

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 самостійної роботи студентів другого (магістерського) рівня підготовки спеціальності 242 «Туризм і рекреація» – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2024. – 54 с.

У методичних вказівках подано силабус курсу «Ринок рекреаційно-туристичних послуг», рекомендовану літературу, систему оцінювання знань студентів, тематику для самостійної роботи студентів, контрольні запитання та завдання, перелік тем для рефератів та питань 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 № 7 від 26 червня 2024 р.

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

Зміст

	с.
1. Загальні особливості курсу	4
1.1. Опис навчальної дисципліни	6
1.2. Схема курсу	16
1.3. Література для вивчення дисципліни	24
2. Самостійна робота.....	33
2.1. Завдання для самостійної роботи студентів	
2.2. Контрольні запитання для самоперевірки	
3. Практична частина самостійної роботи (ІНДР).....	44
4. Перелік питань на іспит	49
5. Теми для написання ЕСЕ.....	53

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 профільно 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).

Згідно з програмою курсу «Ринок рекреаційно-туристичних послуг» студенти повинні засвоїти та опрацювати тематику двох основних модулів: науково-теоретичні та методичні основи дослідження ринку рекреаційно-туристичних послуг та геопросторову організацію туристичного процесу.

В даному методичному виданні кінці кожної теми розміщені питання та завдання для самостійного ознайомлення студентами з вказаною літературою. завданнями для самостійної роботи студента, контрольні запитання для самоперевірки. Ці запитання та завдання дають змогу перевірити власні знання з курсу відповідно до програми, а також систематизувати основні положення і фактичні відомості під час роботи з літературою.

Основне, про що мають пам'ятати студенти: самостійна робота полягає у закріпленні та розширенні знань, отриманих на лекціях та практично-семінарських заняттях, а інколи – у безпосередньому доповненні лекцій, у процесі роботи з літературними джерелами, статистичними довідниками, картографічним матеріалом тощо. Список рекомендованої літератури подається в кінці кожного практичного чи семінарського заняття. Також є перелік тем для написання ЕСЕ, що є позитивною складовою вивчення будь-якого навчального курсу.

Вивчення курсу «Ринок туристичних послуг» дає змогу студентам розширити уявлення про геопросторові аспекти розвитку туризму, специфіку формування та механізми функціонування територіальних ринків рекреаційно-туристичних послуг різного ієрархічного рівня.

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; опрацювати законодавчі і нормативні акти, статистичну інформацію, навчальну літературу періодичних видань;
- застосувати набуті знання на туристичних підприємствах.

Компетенції згідно освітньої програми:

Інтегральна компетентність:

- ✓ Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у туризмі та рекреації.

Загальні компетентності:

- ✓ ЗК 7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні (фахові) компетентності:

- ✓ СК3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.
- ✓ СК4. Здатність організувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду.
- ✓ СК6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.
- ✓ СК7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

Програмні результати навчання:

- ✓ РН4. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості. РН5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

- ✓ РН6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.
- ✓ РН7. Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.
- ✓ РН8. Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів.
- ✓ РН11. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проєктів у сфері туризму і рекреації.
- ✓ РН12. Аналізувати мінливість середовища туристичного ринку задля вироблення швидких, оптимальних управлінських рішень;
- ✓ РН13. Вміти розробляти, втілювати та управляти бізнес проєктами у туризмі та рекреації.
- ✓ РН14. Організовувати діяльність у сфері оздоровчого туризму.

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.
- ✓ Екзамен – 50 % семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 50.

Підсумкова максимальна кількість балів – 100.

№ з/п	<p style="text-align: center;">Види робіт. Критерії оцінювання знань студентів</p>	<p style="text-align: center;">Максимальна кількість балів</p>
1. Бали поточної успішності за участь у практичних заняттях		
Критерії оцінювання		5 балів
<p>студент в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.</p>		5
<p>студент достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.</p>		4

студент в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.	3
студент не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.	2
студент частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.	1
студент не володіє матеріалом	0
<i>Максимальна кількість балів за участь у 4 практичних заняттях</i>	40 балів
2. Самостійна робота студентів (СРС)	
Критерії оцінювання	2 бали
Самостійна робота студентів, яка передбачена в темі поряд з аудиторною роботою, оцінюється під час поточного контролю теми на відповідному занятті. Засвоєння тем, які виносяться лише на самостійну	2

