

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни

“РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ”

(для спеціалістів спеціальностей
“Фізичне виховання”, “Туризм”)

МАУП

Київ 2004

Підготовлено кандидатом педагогічних наук, доцентом *І. В. Пущиною*

Затверджено на засіданні кафедри фізичного виховання, спорту та туризму (протокол № 2 від 19.01.04)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом

Пущина І. В. Навчальна програма дисципліни “Ринок туристичних послуг” (для спеціалістів спеціальностей “Фізичне виховання”, “Туризм”). — К.: МАУП, 2004. — 24 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план, програмний матеріал до вивчення дисципліни “Ринок туристичних послуг”, вказівки до виконання контрольної роботи, завдання для контрольних робіт, контрольні питання, а також список рекомендованої літератури.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Актуальність всебічного дослідження туризму зумовлена його багатогранністю та суспільною значущістю. Основна увага в дослідженнях явищ і процесів, пов'язаних з туризмом, приділяється питанням економіки та організації, правовим і екологічним аспектам функціонування туризму. Питання геопросторової організації розглядаються побічно, розчиняючись в економічних дослідженнях, тоді як за умов глобалізації та інтенсифікації розвитку туризму значення територіального аспекту його функціонування зростає.

Саме тому дисципліна “Ринок туристичних послуг” вивчає геопросторові аспекти розвитку туризму, специфіку формування та механізми функціонування територіальних ринків туристичних послуг різного ієрархічного рівня.

Основою курсу є вивчення національного ринку туристичних послуг, тому значну увагу приділено структурам і типології національних ринків як складових світового туристичного процесу, закономірностям їх формування, функціонування та територіальної організації. Процеси формування, специфіка функціонування туристичного ринку України висвітлюються на тлі загальних закономірностей, притаманних глобальному ринку туристичних послуг, у контексті макрорегіональних європейських особливостей розвитку туризму кінця XX — початку XXI ст.

Дисципліна викладається для студентів спеціальностей “Фізичне виховання” (спеціалізація “Організація та управління туристичною діяльністю” за освітньо-кваліфікаційним рівнем “спеціаліст”) і “Туризм” (за рівнем “бакалавр”, “спеціаліст”). Вона вивчається після загальноекономічних і базових дисциплін з проблематики туристичної діяльності, зокрема “Туристично-рекреаційні ресурси”, “Економіка туризму”, “Сфера гостинності і обслуговування”, тобто побудована і вводиться з урахуванням принципу концентричності в подачі матеріалу.

Основні організаційні форми вивчення дисципліни “Ринок туристичних послуг” — лекції, семінарські та практичні заняття, самостійна робота та контрольні заходи — колоквіум, залік, іспит.

Для засвоєння студентами програмного матеріалу передбачені індивідуальні завдання:

- підготовка рефератів і картографічного матеріалу;
- виконання навчальних завдань, за змістом діяльності наближених до професійних (аналіз динаміки внутрішнього туризму, структури міжнародних туристичних потоків України, рівня і структури споживання туристичних послуг у світі, в Україні, Південно-Східному регіоні України, розробка туру та ін.);
- самостійна робота, що передбачає опрацювання законодавчих і нормативних актів, навчальної літератури періодичних видань.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні *знати*:

- структурно-логічну схему геопросторового дослідження туристичного ринку;
- методику макрорегіональних досліджень туристичного ринку;
- методику дослідження національного туристичного ринку;
- методику геомаркетингового аналізу туристичного підприємства;
- умови та чинники формування попиту туристичного ринку;
- класифікацію турів;

уміти:

- розробляти тури;
- аналізувати ринок туристичних послуг.

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
вивчення дисципліни

“РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ”

№ пор.	Назва розділу і теми
	<i>I. Теоретико-методологічні основи туризму</i>
1	Туризм як суспільне явище та об'єкт географічного дослідження
2	Ринок туристичних послуг, його територіальна організація
3	Індустрія туризму — основа розвитку національного ринку туристичних послуг
4	Структура і типологія національних туристичних ринків
	<i>II. Методичні засади дослідження ринку туристичних послуг</i>
5	Структурно-логічна схема геопросторового дослідження туристичного ринку
6	Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку
7	Методика дослідження національного туристичного ринку
8	Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства
	<i>III. Геопросторова організація туристичного процесу</i>
9	Умови і чинники формування попиту
10	Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту
11	Тур як основний ринковий продукт
12	Структура і територіальна організація індустрії туризму
	<i>IV. Функціонування ринку туристичних послуг</i>
13	Регуляторні механізми ринку туристичних послуг
14	Кон'юнктура туристичного ринку
15	Регіональні особливості споживання туристичних послуг
16	Закономірності функціонування туристичного ринку

ПРОГРАМНИЙ МАТЕРІАЛ
до вивчення дисципліни

“РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ”

Розділ I. Теоретико-методологічні основи туризму

Тема 1. Туризм як суспільне явище та об'єкт географічного дослідження

Суспільний феномен туризму. Поняття рекреації і туризму. Поліфункціональність туризму. Туризмологія. Аспекти функціонування туризму.

