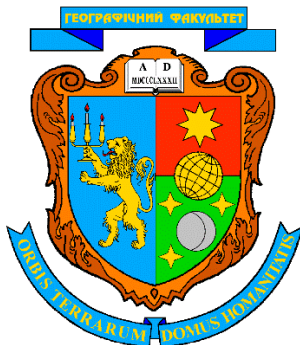


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Географічний факультет

Марта Мальська
Анна Красько

Ринок рекреаційно-туристичних послуг:

методичні вказівки



Львів 2024

М. Мальська, А. Красько. Ринок рекреаційно-туристичних послуг: методичні вказівки для студентів другого (магістерського) рівня підготовки спеціальності 242 «Туризм і рекреація» – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2024. – 43 с.

У методичних вказівках подано силабус курсу «Ринок рекреаційно-туристичних послуг», перелік тем, рекомендовану літературу, систему оцінювання знань студентів, тематику практичних та семінарських занять, теми і завдання для самостійної роботи студентів, контрольні запитання та завдання, перелік запитань на іспит.

Для студентів, які здобувають фах другого (магістерського) рівня спеціальності «Туризм і рекреація» ВНЗ України.

Рекомендовано до друку
Вченою радою географічного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка
Протокол № 5 від 22 травня 2024 р.

© ЛНУ імені Івана Франка
© М. Мальська, А. Красько.

Зміст

	с.
1. Загальні особливості курсу	4
1.1. Опис навчальної дисципліни	5
1.2. Схема курсу	12
1.3. Література для вивчення дисципліни	18
2. Семінарські заняття	23
2.1. Питання на семінар	
2.2. Контрольні запитання та завдання	
2.3. Завдання для самостійної роботи студента	
3. Практична частина	34
4. Перелік запитань на іспит	36
5. Теми для самостійної роботи студентів	40

1. Загальні особливості курсу

Навчальний курс «Ринок рекреаційно-туристичних послуг» спрямований на вивчення особливостей формування та функціонування світового та національного туристичного ринку. Зміст дисциплін «Ринок рекреаційно-туристичних послуг» розроблено на основі відповідних положень щодо підготовки фахівців у сфері туризму, норм та традицій вищої університетської освіти, а також профілю освітньо-професійної програми.

Курс призначений для формування знань з аналізу функціонування ринку рекреаційно-туристичних послуг макро- та мікрорівнів, принципів ціноутворення, поняття про умови створення та життєвий цикл туристичного продукту, дослідження кон'юнктурного аналізу рекреаційно-туристичного ринку, набуття практичних навичок і умінь створювати власний туристичний продукт.

У рамках вивчення дисципліни освоюються різні методики дослідження рекреаційно-туристичних ринків; аналізуються суть та проблеми сегментації ринку туристичного попиту; досл. поняття та структури індустрії туризму як міжгалузевого комплексу.

Ринок рекреаційно-туристичних послуг – це глобальна система обміну послугами, пов'язаними з подорожами, відпочинком і розвагами. Він включає в себе всі види туристичних і рекреаційних послуг, від готельного і ресторанного обслуговування, транспорту до екскурсій, рекреації та інших зв'язаних послуг тощо.

Дисципліна «Ринок рекреаційно-туристичних послуг» є нормативною дисципліною освітньо-професійних програм «Туристична діяльність» і «Міжнародний туризм», спеціальності 242 «Туризм і рекреація», галузі знань 24 «Сфера обслуговування», яка викладається в I семестрі обсягом 5 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).

Таблиця 1

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань <i>24 Сфера обслуговування</i>	<i>Нормативна</i>	
Модулів – 2	Спеціальність: <i>242 Туризм і рекреація</i>	Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		<i>1-й</i>	-
Індивідуальне науково-дослідне завдання - 1		Семестр	
Загальна кількість годин – 150		<i>1-й</i>	-
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 6,3	Освітньо-кваліфікаційний рівень: <i>магістр</i>	<i>32 год.</i>	-
		Практичні	
		<i>16 год.</i>	-
		Самостійна робота	
		<i>102 год.</i>	-
		Вид контролю: <i>іспит</i>	

Обсяг курсу:

Денна форма навчання: 150 годин, з них 48 години аудиторних – 32 лекційні години, 16 год. семінарських і практичних занять; 102 год. самостійної роботи.

Мета та цілі курсу:

Метою викладання навчальної дисципліни «Ринок рекреаційно-туристичних послуг» є вивчення національного ринку рекреаційно-туристичних послуг, приділивши значну увагу структурам і типології національних ринків як складових світового туристичного процесу, закономірностям їх формування, функціонування та територіальної організації.

Завданнями вивчення дисципліни є теоретична та практична підготовка фахівців з таких питань:

- світовий ринок послуг та його структура;
- типологія та сучасний стан розвитку рекреаційно-туристичного ринку України та світу;
- поняття та структура індустрії туризму як міжгалузевого комплексу;
- освоєння різних методик дослідження рекреаційно-туристичних ринків;
- розкриття суті та проблем сегментації ринку туристичного попиту, а також умов і чинників його формування;
- вивчення особливостей територіальної організації світової туристичної індустрії та галузевих субринків;
- аналізу особливостей розвитку та територіальної організації окремих компонентів рекреаційно-туристичної індустрії України;
- виявлення сучасних проблем функціонування та регуляторних механізмів ринку рекреаційно-туристичних послуг;

Очікувані результати навчання:

Знати:

- понятійний апарат ринку рекреаційно-туристичних послуг;
- механізм та закономірності функціонування ринку рекреаційно-туристичних послуг і територіальну організацію на різних ієрархічних рівнях;
- структурно-типологічні ознаки туристичного ринку, принципи його сегментації;
- умови та чинники формування і територіальну організацію індустрії туризму як основу розвитку національного ринку рекреаційно-туристичних послуг;
- фактори, що впливають на попит та пропозиції в туризмі;
- структурно-логічну схему геопросторового дослідження туристичного ринку;
- принципи ціноутворення туристичного продукту;
- методику макрорегіональних досліджень туристичного ринку;
- методику дослідження національного туристичного ринку;
- умови та чинники формування попиту туристичного ринку; класифікацію турів.