роботу контролюється при підсумковому семестровому контролі.	
3. Індивідуальна науково-дослідна робота студента (ІНДР)	
Критерії оцінювання	5 балів
Робота виконана та захищена згідно графіка, з поясненнями та висновками і в повному обсязі	5
робота захищена, але виконана частково, з порушенням термінів або вимог	4
робота не захищена та виконана частково, з порушенням термінів або вимог	3
роботане захищена та виконана з порушення методичних рекомендацій	1-2
робота не виконана.	0
4. Додаткові бали	
Критерії оцінювання	3 бали
Нарахування додаткових балів відбувається за написання тез доповідей / участь у діяльності наукового гуртка /участь у наукових семінарах та круглих столах /участь у заходах неформальної освіти (за отримання сертифікатів про проходження навчання на різних освітніх платформах (Coursera, Prometheus тощо)	3
Максимальна кількість балів за поточний контроль	50 балів
5. Екзамен	
Критерії оцінювання	50 балів
Кожен екзаменаційний білет складається із завдань трьох рівнів складності.	10 балів максимум

<p>1. Перший рівень (завдання 1) – завдання із вибором відповіді – тестові завдання (10 завдань по 1 балу максимум).</p> <p>Завдання з вибором відповіді вважається виконаним правильно, якщо в картці тестування записана правильна відповідь.</p>	
<p>2. Другий рівень (завдання 2) – завдання з короткою відповіддю (5 завдань по 4 бали максимум).</p> <p>Завдання з короткою відповіддю вважається виконаним правильно, якщо студент дав вірні визначення, посилання, тлумачення, короткі коментарі.</p>	<p>20 балів максимум</p>
<p>3. Третій рівень (завдання 3) – завдання з розгорнутою відповіддю (повне обґрунтування відповіді) (2 завдання по 10 балів максимум).</p> <p>В цих завданнях потрібно зробити послідовні, логічні пояснення, наприклад, чинники, які впливають на територіальну організацію ринку рекреаційно-туристичних послуг досліджуваної області тощо.</p>	<p>20 балів максимум</p>
<p><i>Поточний та підсумковий контроль</i></p>	<p>РАЗОМ – 100 балів</p>

Підсумкова оцінка за семестр є сумою оцінок, отриманих студентом за поточне оцінювання на практичних заняттях, оцінки за підсумковий контроль знань та компетентностей студентів у вигляді семестрового екзамену, оцінок за СРС, ІНДР, додаткові бали. Максимальна семестрова оцінка становить 100 балів (50 балів поточний контроль та 50 балів екзамен).

Письмові роботи: Очікується, що студенти виконають декілька видів письмових робіт (ІНДЗ і три практичні роботи протягом семестру).

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 чи обману.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.

Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.

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.	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.	Лекція, дискусія.	
2.	Тема 2. Рекреаційно-туристичні ресурси як важлива складова туристичного потенціалу території. Основні поняття про рекреаційні ресурси і послуги. Властивості та характеристики рекреаційно-туристичних ресурсів.	Лекція, дискусія.	
	Тема 1. Поняття, структура та функції ринку рекреаційно-туристичних послуг. Тема 2. Рекреаційно-туристичні	Семінарське заняття №1	2 тижні

	ресурси як важлива складова туристичного потенціалу території.		
3.	Тема 3-4. Ринок рекреаційно-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.	Лекція, дискусія.	
4.	Продовження теми 3-4. 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	Лекція, дискусія.	
5.	Тема 3-4. Ринок рекреаційно-туристичних послуг та його територіальна організація.	Семінарське заняття №2	2 тижні

6.	<p>Тема 5-6. Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг. Формування національного 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. 	Лекція, дискусія.	
7.	<p>Продовження теми 5-6. Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг. 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>	Лекція, дискусія.	
8.	<p>Тема 5-6. Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг.</p>	Семінарське заняття №3	2 тижні
9.	<p>Тема 7. Національні рекреаційно-туристичні ринки: структура та типологія. Класифікаційні ознаки рекреаційно-туристичного ринку. Типологія національних</p>	Лекція, дискусія.	

	рекреаційно-туристичних ринків. Типи національних туристичних ринків: А. Високоінтенсивні. Б. Стабілізовані. В. Реформовані. Г. Акумуляючі.		
10.	Тема 8. 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.	
11.	Тема 7. Національні рекреаційно-туристичні ринки: структура та типологія. Тема 8. Дослідження ринку рекреаційно-туристичних послуг: методичні засади.	Семінарське заняття №4	2 тижні
12.	Тема 9. 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.	Лекція, дискусія.	