Географія туризму як провідний напрям в туризмології. Рекреаційна географія. Особливості рекреаційної діяльності сьогодення. Поняття територіальної рекреаційної системи. Об'єкт, предмет і завдання географії туризму. Місце географії туризму в системі наук.

Література [5; 11; 13; 18; 26; 27; 44; 56; 68]

Тема 2. Ринок туристичних послуг, його територіальна організація

Ринок як форма організації споживання: класифікація, структура, ієрархія. Поняття світового ринку. Загальна схема взаємодії ринкових сторін. Структура світового ринку.

Ринок послуг як складова світового ринку. Структура невиконавчої сфери. Поняття “послуги”. Основні класифікації послуг. Специфічні ознаки послуги. Класифікаційні групи послуг. Ринок послуг у структурі світового господарства. Особливості сфери послуг на сучасному етапі економічного розвитку.

Специфіка туристичної послуги, характерні ознаки туристичного ринку. Взаємодія туристичного ринку і території.

Поняття туристичної діяльності. Стадії туристичного обслуговування.

Таксономічна система рекреаційних районів. Територіальна структура туристичного ринку. Ієрархічні рівні геопросторової організації туризму.

Механізм формування та функціонування місцевого туристичного ринку.

Література [7; 12; 23; 24; 29; 36; 38; 41; 53; 67; 69]

Тема 3. Індустрія туризму — основа розвитку національного ринку туристичних послуг

Формування національного туристичного ринку.

Поняття “індустрія туризму”. Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс, її місце і роль у господарському комплексі країни. Структура індустрії туризму. Характеристика складових індустрії туризму. Внутрікомплексні зв'язки індустрії туризму.

Державна туристична політика. Туристична галузь як організаційно-інституційна підсистема. Поняття “гостинність”. Складові гостинності. Послуги розміщення і харчування. Класифікація засобів розміщення туристів. Транспортні послуги. Експертні послуги. Послуги дозвілля.

Поняття “туристичні ресурси”, “рекреаційні ресурси”. Класифікація туристичних ресурсів. Поняття “георозмаїття”.

Зв’язок індустрії туризму з господарським комплексом території. Територіальна організація індустрії туризму, її елементи.

Взаємозв’язок туризму з національною економікою. Сутність і чинники формування національного ринку туристичних послуг.

Література [2; 8; 14; 15; 17; 31; 32; 38; 39; 45; 48; 58]

Тема 4. Структура і типологія національних туристичних ринків

Поліструктурність туристичного ринку. Сучасна класифікація туризму. Класифікаційні ознаки туристичного ринку. Типологічні ознаки національних туристичних ринків. Характеристика типів національних туристичних ринків.

Література [7; 20; 25; 50; 51]

Розділ II. Методичні засади дослідження ринку туристичних послуг

Тема 5. Структурно-логічна схема геопросторового дослідження туристичного ринку

Застосування загальнонаукових, міждисциплінарних і спеціальних методів. Парадигми дослідження туристичного ринку. Структурно-логічна схема суспільно-географічного дослідження туристичного ринку. Модель реалізації компонентного системно-структурного просторово-часового аналізу регіонального туристичного ринку.

Принципова модель дослідження туристичного ринку. Макродослідження. Дослідження стану і напрямів розвитку національного ринку як складової регіонального та глобального ринків

туристичних послуг. Визначення специфіки функціонування національних і внутрінаціональних ринкових структур. Дослідження мікрорівня.

Література [15; 39; 64]

Тема 6. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку

Методика дослідження туристичного ринку макrorівня — визначення тенденцій, характеру міжнародних туристичних потоків і особливостей формування геопросторових структур. Схема макродослідження туристичного ринку.

Мета макрорегіонального аналізу. Визначення характеру туристичного процесу та його територіальна диференціація як основа макрорегіонального аналізу. Одиниця макрорегіонального аналізу.

Механізм макрорегіонального аналізу. Європа, Америка, Африка, Східна Азія і Тихоокеанській басейн, Близький Схід, Південна Азія як туристичні макрорегіони.

Принципи делімітації глобальних форм територіальної організації світового туристичного ринку.

Література [36]

Тема 7. Методика дослідження національного туристичного ринку

Оцінка умов і чинників функціонування національного ринку туристичних послуг. Дослідження зовнішньої функції національного ринку туристичних послуг. Методика дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг.

Комплексний аналіз національного туристичного ринку. Показники та методика. Оцінка розвитку туристичної галузі. Ємність ринку.

