовнішньому або внутрішньому середовищі організації.

**60. Системний підхід у менеджменті передбачає:**

- а) управління розглядається як особливий вид діяльності, метою якого є реалізація управлінських функцій планування, координації, мотивації і контролю;
- б) управлінська діяльність реалізується виходячи з розуміння того факту, що організація є складною відкритою системою ефективність функціонування якої проявляється у створенні доданої вартості входів;
- в) управлінська діяльність полягає у тому, щоб дати гідні відповіді на виклики, зумовлені змінами у зовнішньому або внутрішньому середовищі організації.

**ФАХОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ**  
**для абітурієнтів, що вступають**  
**на спеціальність 242 «ТУРИЗМ»**  
**галузі знань 24 «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»**  
**за ступенем вищої освіти**  
**МАГІСТР на основі базової вищої освіти**

**КЛЮЧІ ДО ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ**

№ питання	Варіант А	Варіант Б	№ питання	Варіант А	Варіант Б
1.	б	а	2.	в	а
3.	б	б	4.	б	а
5.	а	б	6.	б	б
7.	в	б, г	8.	а	в
9.	б	б	10.	а	б
11.	б	б	12.	а	в
13.	а	а	14.	б	б
15.	б	б	16.	б	а
17.	а	в	18.	а	б
19.	а	а	20.	а	а
21.	б	в	22.	в	б
23.	а	б	24.	а	б
25.	а	в	26.	в	а
27.	б	а	28.	б	в
29.	б	а	30.	б	а
31.	г	г	32.	б	в
33.	в	а	34.	г	г
35.	а	а	36.	а	а
37.	г	а	38.	б	а
39.	г	а	40.	б	в
41.	а	г	42.	г	г
43.	г	в	44.	б	а
45.	а	а	46.	а	б
47.	б	б	48.	в	г
49.	б	в	50.	б	б
51.	а	в	52.	а	а
53.	б	а	54.	а	а
55.	б	а	56.	г	б
57.	в	в	58.	б	а
59.	в	г	60.	г	б

№ питання	Варіант В	Варіант Г	№ питання	Варіант В	Варіант Г
1.	б	б,в,г	2.	в	б,а
3.	б	а	4.	б	а
5.	б	а	6.	а	б
7.	б	б	8.	б	г
9.	б	б	10.	б	в
11.	б	б	12.	б	б
13.	а, б	а	14.	в	а
15.	а	б	16.	в	а, в
17.	б	б	18.	а	а
19.	б	в	20.	а	а
21.	б	а	22.	а	а
23.	б	а	24.	а	б
25.	б	а	26.	б	а
27.	а	б	28.	а	а
29.	а	в	30.	б	б
31.	а	г	32.	а	б
33.	б	б	34.	б	б
35.	г	г	36.	а	в
37.	г	б	38.	г	б
39.	б	а	40.	г	а
41.	б	в	42.	б	в
43.	в	в	44.	а	а
45.	а	в	46.	в	в
47.	в	б	48.	г	а
49.	б	б	50.	б	в
51.	а	б	52.	а	а
53.	в	а	54.	а	б
55.	б	в	56.	б	в
57.	в	б	58.	б	б
59.	а	г	60.	б	в