	<p>Мета, одиниця та механізм макрорегіонального аналізу. Туристичні макрорегіони: Європа, Америка, Африка, Східна Азія і Тихоокеанській басейн, Близький Схід, Південна Азія. Принципи делімітації глобальних форм територіальної організації світового туристичного ринку.</p>		
13.	<p>Тема 10. 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.</p>	<p>Лекція, дискусія.</p>	
14.	<p>Тема 9. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку.</p> <p>Тема 10. Методика дослідження національного рекреаційно-туристичного ринку.</p>	<p>Семінарське заняття №5</p>	<p>2 тижні</p>

15.	<p>Тема 11. Умови і чинники формування попиту. Класифікація умов і чинників, їх вплив на формування попиту та послуги туризму:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Соціально-економічні умови; -Природні та екологічні умови. <p>Характеристика туристичного попиту. Поведінка споживачів. Спосіб життя як інтегральний чинник туристичного попиту. Мотиваційні пріоритети та процес прийняття рішень. Типи і характерні ознаки поведінки споживачів рекреаційно-туристичних послуг.</p>	Лекція, дискусія.	
16.	<p>Тема 12. 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.	
17.	<p>Тема 11. Умови і чинники формування попиту.</p> <p>Тема 12. Складання туру рекреаційно-туристичними центрами в межах досліджуваної області.</p>	Практична робота 1. Доповідь, презентація, обговорення.	2 тижні
18.	<p>Тема 13-14. Регіональні особливості споживання рекреаційно-туристичних послуг. Рекреаційно-</p>	Лекція, дискусія.	

	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 Україні.		
19.	<i>Продовження теми 13-14. 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.	
20.	<i>Тема 13-14. Регіональні особливості споживання рекреаційно-туристичних послуг (зображення на картосхемі).</i>	Практична робота 2. Доповідь, презентація, обговорення.	2 тижні
21.	<i>Тема 15. 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	Лекція, дискусія.	

	концентрація туристичного попиту. Туристичні потоки, загальні тенденції переміщень. Зони туристичного попиту.		
22.	Тема 15. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту. Тема практичної роботи 3. Динаміка туристичних потоків в розрізі областей України за остання 5 років.	Практична робота 3. Доповідь, презентація, обговорення.	2 тижні
23.	Тема 13. Аналіз ринку рекреаційно-туристичних послуг України. 1.Чинники, які впливають на територіальну організацію ринку рекреаційно-туристичних послуг області. 1.1.Демографічні чинники формування ринку туристичних послуг. 1.2. Соціально-економічні чинники формування ринку туристичних послуг. 1.3. Природні та історико-культурні туристичні ресурси області. 1.4. Інфраструктурні туристичні ресурси. 2.Оцінка формування туристичних потоків в регіоні. 3.Аналіз розвитку туристичного бізнесу області.	Лекція, дискусія.	
24.	Теми 16. ІНДЗ. Аналіз ринку рекреаційно-туристичних послуг (на прикладі однієї з адміністративних областей України).	ІНДЗ	Протягом семестру

Література для вивчення дисципліни:

Основна:

1. *Бейдик О. О.* Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2003. – 395 с.
2. *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.
3. *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.
4. *Гонтаржевська Л. І.* Ринок туристичних послуг в Україні / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
5. *Горіна Г.О.* Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: монографія / Г.О. Горіна. – Кривий Ріг : Видавець ФОП Чернявський Д.О., 2016. – 305 с.
6. *Заблоцька Р. О.* Світовий ринок послуг : підручник / Заблоцька Р. О. – К.: Знання, 2004.-280 с.
7. *Дехтяр Н. А.* Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. – 470 с.
8. *Красько А.Б., Бережна Ю.І.* Природні та історико-культурні ресурси як чинник впливу на формування ринку туристичних послуг Словаччини // *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки».* – 2024. – № 8(88). <http://geography.lnu.edu.ua>
9. *Красько А.Б., Майовець М.І.* Шляхи підвищення якості рекреаційно-туристичних послуг Львівської області //

- Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». – 2024. – № 8(88).
<http://geography.lnu.edu.ua>
10. *Krasko A.* Extrapolation of trends as a method for forecasting tourist flows in Ukraine / Munkachii I., Hrytsyshyn A., Bilous S., Masiuk Y., Krasko A., Petruk N. // Multidisciplinary international journal “Věda a perspektivy”. – International Institute of Economics, Czech Republic. – 2022. – № 2(9). – P. 50-63.
<https://geography.lnu.edu.ua/employee/hovalko-anna-bohdanivna>
 11. *Красько А.Б.* Підвищення конкурентних переваг готельно-ресторанних та туристичних підприємств за допомогою методів менеджменту / Білоус С.В., Красько А.Б., Безручко Л.С. // «Економіка та суспільство», Одеса. – 2021 – №23.
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-23-22>
 12. *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
<https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/01/Неографія-turyzm-2018-11.pdf>
 13. *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. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-10-86-52>
 14. *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
 15. *Красько А.Б.* Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: досвід Ізраїлю для України / А.Б. Красько, С.В. Білоус, І.С. Пурська // Матеріали XII Міжнародної наукової конференції присвяченої 15-річчю кафедри туризму «Географія, економіка і

- туризм: національний та міжнародний досвід». – Львів, 2018. – С. 41-43
16. *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
<http://molodyvcheny.in.ua/files/conf/eko/44sept2020/24.pdf>
 17. *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.
 18. *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.
 19. *Красько А.Б., Лукач М., Білоус С.В., Грицишин А.Т.* Перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму Львівської області у воєнний та поствоєнний період. Можливості і виклики / А.Б.Красько, М. Лукач, С.В.Білоус, А.Т. Грицишин // Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали XVI наукової конференції з міжнародною участю. – Львів, 2022. – С. 140-144.
 20. *Красько А.Б., Козій О.О.* Тенденції розвитку сільського туризму в Республіці Болгарія / А.Б. Красько, О.О. Козій // Матеріали XV Міжнародної наукової конференції «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід» – Львів, 2021. – С.134-138.
 21. *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.
22. *Любіцева О.О.* Ринок туристичних послуг. – К.: «Альтпрес», 2002. – 436 с.
23. *Любіцева О.О.* Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : навч. посібник. – 2-е вид., перероб. та доп. – К.: «Альтпрес», 2003. – 436 с.: іл., картосхеми.
24. *Любіцева О.О.* Ринок туристичних послуг. – К.: «Альтпрес», 2002.
25. *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.
26. *Мальська М. П.* Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М.П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, – 661 с.
27. *Мальська М. П.* Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика): монографія / М. П. Мальська. – Київ : Знання, 2009. – 363 с.
28. *Мальська М. П.* Організація туристичного обслуговування : підручник / М. П. Мальська, В. В. Худо, Ю. С. Занько. – К. : Знання, 2011. – 275 с.
29. *Марта Мальська, Наталія Паньків.* Туристично-ресурсний потенціал території : підручник / Марта Мальська, Наталія Паньків. – Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. – 534 с.
30. *Мальська М. П.* Організація туристичного обслуговування : підручник / М. П. Мальська, В. В. Худо, Ю. С. Занько. – К. : Знання, 2011. – 275 с.
31. *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.
32. *Мальська М. П.* Світовий досвід розвитку туризму. **Підручник** / М. П. Мальська, Н. М. Паньків, А.Б. Ховалко. – Київ : «Центр учбової літератури», 2017. – 244 с.

<http://geography.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2020/04/SVITOVY-Y-DOSVID-ROZVYTKU-TURYZMU.pdf>

33. *Мальська М.П., Красько А.Б.* 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.
https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/07/Malska_Krasko-Rynok-rekreats-tur.poslulh_book_2024.pdf
34. *Мальська М.П., Красько А.Б.* Ринок рекреаційно-туристичних послуг: **методичні вказівки** для самостійної роботи студентів другого (магістерського) рівня підготовки спеціальності 242 «Туризм і рекреація» – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2024. – 35 с. <http://geography.lnu.edu.ua>
35. *Мальська М.П., Красько А.Б.* Ринок туристичних послуг: навчально-методичні вказівки. – Львів. – 2020. – 101 с.
<http://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Metodychni-materialy-z-Rynku-tur-poslulh.pdf>
36. *Мальська М.П., Красько А.Б.* Моніторинг світового ринку туристичних послуг: **навчально-методичні вказівки**. – Львів. – 2020. – 31 с.
<http://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Metodychni-materialy-z-Monitorynhu-SRTP.pdf>
37. *Паньків Н. М., Красько А.Б.* Туристично-ресурсний потенціал території та його використання: **навчально-методичні вказівки**. – Львів. – 2020. – 90 с. <http://geography.lnu.edu.ua>
38. *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.
39. *Ховалко А.Б., Петлін В.М.* Рекреаційно-туристичний потенціал карстових систем Поділля: **монографія** / В.М. Петлін, А.Б. Ховалко. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2014. – 212 с.