Визначення напрямів розвитку та стимулювання ринкової діяльності. Туристична політика. Державне регулювання туристичної сфери.

Напрями прогнозування та планування туристичної діяльності.

Література [9; 19; 55]

Тема 8. Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства

Методи вивчення попиту. Вторинна і первинна інформація, її обробка, представлення і аналіз. Макросередовище діяльності туристичного підприємства. Методи оцінки середовища ринкової діяльності. Матриця оцінки конкурентного середовища туристичного підприємства. Матриця оцінки ринку постачальників послуг і товарів туристського призначення.

Обґрунтування і вибір маркетингової стратегії. Маркетингова політика туристичного підприємства. Оцінка ефективності маркетингової політики.

Рекламна діяльність туристичного підприємства. Класифікація видів реклами в туризмі. Послідовність інформаційного забезпечення маркетингових досліджень.

Етапи дослідження ринку. Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень ринку туристичних послуг.

Література [9; 19; 25]

Розділ III. Геопросторова організація туристичного процесу

Тема 9. Умови і чинники формування попиту

Класифікація умов і чинників, їх вплив на формування попиту та послуги туризму.

Стиль життя як інтегральний чинник туристичного попиту. Критерії класифікації стилів життя. Характеристика туристичного попиту. Поведінка споживачів. Структура витрат туриста.

Мотиваційні пріоритети і процес прийняття рішень. Тип і характерні ознаки поведінки споживачів туристичних послуг.

Література [1; 3; 4; 6; 7]

Тема 10. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту

Основні принципи сегментації ринку туристичного попиту. Характеристика основних сегментів ринку попиту. Територіальна диференціація і концентрація туристичного попиту. Генеруючі та реципієнтні національні ринки.

Туристичні потоки, загальні тенденції переміщень. Схема багатоступінчастого туристичного обміну. Мотиваційні групи споживачів за ціннісними туристичними пріоритетами. Модель формування геопросторових форм споживчого ринку туристичних послуг. Особливості туристичного освоєння і етапність формування просторової організації туристичного споживання.

Зони туристичного попиту: формування інтенсивного попиту; задоволення попиту, потенційного та екстремального попиту.

Туристичний географічний поділ праці.

Література [10; 16; 21; 28–30; 34]

Тема 11. Тур як основний ринковий продукт

Поняття “тур”. Класифікація турів. Принципи розробки турів. Схема маршрутно-стаціонарного туру. Класифікація маршрутів. Схеми маршрутів.

Етапи розробки туру. Графоаналітична модель організації маршруту. Оцінка схеми маршрутів. Оцінки видів транспорту за основними вимогами.

Розрахунок вартості туру. Поняття “турпакет”.

Угода як результат ринкової діяльності туристичної фірми.

Основні етапи просування туру на ринок. Життєвий цикл турпродукту.

Література [35–37; 39; 40; 43; 46; 47; 50; 52]

Тема 12. Структура і територіальна організація індустрії туризму

Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму. Динаміка обсягу діяльності ринку послуг. Структура світового ринку

ку послуг. Туроператори. Класифікація туроператорів за рівнем спеціалізації. Схема туроперейтинга. Турагенція як суб'єкт туристичного ринку. Транснаціональні компанії в туризмі. Принципова схема організації ТНК в туризмі.

Світовий та макрорегіональний ринки готельних і транспортних послуг, особливості функціонування туристичної галузі. Динаміка та регіональна структура пропозиції послуг розміщення. Динаміка і структура надання послуг розміщення іноземним туристам в Україні. Структура готельного господарства України за формами власності. Динаміка основних виробничих показників готельного господарства України. Структура іноземного туристичного потоку в Україну за використанням транспортних засобів.

Ринок курортних послуг. Закон України "Про курорти".

Міжнародні організації. Міжнародне співробітництво у сфері туризму. Порядок здійснення міжнародної туристичної подорожі. Взаємоугоди між країнами з окремих аспектів туристичної діяльності. Геопросторова організація світового туристичного ринку. Сучасні тенденції на ринку туристичних послуг.

Індустрія туризму України в світовому туристичному процесі.

Література [59–61; 63; 65; 66; 74]

Розділ IV. Функціонування ринку туристичних послуг

Тема 13. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг

Обіг грошей, інформації та маркетингова діяльність суб'єктів туристичного ринку. Схема грошових надходжень. Характер фінансових відносин суб'єктів туристичного ринку. Механізм обігу коштів на ринку турпослуг. Форми міжнародного руху капіталу. Загальна схема руху капіталу в міжнародному туризмі. Обіг інформації на ринку турпослуг. Комунікаційна система на ринку турпослуг. Умови ринкового середовища туристичної діяльності. Умови діяльності туристичного підприємства на ринку послуг. Типи маркетингу у сфері послуг. Ключові детермінанти сприйняття якості послуг.