Вміти:

- проводити сегментацію туристичного ринку за різними критеріями;
- оцінювати вплив туристичної галузі на економіку регіону та країни;
- аналізувати розподіл і рух туристичних потоків у межах України та світу;
- проводити розрахунок собівартості туристичного продукту;
- розробляти тури;

- аналізувати ринок рекреаційно-туристичних послуг; опрацьовувати законодавчі і нормативні акти, статистичну інформацію, навчальну літературу періодичних видань;
- застосувати набуті знання на туристичних підприємствах.

Компетенції згідно освітньої програми:

Загальні компетентності:

- ✓ Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.
- ✓ Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.
- ✓ Здатність спілкуватися іноземною мовою.
- ✓ Здатність розробляти проекти та управляти ними.
- ✓ Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- ✓ Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ✓ Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні (фахові) компетентності

- ✓ Здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації.
- ✓ Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації.
- ✓ Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.
- ✓ Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду.

- ✓ Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.
- ✓ Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.
- ✓ Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.
- ✓ Здатність розробляти, втілювати та управляти бізнес-проектами у туризмі та рекреації.
- ✓ Здатність до організації діяльності у сфері оздоровчого туризму.
- ✓ Здатність до організації PR-кампанії.

Програмні результати навчання:

- ✓ Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки, критичне осмислення проблем у сфері туризму та рекреації і на межі галузей знань.
- ✓ Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.
- ✓ Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації.
- ✓ Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.
- ✓ Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

- ✓ Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.
- ✓ Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.
- ✓ Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів.
- ✓ Розробляти та реалізовувати проекти у сфері туризму та рекреації на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності.
- ✓ Приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування.
- ✓ Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проектів у сфері туризму і рекреації.
- ✓ Аналізувати мінливість середовища туристичного ринку задля вироблення швидких, оптимальних управлінських рішень.
- ✓ Вміти розробляти, втілювати та управляти бізнес-проектами у туризмі та рекреації.
- ✓ Організовувати діяльність у сфері оздоровчого туризму.
- ✓ Вміти розробляти ефективну PR-кампанію.

Критерії оцінювання:

Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за таким співвідношенням:

- ✓ практичні та семінарські заняття: 30 %; максимальна кількість балів – 30;
- ✓ контрольні заміри знань: 20 % семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 20.
- ✓ Іспит – 50 % семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 50.

Підсумкова максимальна кількість балів – 100.

Політика виставлення оцінок включає у себе такі позиції:

Академічна доброчесність: очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату.

Відвідання занять: важлива складова навчання. Очікується, що всі студенти відвідають лекції, семінарські та практичні заняття курсу. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.

Виставлення балів: враховуються бали набрані на семінарських заняттях, поточному тестуванні, практичні роботи та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються активність студента та своєчасне виконання поставлених завдань.

Опитування

Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

Таблиця 2

Схема курсу

Тиж.	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності	Термін виконання
1.	<p>Тема 1. Поняття, структура та функції ринку рекреаційно-туристичних послуг. Поняття туристичного ринку. Попит на ринку рекреаційно-туристичних послуг. Пропозиція на ринку рекреаційно-туристичних послуг. Структура ринку туристичних послуг. Функції ринку рекреаційно-туристичних послуг. Критерії класифікації туристичних підприємств і організацій. Інфраструктура ринку рекреаційно-туристичних послуг. Критерії сегментації ринку рекреаційно-туристичних послуг.</p>	Лекція, дискусія.	
2.	<p>Тема 2. Рекреаційно-туристичні ресурси як важлива складова туристичного потенціалу території. Основні поняття про рекреаційні ресурси і послуги. Властивості та характеристики рекреаційно-туристичних ресурсів.</p>	Лекція, дискусія.	
3.	<p>Поняття, структура та функції ринку рекреаційно-туристичних послуг. Рекреаційно-туристичні ресурси як важлива складова туристичного потенціалу території.</p>	Семінарське заняття №1	2 тижні
4.	<p>Тема 3. Ринок рекреаційно-</p>	Лекція,	

	<p>туристичних послуг та його територіальна організація. Ринок послуг в структурі світового господарства. Характеристика складових світового ринку. Структура невиробничої сфери. Підходи до трактування сутності поняття «послуга». Основні класифікації послуги, їх характеристики. Специфічні риси туристичної послуги.</p>	<p>дискусія.</p>	
5.	<p>Продовження теми 3. Ринок рекреаційно-туристичних послуг та його територіальна організація. Туристичний продукт в системі експортно-імпортних зв'язків. Взаємодія туристичного ринку і території. Поняття туристичної діяльності. Процес забезпечення потреб населення в послугах. Стадії туристичного обслуговування. Таксономічна система таксономічних районів. Територіальна структура рекреаційно-туристичного ринку. Механізм формування та функціонування місцевого рекреаційно-туристичного ринку</p>	<p>Лекція, дискусія.</p>	
6.	<p>Ринок рекреаційно-туристичних послуг та його територіальна організація.</p>	<p>Семінарське заняття №2</p>	<p>2 тижні</p>
7.	<p>Тема 4. Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг. Формування національного</p>	<p>Лекція, дискусія.</p>	