40. Ховалко А.Б. Іноземний досвід регулювання туристичних потоків на території України (на прикладі Польщі) / А.Б. Ховалко, С.І. Корінчук // Матеріали Х Міжнародної наукової конференції «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід». – Львів, 2016. – С.455-459.
41. Ховалко А.Б. Євроінтеграційні можливості туристично-рекреаційного розвитку в Україні / А.Б. Ховалко // Регіон – 2015: стратегія оптимального розвитку / Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. – С. 151-153.
42. Shtoiko P, Olenych I., Kucher P., Tymoshenko L., Krasko A. Ukraine in the spectrum of an international tourism. International Scientific Conference on Social Sciences. – Vienna, Austria (19 – 22 August, 2021). Vol. 8., No 1., P. 127-134
<https://www.sgemsocial.org/index.php/jresearch-article?citekey=Shtoiko20213127134>
DOI: 10.35603/sws.iscss.g2021/s03.11
43. Sylkin O. Modeling the process of applying anti-crisis management in the system of ensuring financial security of the enterprise / O. Sylkin., M. Kryshtanovych, A. Zachepa, S. Bilous, A.Krasko // Business: Theory and Practice, 2019 20 : 446-455.
<https://doi.org/10.3846/btp.2019.41> – **Scopus**

Додаткова:

1. Білоус С.В. Конкуренентоспроможність ресторанної сфери міста Львова на прикладі Холдингу емоцій «!FEST» / С.В.Білоус, А.Т.Грицишин, А.Б.Красько, Ю.О.Масюк // Географія та туризм: Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди / за заг. ред. Лоцмана П. І. Харків: ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2022. – С. 221-230.
<https://dspace.hnpu.edu.ua/bitstreams/9a6583ad-ae50-4f9a-af48-b4c7a31df1cc/download>

2. Білоус С. В. Особливості маркетингу фестивального та замкового туризму Західного регіону України / С. В. Білоус, А. Т. Грицишин, М. І. Філь, А. Б. Красько, Н. М. Петрук // MODERNÍ ASPEKTY VĚDY, 16-th volume of the **international collective monograph**. – International Institute of Economics, Czech Republic. – 2022. – С. 505-513. <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/03/Bilous-Hrytsyshyn-Fil-Krasko-Osoblyvosti-marketynhu-tur-monogr2022.pdf>
3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 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. Красько А.Б., Черній А.О. Природно-ресурсний потенціал розвитку спелеотуризму Поділля / А.Б. Красько, А.О. Черній // Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід» – Львів, 2020. – С.168-173.
6. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В. Ф. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2003. – 300 с.
7. Мальська М. П. Актуальні проблеми управління туристичною індустрією: навчальний посібник / М. П. Мальська, І. С. Пурська. – Львів : Вид. центр ЛНУ, 2006. – 78 с.
8. Мальська М. П. Маркетинг у туризмі : підручник / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк. – Львів : Український бестселер, 2015. –364 с.
9. 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.

10. *Паньків Н.М.* Туристичне ресурсознавство : навч. Посібник / Наталія Паньків. / Львів : Український бестселер, 2011. – 238 с.
11. *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.
12. *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.
13. *Krasko A.* Improving competitiveness of the national tourism industry on the basis of innovative types of tourism (festival, dark and backpacker)/ A.Krasko, S. Bilous, Y. Masiuk, I. Munkachii, N. Petruk // «Стратегії, моделі та технології управління економічними системами в контексті міжнародної економічної інтеграції» : Monograph / edited by authors Bezpartochnyi. – 2 Vol./ ISMA University. – Riga, Latvia : «Landmark» SIA, 2020. – P. 48-61.
14. *Krasko A.* Possibilities of establishing and of speleological National Park // Theoretical and practical aspects of the development of modern science: the experience of countries of Europe and prospects for Ukraine / V.Sytnyk, O. Miroshnyk, V. Timchenko / Monograph /edited by authors. – Riga, Latvia : «Baltija Publishing». – 2018. – P.76-92.
<http://www.baltijapublishing.lv/download/all-science-1/all-science-part-1.pdf>

Інформаційні ресурси:

1. Державний комітет статистики України:
www.ukrstat.gov.ua
2. Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ)
URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
3. Міністерство інфраструктури України
URL: <https://mtu.gov.ua/timeline/Mizhnarodni-zvyazki.html>
4. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>
5. Офіційний сайт порталу відкритих даних Світового банку (World Bank Open Data). URL: <https://data.worldbank.org>
6. Офіційний сайт Статистичної служби ЄС (EUROSTAT).
URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>
7. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC). URL: <https://wttc.org>
8. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80/page>.
9. Туристичний барометр України. URL: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html
10. Про курорти: Закон України від 05.10.2000 р. № 2026-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2026-14>.
11. Академічна доброчесність: інформаційний бюлетень.
<https://www.skeptic.in.ua/bulletin/>

2. Самостійна робота студента

Завдання до теми 1.

Поняття, структура та функції ринку рекреаційно-туристичних послуг

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Зобразіть логічну схему функціонування ринку рекреаційно-туристичних послуг.
2. За національно-територіальною ознакою туристичні підприємства поділяють на міжнародні, національні і локальні. Охарактеризуйте найбільші міжнародні туристичні корпорації на світовому ринку.
3. Охарактеризуйте напрямки діяльності найбільших українських туристичних компаній, які конкурують на ринку?
4. Назвіть туристичні підприємства, які відносяться до локальних?

Контрольні запитання та завдання для самостійної роботи.

1. Що виступає туристичним продуктом на ринку рекреаційно-туристичних послуг?
1. В чому полягає суть поняття «Туристичний ринок» за Любіцевою О.О.?
2. Назвіть основні критерії сегментації ринку рекреаційно-туристичних послуг?
3. Назвіть виробників рекреаційно-туристичних послуг?
4. Хто є споживачами рекреаційно-туристичних послуг?
5. Назвіть посередників між виробниками і споживачами рекреаційно-туристичних послуг?
6. Які Ви знаєте туристичні підприємства?
7. Туроператорська фірма (туроператор) це?

8. Чим займається туроператорська фірма (туроператор)?
9. Назвіть критерії класифікації туристичних підприємств і організацій.
10. Що таке попит на ринку рекреаційно-туристичних послуг?
11. Що таке пропозиція на ринку рекреаційно-туристичних послуг?

Завдання до теми 2.

Рекреаційно-туристичні ресурси як важлива складова туристичного потенціалу території

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Які різновиди туристичних карт Ви знаєте? Назвіть їхні особливості.
2. Які завдання можна вирішити за допомогою туристичних карт?
3. Користуючись переліком головних властивостей туристичних ресурсів, дайте первинну оцінку туристичних ресурсів власного регіону (населеного пункту) проживання, а також визначте їхні важливі характеристики та цільову спрямованість.
4. Проаналізуйте будь-яку туристичну карту або схему (за вибором), послідовно виконуйте завдання. Передусім вкажіть: загальні відомості про карту (назва, рік видання, країна і місце видання, картографована територія, картографічна фабрика, тираж карти, автор, якщо є; тип картографічного видання і причину його вибору; масштаб карти, величину, оптимальність підбору; елементи, легенду, додаткові відомості про карту; картографічне зображення та його властивості; наочність, читабельність, дизайн, технічне оформлення карти; генералізацію і безперервність картографічного зображення; способи картографічного

зображення, умовні знаки; рекреаційні та туристичні об'єкти, які зображено на карті; якісні та кількісні показники, що дають змогу виміряти карту; найбільші недоліки та переваги карти.

5. Користуючись картою, спробуйте скласти туристичний опис зображеної на ній території.

Контрольні запитання та завдання.

1. У чому відображається яскраво виражена ресурсна орієнтація туризму?
2. Як можна визначити поняття «туристичні ресурси»?
3. Як поєднані поняття «туристичні ресурси» і «рекреаційні ресурси»? Що таке «туристична привабливість»?
4. Як класифікують туристичні ресурси вітчизняні спеціалісти?
5. Назвіть принципи виокремлення туристичних ресурсів.
6. Якими властивостями володіють туристичні ресурси?
7. Які вимоги ставлять до туристичних ресурсів?
8. Яка структура та особливості створення кадастру туристичних ресурсів?
9. Як можна охарактеризувати туристичні ресурси?
10. Що таке соціально-економічні туристичні ресурси?
11. Чим відзначається ємність інформаційних ресурсів?
12. Як визначають поняття «карта» і «туристична карта»?
13. Яке значення карт для туристичного бізнесу?
14. Як класифікують туристичні карти?