Роль персоналу і система підготовки кадрів для туризму. Сучасні рівні підготовки кадрів для туристичної галузі. Квалі-

фікаційні вимоги до фахівців туристичної галузі. Система неперервної підготовки кадрів у галузі туризму.

Маркетингова політика держави.

Література [9; 23; 49; 54]

Тема 14. Кон'юнктура туристичного ринку

Кон'юнктура як інструмент оцінки стану ринкового середовища. Кон'юнктурна структура ринку. Умови та чинники формування кон'юнктури ринків різного рівня. Конкурентоспроможність турпродукту. Наскрізна система забезпечення конкурентоспроможності. Стратифікація конкурентних позицій на туристичному ринку. Вплив реклами на ефективність туризму.

Оцінка конкурентоспроможності України на субрегіональному ринку. Показники розвитку туризму в україноцентричному субрегіоні. Динаміка зовнішньої торгівлі послугами країн — сусідів України. Структура та динаміка туристичного потоку в країнах — сусідів України. Динаміка туристичних потоків у країнах регіонального субринку. Динаміка надходжень від туризму в країнах регіонального субринку. Регіональна структура туристичного процесу в україноцентричному субрегіоні. Конкурентні позиції України на туристичному ринку країн Центральної та Східної Європи.

Література [57; 62; 73]

Тема 15. Регіональні особливості споживання туристичних послуг

Туристичне споживання як результат ринкової діяльності. Обсяг туристичного споживання. Структура туристичного споживання. Етапи витрат туриста. Схема реалізації туристських послуг і товарів у міжнародному туризмі. Співвідношення попиту й пропозиції. Правило Вальраса. Стан рівноваги на ринку турпослуг.

Макрорегіональний аналіз туристичного споживання. Показники розвитку міжнародного туризму. Динаміка міжнародних туристичних потоків. Регіональна структура туризму. Розподіл

туристичних потоків по материках. Прогноз обсягів міжнародних туристичних потоків у розрізі регіонів Всесвітньої туристичної організації. Субрегіональна структура європейського туристичного процесу. Провідні туристичні країни світу. Регіональна структура міжнародного туризму.

Споживання туристичних послуг в Україні. Динаміка і структура міжнародних туристичних потоків України. Динаміка, структура і співвідношення міжнародних туристичних потоків України. Динаміка внутрішнього туризму в Україні.

Література [2; 70–73]

Тема 16. Закономірності функціонування туристичного ринку

Дії загальних законів у туризмі. Особливості сучасного туристичного процесу. Закономірності формування ринку туристичних послуг. Модель збалансованого функціонування туристичного ринку.

Туризм як геопросторовий процес, його специфічні ознаки. Суспільно-географічні закони і закономірності в туризмі. Закономірності геопросторової організації туристичного ринку. Структурно-функціональна модель туристичного ринку.

Література [22; 42; 44; 64]

ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Відповідно до навчального плану треба виконати контрольну роботу. Номер варіанта завдання для контрольної роботи студент визначає за останньою цифрою номера своєї залікової книжки. Наприклад, якщо остання цифра номера залікової книжки “3”, то вибирається варіант 3 і т. д.

Для послідовного і чіткого викладу матеріалу складається план роботи.

Під час виконання роботи використовують джерела, наведені в навчальній програмі і рекомендовані на лекціях, а також підручники та нормативні акти, що відповідають темі роботи.

Обсяг контрольної роботи — не більше 20 сторінок формату А4. Контрольна робота повинна містити вступ, основну части-

ну, висновки. Наприкінці роботи необхідно навести список використаної літератури, вказати дату виконання і поставити власний підпис.

Після перевірки викладачем контрольної роботи і одержання позитивної оцінки студент допускається до іспиту.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Варіант 1

1. Інфраструктура ринку турпослуг.
2. Роль страхування у формуванні турдіяльності фірми.
3. Опішіть, що відбудеться на ринку туристичних послуг, якщо в поточному році передбачено зростання інфляції.

Варіант 2

1. Реклама як маркетинговий засіб на ринку турпослуг.
2. Чинники, що впливають на попит та пропозицію ринку туристичних послуг.
3. Провести комплексний (маркетинговий) аналіз діяльності туристичного підприємства за власним вибором.

Варіант 3

1. Транспортні послуги у формуванні портфеля турфірми.
2. Дати характеристику ринку туристичних послуг як системи. Правило Вальраса.
3. Визначити зовнішні чинники, що впливають на розвиток національного ринку туристичних послуг.

Варіант 4

1. Ціноутворення як компонент маркетингу в наданні турпослуг.
2. Визначити умови, які турфірма враховує при наданні послуг.
3. Визначити конкурентоспроможність туристичного підприємства (за власним вибором) методом SWOT-аналізу.