	<p>рекреаційно-туристичного ринку. Поняття «індустрія туризму». Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс. Структура індустрії туризму:</p> <ul style="list-style-type: none"> - організаційно-інституційна підсистема; - функціонально-господарська підсистема; - територіально-господарська підсистема. 		
8.	<p><i>Продовження теми 4. Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг.</i> Туристичні ресурси та їх класифікація. Зв'язок індустрії туризму з господарським комплексом території. Взаємозв'язок туризму з національною економікою. Чинники формування національного ринку рекреаційно-туристичних послуг.</p>	<p>Лекція, дискусія.</p>	
9.	<p><i>Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг.</i></p>	<p>Семінарське заняття №3</p>	<p>2 тижні</p>
10.	<p><i>Тема 5. Національні рекреаційно-туристичні ринки: структура та типологія.</i> Класифікаційні ознаки рекреаційно-туристичного ринку. Типологія національних рекреаційно-туристичних ринків. Типи національних туристичних ринків: А. Високоінтенсивні.</p>	<p>Лекція, дискусія.</p>	

	Б. Стабілізовані. В. Реформовані. Г. Акумуляуючі.		
11.	Тема 6. Дослідження ринку рекреаційно-туристичних послуг: методичні засади. Застосування загальнонаукових, міждисциплінарних і спеціальних методів. Парадигми дослідження рекреаційно-туристичного ринку. Структурно-логічна схема суспільно-географічного дослідження рекреаційно-туристичного ринку.	Лекція, дискусія.	
12.	Національні рекреаційно-туристичні ринки: структура та типологія. <i>Дослідження ринку рекреаційно-туристичних послуг: методичні засади.</i>	Семінарське заняття №4	2 тижні
13.	Тема 7. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку. Методика дослідження рекреаційно-туристичного ринку макрорівня. Схема макродослідження туристичного ринку. Характер туристичного процесу та його територіальна диференціація як основа макрорегіонального аналізу. Мета, одиниця та механізм макрорегіонального аналізу. Туристичні макрорегіони: Європа,	Лекція, дискусія.	

	Америка, Африка, Східна Азія і Тихоокеанській басейн, Близький Схід, Південна Азія. Принципи делімітації глобальних форм територіальної організації світового туристичного ринку.		
14.	Тема 8. Методика дослідження національного рекреаційно-туристичного ринку. Оцінка умов і чинників функціонування національного ринку туристичних послуг. Дослідження зовнішньої функції національного ринку туристичних послуг. Методика дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг. 4) Комплексний аналіз національного туристичного ринку. 5). Показники та методика. 6). Оцінка розвитку туристичної галузі. 7). Ємність ринку. 8) Визначення напрямів розвитку та стимулювання ринкової діяльності. 9). Туристична політика. 10). Державне регулювання туристичної сфери.	Лекція, дискусія.	
15.	Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку. Методика дослідження національного рекреаційно-туристичного ринку.	Семінарське заняття №5	2 тижні
16.	Тема 9. Умови і чинники формування попиту. Класифікація умов і чинників, їх вплив на формування попиту та послуги	Лекція, дискусія.	

	<p>туризму: -Соціально-економічні умови; -Природні та екологічні умови. Характеристика туристичного попиту. Поведінка споживачів. Стель життя як інтегральний чинник туристичного попиту. Мотиваційні пріоритети та процес прийняття рішень. Типи і характерні ознаки поведінки споживачів рекреаційно-туристичних послуг.</p>		
17.	<p>Тема 10. Тур як основний ринковий продукт. Поняття та класифікація турів. Принципи та методика розробки турів. Види маршрутів. Схеми. Приклади. Розрахунок вартості туру. Основні етапи з просування туру на ринок. Ринкова стратегія виробника. Життєвий цикл турпродукту.</p>	Лекція, дискусія.	
18.	<p>Умови і чинники формування попиту. Тур як основний ринковий продукт.</p>	Семінарське заняття № 6	2 тижні
19.	<p>Тема 11. Регіональні особливості споживання рекреаційно-туристичних послуг. Рекреаційно-туристичне споживання як результат ринкової діяльності. Обсяг і структура рекреаційно-туристичного споживання. Співвідношення попиту й пропозиції. Показники розвитку міжнародного туризму. Споживання рекреаційно-туристичних послуг в</p>	Лекція, дискусія.	

Ринок рекреаційно-туристичних послуг : методичні вказівки

	Україні.		
20.	<i>Продовження теми 11. Регіональні особливості споживання рекреаційно-туристичних послуг.</i> Стан рівноваги на ринку рекреаційно-туристичних послуг. Макрорегіональний аналіз туристичного споживання. Динаміка міжнародних туристичних потоків. Регіональна структура туризму.	Лекція, дискусія.	
21.	<i>Регіональні особливості споживання рекреаційно-туристичних послуг.</i>	Семінарське заняття № 7	2 тижні
22.	<i>Тема 12. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту.</i> Характеристика основних сегментів ринку попиту. Сегментація ринку туристичного попиту за географічним, демографічним, психографічним, поведінковим, геодемографічним та психолого-демографічним принципом. Багатомірне сегментування. Територіальна диференціація та концентрація туристичного попиту. Туристичні потоки, загальні тенденції переміщень. Зони туристичного попиту.	Лекція, дискусія.	
23.	<i>Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту.</i>	Семінарське заняття № 8	2 тижні
24.	<i>Аналіз функціонування ринку рекреаційно-туристичних послуг</i>	ІНДЗ	Протягом семестру

<i>досліджуваної області.</i>		
-------------------------------	--	--

Література для вивчення дисципліни:

Основна:

1. *Герасименко В.Г.* Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В.Г Герасименко С.С. Галасюк, С.Г Нездоймінов /за заг. ред. В.Г. Герасименка. - Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.
2. *Горіна Г.О.* Світовий ринок туристичних послуг [Текст] : конспект лекцій / Г.О. Горіна; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2016. – 110 с.
3. *Гонтаржевська Л. І.* Ринок туристичних послуг в Україні / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
4. *Заблоцька Р. О.* Світовий ринок послуг : підручник / Заблоцька Р. О. – К.: Знання, 2004.-280 с.
5. *Красько А.Б.* Моніторинг ринку туристичних послуг на прикладі Сполучених Штатів Америки / А.Б. Красько, Т.І. Гузюк, С.В. Білоус / Науковий журнал «Молодий вчений». – 2020. – №10 (86). – С.247-256.
6. *Красько А.Б.* Оцінка формування туристичних потоків Сполучених Штатів Америки / А.Б. Красько, С.В. Білоус // Матеріали II науково-практичної конференції: «Перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях». – Видавництво «Молодий вчений». – Полтава, 2020. – С. 15-19
7. *Красько А.Б.* Ринок туристичних послуг Тернопільської області: стан та ретроспективи / А.Б. Красько, С.В. Білоус, І.С. Пурська // Географія та туризм : Наук. збірник / Ред. кол.: Любіцева О.О. (гол. ред.) та ін. – К.: Альфа-ПК, 2018. – Вип. 43 – С. 131-146
8. *Красько А.Б.* Підвищення туристичної привабливості Тернополя та Тернопільської області / А.Б. Красько,

- А.М.Козира // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Теорія і практика актуальних наукових досліджень». – Херсон, 2018. Ч. 1. – С. 33-36
9. *Красько А.Б.* Організація автобусних турів під час пандемії COVID-19 (на прикладі туроператора «Танго-Тревел», Львів) / А.Б. Красько, Я.М. Запотічна // Матеріали XV Міжнародної наукової конференції «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід» – Львів, 2021. – С.130-134.
 10. *Красько А., Гнатюк В., Шаварська В.* Готельно-ресторанна індустрія Івано-Франківська як чинник підвищення її конкурентоспроможності на туристичному ринку України. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали XVII Міжнародної наукової конференції. – Львів, 2023. – С. 179-184.
 11. *Любіцева О.О.* Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : навч. посібник. – 2-е вид., перероб. та доп. – К.: «Альтпрес», 2003. –436 с.: іл., картосхеми.
 12. *Любіцева О.О.* Ринок туристичних послуг. – К.: «Альтпрес», 2002.
 13. *Любіцева О.О.* Потенціал рекреаційний // Екологічна енциклопедія: у 3 т. / редколегія: А.В. Толстоухов (гол. ред.) та ін. / О.О. Любіцева. – К.: – ТОВ «Центр екологічної освіти та інформації», 2008. – Т. 3: О-Я. – С. 129-130.
 14. *Мальська М. П.* Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М.П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, – 661 с.
 15. *Мальська М. П.* Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика): монографія / М. П. Мальська. - Київ : Знання, 2009. – 363 с.

16. *Мальська М. П.* Організація туристичного обслуговування : підручник / М. П. Мальська, В. В. Худо, Ю. С. Занько. – К. : Знання, 2011. – 275 с.
17. *Мальська М. П.* Історія розвитку туризму. Навчальний посібник / М. П. Мальська, Н. М. Паньків, А. Б. Ховалко. – Львів : Видавничий центр Львівського національного університету ім. Івана Франка, 2016. – 240 с.
18. *Мальська М. П.* Світовий досвід розвитку туризму. Підручник / М. П. Мальська, Н. М. Паньків, А.Б. Ховалко. – Київ : «Центр учбової літератури», 2017. – 244 с.
19. *Мальська М, Паньків Н.* Туристично-ресурсний потенціал території : підручник / Марта Мальська, Наталія Паньків. – Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. – 534 с.
20. *Мальська М.П., Красько А.Б.* Ринок туристичних послуг: навчально-методичні вказівки. – Львів. – 2020. – 101 с.
21. *Мальська М.П., Красько А.Б.* Моніторинг світового ринку туристичних послуг: навчально-методичні вказівки. – Львів. – 2020. – 31 с.
22. *Паньків Н. М., Красько А.Б.* Туристично-ресурсний потенціал території та його використання: навчально-методичні вказівки. – Львів. – 2020. – 90 с.
23. *Паньків Н.М., Ховалко А.Б.* Історія розвитку туризму в світі та Україні: навчально-методичні матеріали/ Н.М. Паньків, А.Б. Ховалко. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2014 – 63 с.
24. *Ховалко А.Б.* Іноземний досвід регулювання туристичних потоків на території України (на прикладі Польщі) / А.Б. Ховалко, С.І. Корінчук // Матеріали X Міжнародної наукової конференції «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід». – Львів, 2016. – С.455-459

Додаткова:

1. *Вітер І.І.* Глобальний ринок туристичних послуг: проблеми та перспективи розвитку // *Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози.* – К.: КУТЕП, 2005. – С.513-521.
2. *Дядечко Л. П.* Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с
3. *Дехтяр Н. А.* Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. – 470 с.
4. *Карлова О.А.* Рекреаційно-туристичні послуги: соціально-економічні аспекти функціонування та розвитку / О.А. Карлова / Збірник наукових праць ВНАУ Серія: Економічні науки. 2012. №4 (70). Том 3. С.99-104.
5. *Кифяк В. Ф.* Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В. Ф. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2003. – 300 с.
6. *Ткаченко Т. І.* Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Тетяна Іванівна Ткаченко. – 2-ге вид., випр. і допов. – К. : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
7. *Любіцева О.О.* Потенціал рекреаційний // *Екологічна енциклопедія: у 3 т. / редколегія: А.В. Толстоухов (гол. ред.) та ін. / О.О. Любіцева.* – К.: – ТОВ «Центр екологічної освіти та інформації», 2008. – Т. 3: О-Я. – С. 129-130.
8. *Мальська М. П.* Актуальні проблеми управління туристичною індустрією: навчальний посібник / М. П. Мальська, І. С. Пурська. – Львів : Вид. центр ЛНУ, 2006. – 78 с.

9. *Мальська М. П.* Маркетинг у туризмі : підручник / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк. – Львів : Український бестселер, 2015. –364 с.
10. *Мельниченко О.А.* Індустрія туризму: сутність, складові, кластери, необхідність державного регулювання / О.А. Мельниченко, Л.Ю. Величко // Теорія та практика державного управління: зб. наук. пр. Харків: Вид-во ХарРІ НАДУ "Магістр", 2015. - №4. - С.3-9.
11. *Федорченко В. К.* Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек, М. П. Мальська та ін. / К. : ВЦ "Академія", 2013. – 368 с.

Інформаційні ресурси:

1. <https://www.tourism.gov.ua>
2. <https://wck.org/>
3. <https://www.unwto.org>
4. <https://www.statista.com>

2. Семінарські заняття

Семінарське заняття 1

Поняття, структура та функції ринку рекреаційно-туристичних послуг

1. Поняття туристичного ринку.
2. Попит на ринку рекреаційно-туристичних послуг.
3. Пропозиція на ринку рекреаційно-туристичних послуг.
4. Структура ринку туристичних послуг.
5. Функції ринку рекреаційно-туристичних послуг.
6. Критерії класифікації туристичних підприємств і організацій.
7. Інфраструктура ринку рекреаційно-туристичних послуг.
8. Критерії сегментації ринку рекреаційно-туристичних послуг.
9. Рекреаційно-туристичні ресурси як важлива складова туристичного потенціалу території.
10. Основні поняття про рекреаційні ресурси і послуги.
11. Властивості та характеристики рекреаційно-туристичних ресурсів.

Контрольні запитання та завдання.

1. В чому полягає суть поняття «Туристичний ринок» за Любіцевою О.О.?
2. Назвіть основні критерії сегментації ринку рекреаційно-туристичних послуг?
3. Зобразіть логічну схему функціонування ринку рекреаційно-туристичних послуг?
4. Що виступає туристичним продуктом на ринку рекреаційно-туристичних послуг?
5. Назвіть виробників рекреаційно-туристичних послуг?

6. Хто є споживачами рекреаційно-туристичних послуг?
7. Назвіть посередників між виробниками і споживачами рекреаційно-туристичних послуг?
8. Які Ви знаєте туристичні підприємства?
9. Туроператорська фірма (туроператор) це?
10. Чим займається туроператорська фірма (туроператор)?
11. Назвіть критерії класифікації туристичних підприємств і організацій.
12. Що таке попит на ринку рекреаційно-туристичних послуг?
13. Що таке пропозиція на ринку рекреаційно-туристичних послуг?

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. За національно-територіальною ознакою туристичні підприємства поділяють на міжнародні, національні і локальні. Які є найбільші міжнародні туристичні корпорації на світовому ринку?
2. Які українські національні потужні туристичні компанії конкурують на ринку?
3. Які туристичні підприємства відносяться до локальних?

Семінарське заняття 2

Ринок рекреаційно-туристичних послуг та його територіальна організація

1. Ринок послуг в структурі світового господарства.
2. Характеристика складових світового ринку.
3. Структура невиробничої сфери.
4. Підходи до трактування сутності поняття “послуга”.
5. Основні класифікації послуги, їх характеристики.
6. Специфічні риси туристичної послуги.

7. Туристичний продукт в системі експортно-імпортних зв'язків.
8. Взаємодія туристичного ринку і території.
9. Процес забезпечення потреб населення в послугах.
10. Стадії туристичного обслуговування.

Контрольні запитання та завдання.

1. За якими ознаками виокремлюють ринок туристичних послуг?
2. Охарактеризуйте два підходи, які використовують у дослідженні ринку?
3. Що таке «світовий ринок»?
4. Що таке «послуга»?
5. Що таке «рекреація»?
6. Що є суб'єктами ринкових відносин?
7. Як поділяють світовий ринок за територіальним критерієм?
8. Охарактеризуйте структуру невиробничої сфери.
9. Назвіть основні класифікації послуг.
10. Що виступає характерними ознаками ринку послуг?
11. Які є стадії туристичного обслуговування?
12. За якими ознаками можна структурувати рекреаційно-туристичний ринок?
13. В чому полягає таксономічна система рекреаційних районів?
14. Розкрийте сутність поняття «територіальна організація рекреаційно-туристичного ринку».
15. Які процеси обумовлюють моделювання національного рекреаційно-туристичного ринку?

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Як сучасні тенденції розвитку світового ринку проявляються на ринку рекреаційно-туристичних послуг?

2. Які характерні ознаки вирізняють рекреаційно-туристичну послугу і дозволяють розглядати туристичний ринок як галузеву складову світового ринку рекреаційно-туристичних послуг?
3. Розкрийте механізм формування геопросторової структури туристичного ринку і назвіть ознаки окремих її елементів.
4. За якими критеріями формуються субринки? Наведіть класифікацію субринків.

Семінарське заняття 3

Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг

1. Формування національного рекреаційно-туристичного ринку.
2. Поняття “індустрія туризму”.
3. Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс.
4. Структура індустрії туризму.
 - 4.1. *Організаційно-інституційна підсистема*
 - 4.2. *Функціонально-господарська підсистема*
 - 4.3. *Територіально-господарська підсистема*
5. Туристичні ресурси та їх класифікація.
6. Зв’язок індустрії туризму з господарським комплексом території.
7. Взаємозв’язок туризму з національною економікою.
8. Чинники формування національного ринку рекреаційно-туристичних послуг.