Завдання до теми 3-4.

Ринок рекреаційно-туристичних послуг та його територіальна організація

Завдання для самостійної роботи студентів.

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

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 до теми 5-6.

Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг

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?
4. Розкрийте роль гостинності у функціонуванні 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. Які підходи можна застосувати до класифікації туристичних ресурсів?
7. В чому сутність цілісного підходу до класифікації туристичних ресурсів?
8. Розкрийте роль функціонального підходу до класифікації туристичних ресурсів.
9. Розкрийте взаємозв'язок індустрії туризму з господарським комплексом території.

Завдання до теми 7.
Національні рекреаційно-туристичні ринки:
структура та типологія.

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.

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 до теми 8.
Дослідження ринку рекреаційно-туристичних послуг:
методичні засади

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Які методи використовують при аналізі функціонування туристичного ринку? Розкрийте їхню сутність.
2. Розкрийте характерні риси дослідження ринку туристичних послуг на макрорегіональному дослідженні.

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?

**Завдання до теми 9.
Методика макрорегіональних досліджень
туристичного ринку**

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Розкрийте суть характеру туристичного процесу та його територіальної диференціації.
2. Охарактеризуйте схему макродослідження туристичного ринку.
3. Охарактеризуйте методику дослідження туристичного ринку макрорівня.
4. Розкрийте сутність інформаційного забезпечення маркетингових досліджень рекреаційно-туристичного ринку.
5. Розкрийте роль оцінки характеру впливу умов та чинників на ринкові процеси в Україні.

6. Які методи використовують при аналізі функціонування рекреаційно-туристичного ринку? Розкрийте їхню сутність.
7. Розкрийте характерні риси дослідження ринку рекреаційно-туристичних послуг на макрорегіональному дослідженні.

Контрольні запитання та завдання

1. На яких принципах ґрунтується делімітація глобальних форм територіальної організації світового туристичного ринку?
2. Назвіть 6 макрорегіонів, виділених Всесвітньою туристичною організацією (ВТО) за географічним принципом та подібністю формування і функціонування національних індустрій туризму.
3. Що є метою макрорегіонального аналізу?
4. Що виступає одиницею макрорегіонального аналізу?

Завдання до теми 10.

Методика дослідження національного рекреаційно-туристичного ринку.

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Охарактеризуйте основні етапи дослідження національного рекреаційно-туристичного ринку.
2. Розкрийте сутність інформаційного забезпечення маркетингових досліджень туристичного ринку.
2. Розкрийте роль оцінки характеру впливу умов та чинників на ринкові процеси в Україні.

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?

Завдання до теми 11.

Умови і чинники формування попиту

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.

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 до теми 12.

Тур як основний ринковий продукт

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?

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 до теми 13-14.
Регіональні особливості споживання
рекреаційно-туристичних послуг**

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)?

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 до теми 15-16.
Сегментація і територіальна організація ринку
туристичного попиту.

Завдання для самостійної роботи студентів.

1. Розкрийте механізм формування місцевого туристичного ринку.
2. Розкрийте роль ресурсів у формуванні та функціонуванні туристичних ринків різного ієрархічного рівня.
3. Охарактеризуйте сегментацію ринку туристичного попиту за психолого- демографічним принципом.

Контрольні запитання та завдання.

1. В чому полягає процедура сегментації туристичного ринку? Призначення сегментації.
2. Які чинники визначають багатоступінчастість туристичного процесу?
3. Які чинники та процеси обумовлюють зональний характер попиту на туристичні послуги?
4. Опишіть риси, характерні для зони формування інтенсивного попиту?
5. Назвіть характерні ознаки задоволення попиту.

4. Практична частина самостійної роботи **Індивідуальна науково-дослідна робота** **студента (ІНДР)**

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.

Практична робота № 1.

В Україні туризм за останні п'ять років розвивався зі зниженими темпами. Тому і загальний обсяг туристичного потоку та окремі його складові за типами туризму (в'їзний, виїзний, внутрішній) змінювався неоднаковими темпами, що вплинуло на показники туристичного балансу. У Законі України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм», останній визнано одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки України. Це вимагає постійного моніторингу за змінами економічних показників на ринку надання туристичних послуг та їх аналітичної оцінки.

За даними таблиці 1.1:

1. Розрахувати темпи росту та приросту (ланцюгові та базисні) загального обсягу обслужених туристів у цілому по Україні, в тому числі за типами туризму.