Варіант 5

1. Визначити умови життєвого циклу турпродукту.
2. Як формується цінова політика турпідприємства?
3. Розкрити зміст туристичних ресурсів Запорізької області.

Варіант 6

1. Види транспорту, що безпосередньо задіяні в наданні турпослуг.
2. Сформулювати стан рівноваги на ринку турпослуг.
3. Визначити структуру туристичних підприємств Запоріжжя за формами власності.

Варіант 7

1. Умови ринкового середовища туристичної діяльності.
2. Стель життя як інтегральний чинник туристичного попиту.
3. Визначити точку беззбитковості туристичної фірми на умовному прикладі.

Варіант 8

1. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму.
2. Принципи та методика розробки туру.
3. Визначити стан турпослуг в Україні за геомаркетинговою орієнтацією.

Варіант 9

1. Обґрунтування та вибір маркетингової стратегії турфірми.
2. Туроператори і турагенції як типи туристичних підприємств.
3. Розробити схему маршрутно-стаціонарного туру і визначити його форму (за власним вибором).

Варіант 10

1. Типи поведінки споживачів туристичних послуг.
2. Типологічні ознаки національних туристичних ринків.
3. Розрахувати прогноз реалізації турів на травень наступного року на умовному прикладі.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Сучасний стан і перспективи розвитку туризму.
2. Туризм як суспільне явище. Функції туризму.
3. Ринок послуг як складова світового ринку. Специфічність послуг, їх основні класифікації.
4. Характерні ознаки туристичного ринку.
5. Ієрархічні рівні геопросторової організації туризму.
6. Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс, її місце і роль у господарському комплексі країни.
7. Функціонально-господарська підсистема індустрії туризму.
8. Поняття “гостинність”. Складові гостинності.
9. Класифікація туристичних ресурсів.
10. Сутність і чинники формування національного ринку туристичних послуг.
11. Територіальна організація індустрії туризму, її елементи.
12. Класифікаційні ознаки туристичного ринку.
13. Типологічні ознаки національних туристичних ринків.
14. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку.
15. Методика дослідження національного туристичного ринку.
16. Оцінка умов і чинників функціонування національного турринку.
17. Комплексний аналіз рівня розвитку національного ринку.
18. Визначення напрямів розвитку турринку, стимулювання ринкової діяльності.
19. Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства.
20. Класифікація видів реклами в туризмі.
21. Послідовність інформаційного забезпечення маркетингових досліджень.
22. Етапи дослідження ринку.
23. Обґрунтування і вибір маркетингової політики.
24. Оцінка ефективності маркетингової політики туристичного підприємства.
25. Класифікація умов і чинників формування попиту.
26. Структура витрат туриста.
27. Характеристика туристичного попиту.

28. Тип і характерні ознаки поведінки споживачів туристичних послуг.
29. Основні принципи сегментації ринку туристичного попиту.
30. Характеристика основних сегментів ринку попиту.
31. Територіальна диференціація та концентрація туристичного попиту.
32. Генеруючі та реціпієнтні ринки.
33. Мотиваційні групи споживачів за ціннісними туристичними пріоритетами.
34. Особливості туристичного освоєння і етапність формування просторової організації туристичного споживання.
35. Зони туристичного споживання.
36. Поняття “тур”. Класифікація турів.
37. Принципи та етапи розробки турів.
38. Класифікація маршрутів.
39. Графоаналітична модель організації маршруту.
40. Розрахунок вартості туру.
41. Основні етапи просування туру на ринок.
42. Життєвий цикл турпродукту.
43. Структура світового ринку послуг.
44. Транснаціональні кампанії в туризмі.
45. Характеристика агентів туристичного ринку.
46. Сутність туropolерейтинга.
47. Готельний бізнес як основа сучасної системи гостинності.
48. Динаміка і структура надання послуг розміщення іноземним туристам в Україні.
49. Ринок курортних послуг. Закон України “Про курорти”.
50. Ринок транспортних послуг.
51. Порядок здійснення міжнародної туристичної подорожі.
52. Міжнародні організації та співробітництво у сфері туризму.
53. Сучасні тенденції світового ринку туристичних послуг.
54. Індустрія туризму України в світовому туристичному процесі.
55. Механізм обігу коштів на ринку турпослуг.
56. Особливості обігу інформації на ринку турпослуг.
57. Маркетинг туристичного ринку.
58. Роль персоналу і система підготовки кадрів у туризмі.
59. Кваліфікаційні вимоги фахівців туристичної галузі.