Контрольні запитання та завдання.

1. Що таке «індустрія туризму» і в чому її «індустріальність»?
2. Чому індустрія туризму є міжгалузевим комплексом?
3. За якими принципами структурується індустрія туризму?

4. В чому полягає державна туристична політика?
5. Що лежить в основі формування туристичної галузі?
6. Розкрийте роль гостинності у функціонуванні ринку рекреаційно-туристичних послуг.
7. Які підходи можна застосувати до класифікації туристичних ресурсів?
8. В чому сутність цілісного підходу до класифікації туристичних ресурсів?
9. Розкрийте роль функціонального підходу до класифікації туристичних ресурсів.
10. Розкрийте взаємозв'язок індустрії туризму з господарським комплексом території.

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Розкрийте сутність і роль організаційно-інституційної підсистеми у функціонуванні індустрії туризму і формуванні національного рекреаційно-туристичного ринку.
2. Розкрийте механізм формування територіально-господарської підсистеми у складі індустрії туризму.
3. Які з чинників формування національного рекреаційно-туристичного ринку можна віднести до стимулюючих розвиток, а які до лімітуючих?

Семінарське заняття 4
Національні рекреаційно-туристичні ринки:
структура та типологія.

1. Класифікаційні ознаки рекреаційно-туристичного ринку.
2. Типологія національних рекреаційно-туристичних ринків.
3. Типи національних туристичних ринків:
 - A. Високоінтенсивні.
 - B. Стабілізовані.
 - B. Реформовані.
 - Г. Акумуляюючі.

Дослідження ринку рекреаційно-туристичних послуг:
методичні засади

1. Застосування загальнонаукових, міждисциплінарних і спеціальних методів.
2. Парадигми дослідження рекреаційно-туристичного ринку.
3. Структурно-логічна схема суспільно-географічного дослідження рекреаційно-туристичного ринку.

Контрольні запитання та завдання.

1. Наведіть класифікацію туризму за метою подорожі.
2. На підставі яких ознак туризм поділяють на міжнародний та внутрішній?
3. Що являє собою типологія як загальнонауковий підхід?
4. Розкрийте механізм функціонування національних туристичних ринків реформованого типу.
5. Які ознаки вирізняють туристичний ринок акумулюючого типу?
6. Розкрийте механізм функціонування національних туристичних ринків реформованого типу.

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Назвіть типологічні ознаки національних туристичних ринків і поясніть чому саме вони покладені в основу типології національних рекреаційно-туристичних ринків?
2. Розкрийте механізм функціонування національних туристичних ринків високоінтенсивного типу.

Семінарське заняття 5
Методика макрорегіональних досліджень
туристичного ринку

1. Методика дослідження рекреаційно-туристичного ринку макрорівня.
2. Схема макродослідження туристичного ринку.
3. Характер туристичного процесу та його територіальна диференціація як основа макрорегіонального аналізу.
4. Мета, одиниця та механізм макрорегіонального аналізу.
5. Туристичні макрорегіони: Європа, Америка, Африка, Східна Азія і Тихоокеанській басейн, Близький Схід, Південна Азія.
6. Принципи делімітації глобальних форм територіальної організації світового туристичного ринку.

Методика дослідження національного
рекреаційно-туристичного ринку

1. Методика дослідження національного рекреаційно-туристичного ринку.
2. Дослідження зовнішньої і внутрішньої функції національного ринку туристичних послуг.
3. Методика дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг.
4. Парадигми дослідження рекреаційно-туристичного ринку.

5. Структурно-логічна схема суспільно-географічного дослідження туристичного ринку.
6. Модель реалізації компонентного системно-структурного просторово-часового аналізу регіонального рекреаційно-туристичного ринку.
7. Принципова модель дослідження рекреаційно-туристичного ринку.
8. Дослідження стану і напрямів розвитку національного ринку як складової регіонального та глобального ринків туристичних послуг.
9. Дослідження мікрорівня.

Контрольні запитання та завдання.

1. Які аспекти ринкової діяльності повинні відображати показники, підібрані для оцінки конкурентного середовища ринкової діяльності туристичного підприємства?
2. В чому полягає методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства?
3. Розкрийте сутність системної парадигми і її застосування у дослідженні ринку рекреаційно-туристичних послуг.
4. У чому сутність процесуальної парадигми?
5. Чим обумовлене застосування хорологічної парадигми у дослідженні туристичного ринку?
6. В чому полягає процедура компонентного просторово-часового аналізу туристичного ринку?
7. Основні етапи дослідження національного рекреаційно-туристичного ринку.
8. На яких принципах ґрунтується делімітація глобальних форм територіальної організації світового туристичного ринку?
9. Назвіть 6 макрорегіонів, виділених Всесвітньою туристичною організацією (ВТО) за географічним

принципом та подібністю формування і функціонування національних індустрій туризму.

10. Що є метою макрорегіонального аналізу?

11. Що виступає одиницею макрорегіонального аналізу?

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Розкрийте сутність інформаційного забезпечення маркетингових досліджень рекреаційно-туристичного ринку.
2. Розкрийте роль оцінки характеру впливу умов та чинників на ринкові процеси в Україні.
3. Які методи використовують при аналізі функціонування рекреаційно-туристичного ринку? Розкрийте їхню сутність.
4. Розкрийте характерні риси дослідження ринку рекреаційно-туристичних послуг на макрорегіональному дослідженні.
5. Розкрийте суть характеру туристичного процесу та його територіальної диференціації.
6. Охарактеризуйте схему макродослідження туристичного ринку.
7. Охарактеризуйте методику дослідження туристичного ринку макрорівня.

Семінарське заняття 6

Умови і чинники формування попиту

1. Класифікація умов і чинників, їх вплив на формування попиту та послуги туризму.
 - 1.1. Соціально-економічні умови
 - 1.2. Природні та екологічні умови
2. Характеристика туристичного попиту.
3. Поведінка споживачів.

4. Стиль життя як інтегральний чинник туристичного попиту.
5. Мотиваційні пріоритети та процес прийняття рішень.
 - 5.1. Мотиваційні пріоритети.
 - 5.2. Процес прийняття рішень.
6. Типи і характерні ознаки поведінки споживачів рекреаційно-туристичних послуг.

Контрольні запитання та завдання.

1. Як можна класифікувати чинники, що впливають на формування попиту на послуги туризму?
2. Які чинники визначають ринкову поведінку споживача на туристичному ринку?
3. Дайте визначення поняття «мотивація».
4. Які Ви знаєте теорії мотивації?

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Дайте характеристику типів ринкової поведінки споживачів на туристичному ринку.
2. Охарактеризуйте піраміду потреб Абрагама Маслоу.
3. Назвіть умови та чинники формування попиту.
4. Охарактеризуйте структуру витрат туриста.

Семінарське заняття 7

Тур як основний ринковий продукт

1. Поняття та класифікація турів.
2. Принципи та методика розробки турів.
3. Види маршрутів. Схеми. Приклади.
4. Розрахунок вартості туру.
5. Основні етапи з просування туру на ринок.
6. Ринкова стратегія виробника.
7. Життєвий цикл турпродукту.

Контрольні запитання та завдання.

1. На яких ознаках ґрунтується класифікація турів?
2. Чим обумовлений вибір маршруту?
3. Які схеми маршрутів Ви знаєте?
4. Як складається програма туру?
5. В чому полягають організаційно-технічні заходи з забезпечення функціонування туру?

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Обґрунтуйте, чому саме тур є основним ринковим продуктом у туризмі?
2. Охарактеризуйте життєвий цикл турпродукту.
3. Назвіть основні етапами з просування туру на ринок.
4. Що таке ціноутворення?

Семінарське заняття 8
Регіональні особливості споживання
рекреаційно-туристичних послуг

1. Рекреаційно-туристичне споживання як результат ринкової діяльності.
2. Обсяг і структура рекреаційно-туристичного споживання.
3. Співвідношення попиту й пропозиції.
4. Стан рівноваги на ринку рекреаційно-туристичних послуг.
5. Макрорегіональний аналіз туристичного споживання.
6. Динаміка міжнародних туристичних потоків.
7. Регіональна структура туризму.
8. Показники розвитку міжнародного туризму.
9. Споживання рекреаційно-туристичних послуг в Україні.

Контрольні запитання та завдання.

1. Назвіть характерні риси рекреаційно-туристичного споживання.
2. Чим обумовлений обсяг та структура рекреаційно-туристичних витрат?
3. Макрорегіональні відміни у характері споживання туристичних послуг.
4. Характеристика ринку міжнародного туризму в Україні.

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Проаналізуйте динаміку міжнародних туристичних потоків за останні 10 років.
2. Чи відбуваються зростання надходжень від туризму?
3. Як виглядає регіональна структура туризму (в розрізі регіонів ВТО)?

3. Практична частина

Індивідуальне науково-дослідне завдання 1. Аналіз функціонування ринку рекреаційно-туристичних послуг досліджуваної області.

Завдання для практичної роботи:

Дослідити ринок рекреаційно-туристичних послуг однієї з областей України (за вибором) згідно поданого, нижче, плану. Проаналізувати динаміку туристичних потоків в регіоні, середні витрати туриста за час перебування в обраній області тощо. Індивідуальне завдання виконується впродовж семестру.

Звітність:

Підготувати матеріал обсягом до 20 стор. друкованого тексту, оформленого згідно обговорених вимог, з доповіддю на занятті.

План для написання ІНДЗ

1. ЧИИННИКИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ РИНКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ДОСЛІДЖУВАНОЇ ОБЛАСТІ

- 1.1. Демографічні чинники впливу на формування ринку рекреаційно-туристичних послуг.
- 1.2. Соціально-економічні чинники впливу на формування ринку рекреаційно-туристичних послуг.
- 1.3. Природні та історико-культурні туристичні ресурси досліджуваної області.
- 1.4. Інфраструктурні туристичні ресурси досліджуваної області.

2. АНАЛІЗ РИНКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ДОСЛІДЖУВАНОЇ ОБЛАСТІ

- 2.1. Туристичні потоки (в'їзні, виїзні, внутрішні) досліджуваної області за останні роки.
- 2.2. Географія відвідувачів.
- 2.3. Мета поїздки.
- 2.4. Перелік найбільш відвідуваних екскурсійних об'єктів в області.
- 2.5. Середні витрати туриста за час перебування в області.
- 2.6. Рейтинг досліджуваної області серед інших областей України.
- 2.7. Суб'єкти туристичних послуг (кількість туроператорів, турагенств, екскурсійних бюро, готелів та закладів харчування тощо).
- 2.8. Аналіз динаміки кількості (зростання/зменшення) суб'єктів туристичної діяльності.
- 2.9. Інша важлива інформація.

3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ДОСЛІДЖУВАНІЙ ОБЛАСТІ

- 3.1. Напрями підвищення ефективності ринку рекреаційно-туристичних послуг.
- 3.2. Інноваційні форми організації туристичної діяльності в досліджуваній області.

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

4. Перелік запитань на іспит

1. Поняття «Туристичний ринок».
2. Поняття «Рекреаційна послуга».
3. Поняття «Ринок рекреаційно-туристичних послуг».
4. Внутрішні чинники формування національного рекреаційно-туристичного ринку.
5. Зовнішні чинники формування національного рекреаційно-туристичного ринку.
6. Класифікація туристичних ринків в залежності від мети подорожі.
7. Класифікація туристичних ринків за державною ознакою.
8. Типи національних туристичних ринків.
9. Для яких країн характерні високоінтенсивні типи національних туристичних ринків?
10. Для яких країн характерні стабілізовані типи національних туристичних ринків?
11. Для яких країн характерні реформовані типи національних туристичних ринків?
12. Для яких країн характерні акумулюючі типи національних туристичних ринків?
13. Об'єктивні умови формування туристичного попиту.
14. Суб'єктивні умови формування туристичного попиту.
15. Поняття «Світовий ринок».
16. Структура світового ринку.
17. Структура невиробничої сфери.
18. Поняття «Ринок послуг».
19. Поняття «Послуга» та основні класифікації послуг.

20. Міжнародні класифікаційні групи послуг.
21. Специфічні риси туристичних послуг.
22. Що називається туристичним продуктом?
23. Сегментування туристичного ринку.
24. Територіальна структура туристичного ринку.
25. Ієрархічні рівні геопросторової організації туризму.
26. Механізм формування та функціонування місцевого туристичного ринку.
27. Поняття «Індустрія туризму».
28. Структури індустрії туризму.
29. Класифікація засобів розміщення.
30. Транспортні послуги в туризмі.
31. Екскурсійні послуги в туризмі.
32. Послуги дозвілля в туризмі.
33. Класифікація рекреаційних ресурсів.
34. Класифікація туристичних ресурсів.
35. Класифікація природних туристичних ресурсів.
36. Класифікація інфраструктурних туристичних ресурсів.
37. Класифікація історико-культурних туристичних ресурсів.
38. Застосування загальнонаукових, міждисциплінарних і спеціальних методів.
39. Парадигми дослідження рекреаційно-туристичного ринку.
40. Структурно-логічна схема суспільно-географічного дослідження туристичного ринку.

41. Модель реалізації компонентного системно-структурного просторово-часового аналізу регіонального туристичного тинку.
42. Принципова модель дослідження туристичного ринку.
43. Макродослідження.
44. Визначення специфіки функціонування національних і внутрінаціональних ринкових структур.
45. Дослідження мікрорівня.
46. Схема макродослідження туристичного ринку.
47. Мета макрорегіонального аналізу.
48. Визначення характеру туристичного процесу та його територіальна диференціація як основа макрорегіонального аналізу.
49. Одиниця макрорегіонального аналізу.
50. Механізм макрорегіонального аналізу.
51. Принципи делімітації глобальних форм територіальної організації світового туристичного ринку.
52. Оцінка умов і чинників функціонування національного ринку туристичних послуг.
53. Дослідження зовнішньої функції національного ринку туристичних послуг.
54. Методика дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг.
55. Комплексний аналіз національного туристичного ринку.
56. Показники та методика.
57. Оцінка розвитку туристичної галузі.
58. Ємність туристичного ринку.

59. Напрями розвитку та стимулювання ринкової діяльності.
60. Туристична політика.
61. Державне регулювання туристичної сфери.
62. Класифікація умов і чинників, їх вплив на формування попиту та послуги туризму.
63. Характеристика туристичного попиту.
64. Поняття «Туристичний попит».
65. Структура витрат туриста.
66. Критерії класифікації стилів життя.
67. Процес прийняття рішення про придбання туру складається з...?
68. Тип і характерні ознаки поведінки споживачів туристичних послуг.
69. Функції туристичного бізнесу як складової економічного комплексу країни.
70. Туристичне споживання як результат ринкової діяльності.
71. Обсяг туристичного споживання.
72. Структура туристичного споживання.
73. Етапи витрат туриста.
74. Схема реалізації рекреаційно-туристичних послуг і товарів у міжнародному туризмі.
75. Співвідношення попиту й пропозиції.
76. Правило Вальраса.
77. Стан рівноваги на ринку турпослуг.
78. Макрорегіональний аналіз рекреаційно-туристичного споживання.

- 79. Показники розвитку міжнародного туризму.
- 80. Динаміка міжнародних туристичних потоків.
- 81. Регіональна структура туризму.

5. Теми для самостійної роботи студентів

- 1. Прояв дії загальних законів в туризмі.
- 2. Суспільний феномен
- 3. Туризмологія – науковий напрямок дослідження туризму.
- 4. Закономірності формування ринку рекреаційно-туристичних послуг.
- 5. Туризм як геопросторовий процес і його специфічні ознаки.
- 6. Суспільно-географічні закони і закономірності в туризмі.
- 7. Закономірності геопросторової організації рекреаційно-туристичного ринку.
- 8. Роль закону абсолютних переваг у функціонуванні туристичного ринку.
- 9. Роль закону відносних переваг у функціонуванні рекреаційно-туристичного ринку.
- 10. Роль закону попиту у функціонуванні рекреаційно-туристичного ринку.
- 11. Сутність туристичного процесу і його характерні риси.
- 12. Кон'юнктура туристичного ринку та класифікація її видів.
- 13. Сутність і завдання кон'юнктурних досліджень.
- 14. Послідовність дослідження кон'юнктури ринку.
- 15. Характеристика кон'юнктурних показників.
- 16. Прогнозування кон'юнктури ринку.

Ринок рекреаційно-туристичних послуг : методичні вказівки

Навчально-методичне видання

Марта Мальська, Анна Красько

Ринок рекреаційно-туристичних послуг

Для студентів спеціальності
242 Туризм і рекреація

Львівський національний університет імені Івана Франка
Україна, 79000, Львів, вул. П. Дорошенка, 41