2. Визначити та проаналізувати зміни питомої ваги окремих типів туризму в загальному обсязі туристичних потоків.
3. Розрахувати сальдо туристичного балансу та простежити його зміни в динаміці.
4. Побудувати графік динаміки різних типів туристичних потоків в Україні за останні п'ять років.
5. Побудувати стовпчикову діаграму сальдо туристичного балансу України за останні п'ять років.
6. Побудувати колові діаграми структури різних типів туристських потоків в Україні за перший і п'ятий роки динамічного ряду.
7. Скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій: прокоментувати результати розрахунків; сформулювати фактори, що впливають на розподіл туристичних потоків за типами туризму; дати пропозиції щодо активізації розвитку в'їзного та внутрішнього туризму в Україні, використовуючи світовий досвід та рекомендації Всесвітньої туристичної організації.

Таблиця 1.1

Основні показники розвитку туристичної галузі
України за 5 років

Показники	Роки				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
Кількість іноземних туристів, млн. осіб.	6,2	4,2	4,4	5,8	6,3
Кількість внутрішніх туристів, млн. осіб	5,7	6,4	6,6	6,9	7,2
Кількість виїжджаючих туристів, млн. осіб	8,6	7,4	8,7	9,4	9,3
Загальний обсяг туристичних потоків, млн. осіб.	20,5	18,0	19,7	22,1	22,8

Практична робота № 2.

Проаналізувати динаміку обсягу споживання туристичного продукту та його асортиментної структури в Україні.

За даними таблиць 2.1 та 2.2 обчислити:

1. Темпи росту та приросту (ланцюгові та базисні) загального обсягу реалізації туристичного продукту в цілому по Україні (у вартісних показниках) та за асортиментною структурою.
2. Проаналізувати динаміку питомої ваги обсягу реалізації туристичного продукту в цілому по Україні (у вартісних показниках) та за асортиментною структурою.
3. Розрахувати частку групи основних та додаткових послуг у загальній вартості реалізації туристичного продукту, а також асортиментну структуру основних видів послуг і товарів у середньодобовому обсязі їх споживання в Україні громадянами країн СНД та інших країн; проаналізувати їх зміни.
4. За результатами розрахунків показників у завданнях 1, 2 побудувати графіки.
5. Скласти пояснювальну записку.

Таблиця 2.1

Середні обсяги споживання туристичних товарів та послуг на території України однією особою за одну добу протягом туру, дол. США.

Основні види послуг	Середньодобовий обсяг споживання товарів та послуг громадянами		
	країн СНД	України	інших країн
Розміщення	30		50
Бронювання	10*		25*
Харчування	15		50

Ринок рекреаційно-туристичних послуг : методичні вказівки

Транспорт	1		20*
Сувенірна продукція	5*		30*
Екскурсії	5*		20*
Культурна програма	3*		10*
Переклад			10*
Піднос багажу			2*
Додаткові послуги			20*
Всього	10* 46+33*	15	100+117*

*Послуги, що надаються одному туристові в цілому протягом одного туру.

Таблиця 2.2

Показники діяльності підприємств основних сегментів туристичної індустрії України за останні 5 років.

Показники	Туристичні підприємства	Підприємства готельного господарства	Санаторно-курортні заклади	Всього
Кількість обслужених туристів, осіб				
1 рік	1763775	3350515	2821166	
2 рік	1803704	3093541	2831953	
3 рік	2013998	3287396	2869976	
4 рік	2175090	3497307	3011710	
5 рік	2265317	3576644	3120479	
У тому числі іноземців, осіб				

Ринок рекреаційно-туристичних послуг : методичні вказівки

1 рік	286970	361877	2199890	
2 рік	283023	321186	220831	
3 рік	377871	358446	307330	
4 рік	416186	381206	329965	
5 рік	417729	389854	340132	
Обсяг наданих послуг: трудоднів				
1 рік	7002187	8728771		
2 рік	8874686	8166729		
3 рік	12364922	8933848		
4 рік	14701543	9094908		
5 рік	14146885	9755120		
тис. грн.				
1 рік	380328,7	220401	555229	
2 рік	517702,8	377978,3	1049807,7	
3 рік	803600,7	581319,1	892296,2	
4 рік	1206668	745782	7682934	
5 рік	1386132	956002	1460384	

4. Перелік питань 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 написання ЕСЕ

- 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