60. Кон'юнктура як інструмент оцінки стану ринкового середовища.
61. Конкурентоспроможність турпродукту.
62. Оцінка конкурентоспроможності України на субрегіональному ринку.
63. Конкурентні позиції України на туристичному ринку країн Центральної та Східної Європи.
64. Сутність туристичного споживання.
65. Обсяг і структура туристичного споживання.
66. Етапи витрат туриста.
67. Співвідношення попиту і пропозиції. Правило Вальраса.
68. Основні показники, що характеризують туристичний процес на світовому господарському рівні.
69. Регіональна структура туризму.
70. Провідні туристичні країни світу.
71. Особливості споживання туристичних послуг в Україні.
72. Динаміка, структура і співвідношення міжнародних туристичних потоків України.
73. Динаміка внутрішнього туризму в Україні.
74. Дії загальних законів у туризмі.
75. Туризм як геопросторовий процес, його специфічні ознаки.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Азар В. И., Поляк С. В.* Транспорт і туризм. — М.: Профиздат, 1973.
2. *Алаев Э. Б.* Социально-экономическая география: Понятийно-терминологический словарь. — М.: Мысль, 1983. — 350 с.
3. *Алдакушкина Е. С.* Особенности инновационных процессов в сфере услуг // География инновационной сферы мирового хозяйства / Под ред. Н. С. Мироненко. — М.: Пресс-Соло, 2000. — С. 317–330.
4. *Александрова А. Ю.* Международный туризм. — М.: Аспект-Пресс, 2001. — 467 с.
5. *Александрова М. Ю.* Экономика и туризм за рубежом (По материалам книги Ж. Гибилато “Экономика туризма”) // Проблемы и программы туристско-рекреационного

- использования природного и историко-культурного потенциала в регионах России. — М., 1995. — 168 с.
6. *Бабак В.* Украинский рынок авиаперевозок. Затяжной взлет // Гостиничный и ресторанный бизнес. — 2002. — № 5. — С. 48–53.
 7. *Бабарицька В. К., Любіцева О. О.* Організація туризму: Навч. посіб. Ч. 1. — К.: РВЦ “Київ. ун-т”, 1998. — С. 82.
 8. *Бабурин В. Л., Мазуров Ю. Л.* Географические основы управления: Курс лекций по экономической и политической географии: Учеб. пособие. — М.: Дело, 2000. — 288 с.
 9. *Балабанов И. Т., Балабанов А. И.* Экономика туризма: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 176 с.
 10. *Баранов А. В.* Социально-демографическое развитие крупного города. — М.: Финансы и статистика, 1981. — 191 с.
 11. *Бейдик О. О.* Українсько-російський словник термінів і понять з географії туризму і рекреаційної географії. — К.: РВЦ “Київ. ун-т”, 1997. — С. 99.
 12. *Бейдик О. О., Ліщишина О. М.* Російсько-український тлумачний словник термінів з медичної географії. — К.: РВЦ “Київ. ун-т”, 1997. — С. 120.
 13. *Гезгала Ян.* Туризм в народном хозяйстве: Пер. с польск. — М.: Прогресс, 1974. — 214 с.
 14. *Географія культури:* Прогр. навч. курсу. — К.: РВЦ “Київ. ун-т”, 1997. — 12 с.
 15. *Геттнер А.* География: ее история, сущность и методы: Пер. с нем. — Л.; М., 1930. — 416 с.
 16. *Гончаров С., Цхведиани В.* Общая дорога в небо // Round Trip, special, 2001. — С. 41–42.
 17. *Гумилев Л. Н.* География этноса в исторический период. — Л.: Наука, 1990. — 279 с.
 18. *Димитров С.* Экономика и организация туризма: Пер. с болг. — М.: Прогресс, 1972. — 192 с.
 19. *Дурович А. П., Копанев А. С.* Маркетинг в туризме: Учеб. пособие / Под общ. ред. З. М. Горбылевой. — Мн.: Экономпресс, 1998. — 400 с.
 20. *Економічна і соціальна географія світу /* За ред. Б. П. Яценка. — К.: АртЕк, 1997. — 288 с.

21. *Ильина Е. Н.* Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 256 с.
22. *Ищук С. І.* Територіально-виробничі комплекси і економічне районування (Методологія, теорія). — К.: Укр.-фін. ін-т менеджменту і бізнесу, 1996. — 244 с.
23. *Киреев А. П.* Международная экономика: В 2 ч. — Ч. 1. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. — Учеб. пособие для вузов. — М.: Междунар. отношения, 1997. — 416 с.
24. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. — М., 1991. — 736 с.
25. *Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В.* Основы маркетинга: Пер. с англ. — 2-е европ. изд. — М.; СПб.; К.: Издат. дом Вильямс, 1999. — С. 42.
26. *Крачило Н. П.* География туризма. — К.: Выща шк., 1987. — С. 208.
27. *Крачило Н. П.* Основы туризмовеждения. — К.: Выща шк., 1987. — 120 с.
28. *Липец Е. А.* Best Eastern Hotels — новые возможности для маркетинга и продажи услуг отелей Украины на мировых рынках // Гостиничный и ресторанный бизнес. — 2000. — № 2. — С. 40–42.
29. *Липец Ю. Г., Пуляркин В. А., Шлихтер С. Б.* География мирового хозяйства: Учеб. пособие для студ. — М.: Туманит, издат. центр ВЛАДОС, 1999. — 400 с.
30. *Любичева О. О.* Геопросторові структури світового туристичного ринку. — Географія і сучасність: Зб. наук. пр. Нац. пед. ун-ту ім. М. П. Драгоманова. — К., 2001. — Вип. 6. — С. 212–218.
31. *Любичева О. О.* Ландшафт в географії культури // Ландшафт як інтегруюча концепція ХХІ сторіччя: Зб. наук. пр. — К., 1999. — 360 с.
32. *Любичева О.* Методологія географії культури // Україна та глобальні процеси: географічний вимір: Зб. наук. пр. В 3 т. — К.; Луцьк, 2000. — Т. 3. — С. 258–262.
33. *Любичева О. А.* Территориальная организация отраслевого комплекса сферы обслуживания (на примере автотехобслуживания в Украинской ССР): Дис. ... канд. географ. наук. — К., 1985. — 228 с.

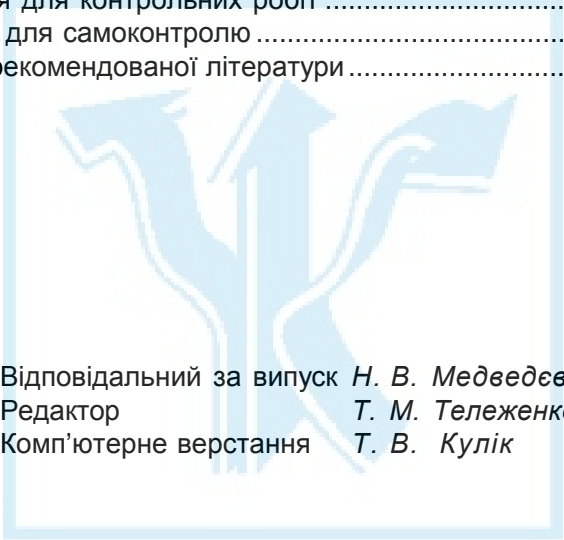
34. *Матеріали* наради експертів зі зміцнення потенціалу з розширення сектору туризму в країнах, що розвиваються. — Женева, 1998.
35. *Международная торговля услугами, связанными с туризмом, проблемы и возможности для развивающихся стран / ООН. Конференция по торговле и развитию*, 1998.
36. *Мироненко Н. С.* Проблемы исследования пространственных структур мирового хозяйства // *Пространственные структуры мирового хозяйства*. — М.: Пресс-Соло, 1999. — С. 6–30.
37. *Мироненко Н. С.* Страноведение: Теория и методы: Учеб. пособие для вузов. — М.: Аспект-Пресс, 2001. — 268 с.
38. *Мироненко Н. С., Твердохлебов И. Т.* Рекреационная география. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. — 207 с.
39. *Немоляева М. Э., Ходорков Л. Ф.* Международный туризм: вчера, сегодня, завтра. — М., 1985. — 256 с.
40. *Отчет о мировом развитии — 1995. Трудовые ресурсы и глобализация экономики / Международный банк реконструкции и развития; Всемирный банк, 1818H Street, N. Y., Washington, D. C. 20433, USA.*
41. *Павлов С. В., Мезенцев К. В., Любичева О. О.* География религий: Навч. посіб. для вузів. — К.: АртЕк, 1998. — 504 с.
42. *Паламарчук М. М., Пистун Н. Д., Шаблій О. И.* Об экономико-географических законах // *Экономическая география: Респ., межвед., науч., сб.* — К., 1980. — Вып. 29. — С. 16–26.
43. *Папирян Г. А.* Международные экономические отношения: Экономика туризма. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 208 с.
44. *Пистун М. Д.* Основи теорії суспільної географії: Навч. посіб. — К.: Вища шк., 1996. — 231 с.
45. *Романчук С. П.* Історичне ландшафтознавство: Теоретико-методологічні засади та методика антропогенно-ландшафтних реконструкцій давнього природокористування: Монографія. — К.: РВЦ “Київ. ун-т”, 1998. — 146 с.
46. *Сабельников Л.* Международная торговля услугами в мировой экономике и политике // *МЭиМО*. — 1990. — № 8. — С. 8–11.

47. Самарцев Е. Гостиницы Украины: каким будет завтрашний день? // Гостиничный и ресторанный бизнес. — 2002. — № 6 (10). — С. 14–19.
48. Семенов-Тянь-Шанский В. П. Район и страна. — М.; Л., 1928. — 311 с.
49. Смолін І. Генезис видів конкурентоспроможності підприємства та їхня взаємодія // Вісн. Київ. нац. торговельно-економічного ун-ту. — 2000. — № 5. — С. 59–69.
50. Социально-экономическая география зарубежного мира / Под ред. В. В. Вольского. — М.: КРОН-ПРЕСС, 1998. — 592 с.
51. Соціально-економічна географія світу / За ред. С. П. Кузика. — Тернопіль: Підруч. і посіб., 1998. — 256 с.
52. Страйкова Н. В. Рынок рекреационных услуг Крыма (социально-географическая оценка уровня развития). — Симферополь: Таврия, 2001. — 48 с.
53. Статистический словарь. — М., 1989. — 623 с.
54. Суторміна В. М. та ін. Финанси зарубіжних корпорацій: Навч. посіб. / За ред. В. М. Федосова. — К.: Либідь, 1993. — С. 247.
55. Сфера обслуживания населения: региональные проблемы / Под ред. А. И. Кочерги. — К.: Наукова думка, 1980. — 423 с.
56. Территориальные рекреационные системы как объект изучения географических наук / В. С. Преображенский, Ю. А. Веденин, И. В. Зорин, Л. И. Мухина // Изв. АН СССР. Сер. геогр. — 1974. — № 2.
57. Туризм в Україні-2000; Tourism in Ukrain-2000. — К.: Держ. комітет мол., політики, спорту і туризму, 2001. — 44 с.
58. Туристский терминологический словарь: Справ.-методол. пособие / Авт.-сост. И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. — М.: Сов. спорт, 1999. — 664 с.
59. Тускоз Жан. Міжнародне право: Підручник: Пер. з фр. — К.: АртЕК, 1998. — 416 с.
60. Україна у цифрах. 2000 рік. — К.: Держкомстат. України. — 457 с.

61. *Уокер Дж. Р.* Введение в гостеприимство: Ученик: Пер. с англ. — М.: ЮНИТИ, 1999. — 463 с.
62. *Харрис Годфри, Кац Кеннет М.* Стимулирование международного туризма в XXI веке: Пер. с англ. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 240 с.
63. *Ходорков Л. Ф.* Мировое гостиничное хозяйство. — М.: СКШ, 1991. — 45 с.
64. *Шаблій О. І.* Суспільна географія: теорія, історія, українознавчі студії / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка, 2001. — 744 с.
65. *Шлевков А.* Тенденции развития мирового туризма в свете кризиса 11 сентября // Гостиничный и ресторанный бизнес. — 2001. — № 4(8). — С. 10–15.
66. *Ярош А. М., Солдатченко С. С. и др.* Сравнительная медико-климатическая характеристика основных приморских курортных местностей Европы и прилегающих к ней регионов Азии и Африки / Прил. к науч.-практ. дискус.-аналит. сб. "Вопросы развития Крыма". — Симферополь: СОНАТ, 2000. — 136 с.
67. *Яценко Б. П.* Мегатренди світового господарства // Укр. географ. журн. — 1998. — № 4. — С. 3–7.
68. *Warszynska Jadwiga.* Geografia turystyki. Geografia w Uniwersytecie Jagiellońskim. 1849-1999. T. 3. Rozwoj i dorobek nauk geograficznych w Uniwersytecie Jagiellońskim. — Krakow, 1999. — S. 383–420.
69. *Liberalizing International Transactions in Services: a Handbook.* UNCTAD. World Bank. — Geneva, 1994.
70. *Compendium of Tourism Statistics — 2001.* Edition. — WTO, 2001. Madrid, Spain. — 230 p.
71. *Compendium of Tourism Statistics — 1994-1998.* Twentieth Edition. — WTO, 2000, Madrid, Spain. — 243 p.
72. *Tourism Highlights — 2001.* OMT-WTO-ETO.
73. *Tourism Market Trends: Europe-2001.* — WTO, Capitan Haya 42, 28020 Madrid, Spain. — 233 p.
74. *Yearbook of Tourism Statistics — 1995-1999.* — WTO, Madrid. Spain. — Vol 2. — 278 p.

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Навчально-тематичний план вивчення дисципліни “Ринок туристичних послуг”	5
Програмний матеріал до вивчення дисципліни “Ринок туристичних послуг”	5
Вказівки до виконання контрольної роботи	13
Завдання для контрольних робіт	14
Контрольні питання	16
Список рекомендованої літератури	18



Відповідальний за випуск *Н. В. Медведєва*
Редактор *Т. М. Тележенко*
Комп'ютерне верстання *Т. В. Кулік*

МАУП

Зам. № ВКЦ-1858

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП