

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ
ІМЕНІ ГЕТЬМАНА ПЕТРА КОНАШЕВИЧА-САГАЙДАЧНОГО

ФАКУЛЬТЕТ СУДНОВОДІННЯ
КАФЕДРА ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВОДНОГО
ТРАНСПОРТУ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету

к.ю.н., доцент  Олександр ЄЛІАЗАРОВ

« 29 » 08 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«СВІТОВИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ»

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність	242 «Туризм»
Освітньо-професійна програма	«Реклмно-туристичний бізнес»

2023—2024 навчальний рік

Робоча програма «Світовий ринок туристичних послуг» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти, галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 242 «Туризм» освітньо-професійної програми «Рекламно-туристичний бізнес». Київ: ДУІТ, 2023. 15 с.

Розробник:

Бойко Світлана Олексіївна, доктор філософії з Річкового та морського транспорту.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри інфраструктури та інноваційних технологій водного транспорту

Протокол № 1 від «29» серпня 2023 року

В. о. завідувача кафедри
доктор філософії з Річкового
та морського транспорту



Світлана БОЙКО

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень, ступінь освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 24 Сфера обслуговування	Обов'язкова дисципліна	
	Спеціальність 242 Туризм		
Модулів – 1	Освітня програма: Рекламно-туристичний бізнес	Рік підготовки	
Змістових модулів – 8		2-й	2-й
Загальна кількість годин – 90		Семестр	
		3-й	3-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи здобувача – 10	Рівень вищої освіти: другий (магістерський)	16 год.	6 год.
		Практичні	
		14 год.	4 год.
		Лабораторні	
	Ступінь вищої освіти: магістр	- год.	- год.
		Самостійна робота	
		60 год.	80 год.
		Вид контролю:	
залік	залік		

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання – 33/67

для заочної форми навчання – 11/89

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни вивчення регіонального, національного та міжнародного ринку туристичних послуг, формування розуміння структур та типологій національних ринків як складових світового туристичного процесу, усвідомлення закономірностей їх формування, функціонування та територіальної організації.

Формування бази теоретичних знань фахівців з туристичного бізнесу, здатних вирішувати практичні задачі дослідницького, інноваційного та управлінського характеру, та впроваджувати інновації у сфері обслуговування з метою прийняття адекватних економічній ситуації підприємницьких рішень.

Завданнями навчальної дисципліни є: теоретична та практична підготовка здобувачів вищої освіти з наступних питань: сутність та структурно-логічна схема світового ринку туристичних послуг; регулювання експортно-імпортних відносин у сфері послуг; організація та планування моніторингу споживання туристичних послуг на світовому та вітчизняному ринку; характеристика закономірностей розвитку індустрії туризму, місце України та її окремих туристичних послуг на світовому туристичному ринку.

Як можна користуватися набутими знаннями та вміннями (компетентності) Уміння аналізувати та оцінювати вплив туристичної галузі на економіку регіону та країни; аналізувати розподіл і рух потоків туристичних послуг у межах України та у світі; розробляти тури та проводити розрахунок собівартості туристичного продукту; аналізувати ринок туристичних послуг; опрацьовувати законодавчі і нормативні акти, статистичну інформацію.

Загальні компетентності, яких повинні набути здобувачі в результаті вивчення дисципліни згідно ОПП:

ЗК 1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному професійному середовищі.

ЗК 4. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

ЗК 7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності, які повинні набути здобувачі в результаті вивчення дисципліни згідно ОПП:

СК 1. Здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та реклами в туризмі.

СК 3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

СК 4. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду.

СК 6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та реклами в туризмі.

СК 7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів рекламно-туристичного ринку.

Програмні результати навчання, які мають отримати здобувачі згідно ОПП:

ПРН 4. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.

ПРН 5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

ПРН 9. Розробляти та реалізовувати проекти у сфері туризму на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності з урахуванням потреб ринку.

ПРН 10. Приймати ефективні рішення у сфері туризму та реклами в туризмі щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування.

ПРН 12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях з урахуванням потреб ринку.

ПРН 14. Використовувати спеціалізовані знання та уміння для організації управління в туризмі, зокрема, рекламні методи.

ПРН 15. Використовувати спеціалізовані знання та уміння для ведення підприємницької діяльності в туризмі та туристичній рекламі.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1 .

Просторова структура сучасного світового господарства. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг.

Тема 1. *Поняття та аналіз світового ринку туристичних послуг. Структурні компоненти туристичного ринку. Основні чинники, що лежать в основі формування та розвитку ринку туристичних послуг. Класифікації ринків туристичних послуг за різними ознаками.*

Змістовий модуль 2 .

Специфіка послуг туристичного ринку.

Тема 2. *Визначення та специфічні ознаки послуг туристичного ринку. Стандарти у наданні послуг. Класифікаційні групи послуг. Регулювання експортно-імпортних відносин у сфері послуг.*

Змістовий модуль 3 .

Індустрія туризму - основа розвитку національного ринку туристичних послуг.

Тема 3. *Поняття та структура індустрії туризму. Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс, її роль у господарському комплексі країни. Державна туристична політика. Гостинність. Класифікація підприємств розміщення. Готельні мережі. Транспортні послуги в туризмі.*

Тема 4. *Туристичні ресурси та підприємства. Класифікація туристичних ресурсів. Суспільно-географічний комплекс. Закономірності розвитку індустрії туризму.*

Змістовий модуль 4 .

Сегментація та геопросторова організація туристичного процесу.

Тема 5. *Сегментація туристичного ринку. Умови та чинники формування попиту. Культура – суттєвий чинник розвитку туризму. Тип та характерні ознаки споживчої поведінки. Соціальні чинники впливу на споживчу поведінку. Критерії класифікації стилів життя. Структура витрат туриста.*

Змістовий модуль 5 .

Тур як основний продукт на ринку туристичних послуг

Тема 6. *Класифікація турів. Принципи та методика розробки турів. Ціноутворення. Ринкова стратегія виробника.*

Змістовий модуль 6 .

Упровадження інновацій на ринку туристичних послуг.

Тема 7. *Інформаційні технології на ринку туристичних послуг. Основні інноваційні напрями діяльності, які мають найбільший вплив на розвиток ринку туристичних послуг.*

Змістовий модуль 7 .

Ринок туристичних послуг України.

Тема 8. *Чинники, які впливають на територіальну організацію ринку туристичних послуг регіону. Демографічні та соціально-економічні чинники. Природні та історико-культурні туристичні ресурси. Інфраструктурні туристичні ресурси.*

4. СТРУКТУРА ТА ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин										
	денна форма						заочна форма				
	усього	у тому числі					усього	у тому числі			
л		п	лаб.	інд.	с.р.	л		п	лаб.	інд.	с.р.
Змістовий модуль 1. Просторова структура сучасного світового господарства. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг.											
1. Поняття та аналіз світового ринку туристичних послуг. Структурні компоненти туристичного ринку. Основні чинники, що лежать в основі формування та розвитку ринку туристичних послуг. Класифікації ринків туристичних послуг за різними ознаками.	12	2	2			8	10	0	0		10
Разом за змістовим модулем 1	12	2	2			8	10	0	0		10
Змістовий модуль 2. Специфіка послуг туристичного ринку.											
2. Визначення та специфічні ознаки послуг туристичного ринку. Стандарти у наданні послуг. Класифікаційні групи послуг. Регулювання експортно-імпортних відносин у сфері послуг.	12	2	2			8	14	2	2		10
Разом за змістовим модулем 2	12	2	2			8	14	2	0		10
Змістовий модуль 3. Індустрія туризму - основа розвитку національного ринку туристичних послуг.											
3. Поняття та структура індустрії туризму. Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс, її роль у господарському комплексі країни. Державна туристична політика. Гостинність. Класифікація підприємств розміщення. Готельні мережі. Транспортні послуги в туризмі.	12	2	2			8	12	2	0		10
4. Туристичні ресурси та підприємства. Класифікація туристичних ресурсів. Суспільно-географічний комплекс. Закономірності розвитку індустрії туризму.	12	2	2			8	10	0	0		10
Разом за змістовим модулем 3	24	4	4			16	22	0	0		20
Змістовий модуль 4. Сегментація та геопросторова організація туристичного процесу.											
5. Сегментація туристичного ринку. Умови та чинники формування попиту. Культура – суттєвий чинник розвитку туризму. Тип та характерні ознаки споживчої поведінки. Соціальні чинники впливу на споживчу поведінку. Критерії класифікації стилів життя.	12	2	2			8	10	0	0		10

Структура витрат туриста.													
Разом за змістовим модулем 4	12	2	2			8	10	0	0				10
Змістовий модуль 5. Тур як основний продукт на ринку туристичних послуг.													
6. Класифікація турів. Принципи та методика розробки турів. Ціноутворення. Ринкова стратегія виробника.	12	2	2			8	14	2	2				10
Разом за змістовим модулем 5	12	2	2			8	14	2	0				10
Змістовий модуль 6. Упровадження інновацій на ринку туристичних послуг.													
7. Інформаційні технології на ринку туристичних послуг. Основні інноваційні напрями діяльності, які мають найбільший вплив на розвиток ринку туристичних послуг.	12	2	2			8	10	0	0				10
Разом за змістовим модулем 6	12	2	2			8	10	0	0				10
Змістовий модуль 7. Ринок туристичних послуг України.													
8. Чинники, які впливають на територіальну організацію ринку туристичних послуг регіону. Демографічні та соціально-економічні чинники. Природні та історико-культурні туристичні ресурси. Інфраструктурні туристичні ресурси.	6	2	0			4	10	0	0				10
Разом за змістовим модулем 7	6	2	0			4	10	0	0				10
Усього годин	90	16	14			60	90	6	4				80

5. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Не передбачено планом

6. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Д.ф.н.	З.ф.н.
Змістовий модуль 1. Просторова структура сучасного світового господарства. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг.			
1	Класифікація туристичних ринків в залежності від мети подорожі, за державною ознакою, типи національних туристичних ринків. Міжнародні туристичні організації.	2	0
Змістовий модуль 2. Специфіка послуг туристичного ринку.			
2	Поняття «послуга», та основні класифікації послуг. Міжнародні класифікаційні групи послуг. Характерні ознаки туристичних послуг. Основні, додаткові, супутні послуги. Стандарти у наданні туристичних послуг.	2	2
Змістовий модуль 3. Індустрія туризму - основа розвитку національного ринку туристичних послуг.			

3	Поняття «індустрія туризму». Структури індустрії туризму. Класифікація засобів розміщення. Світові мережі готелів представлені в Україні. Унікальні готелі України. Туристичні ресурси та підприємства. Туристичні, природні туристичні, історико-культурні туристичні ресурси світу та України.	2	0
Змістовий модуль 4. Сегментація та геопросторова організація туристичного процесу.			
4	Соціально-економічні чинники розвитку та функціонування ринку туристичних послуг. Вплив науково-технічного прогресу. Природні та екологічні умови. Мотивація подорожування.	2	0
Змістовий модуль 5. Тур як основний продукт на ринку туристичних послуг.			
5	Принципи та методика розробки турів. Складові ціноутворення. Етапи розробки туристичного маршруту. Сучасна практика порядку реалізації турів у світі та в Україні.	2	2
Змістовий модуль 6. Упровадження інновацій на ринку туристичних послуг.			
6	Інформаційні технології на ринку туристичних послуг. Інтернет-ресурси у сфері туризму. Сучасні способи замовлення та придбання туристичних послуг, розрахунків клієнтів з підприємствами туристичної галузі.	2	0
Змістовий модуль 7. Ринок туристичних послуг України.			
7	Культурна спадщина як чинник розвитку туристичного ринку України. Місце народних промислів, «зеленого» туризму на ринку туристичних послуг України.	2	
	Разом	14	4

7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ

Не передбачено планом

8. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Д.ф.н.	З.ф.н.
Змістовий модуль 1. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг.			
1	Структурні компоненти туристичного ринку. Типи національних туристичних ринків. Класифікації ринків туристичних послуг за різними ознаками.	8	10
Змістовий модуль 2. Специфіка послуг туристичного ринку.			
2	Заходи регулювання зовнішньоекономічної діяльності у сфері туристичних послуг. Національний, двосторонній, багатосторонній рівні регулювання. Взаємодія туристичного ринку і території.	8	10
Змістовий модуль 3. Індустрія туризму.			
3	Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс, її роль у господарському комплексі країни. Державна туристична політика України. Гостинність. Узагальнена класифікація підприємств розміщення, історія і сучасність.	8	10

4	Туристичні ресурси. Наявні та потенційні ресурси. Предметно-сутнісний та діяльнісний підхід класифікації туристичних ресурсів. Класифікація за атрактивністю та цінністю. ЮНЕСКО.	8	10
Змістовий модуль 4. Сегментація та геопросторова організація туристичного процесу.			
5	Туристичний попит. Туризм – потужний чинник розвитку національної економіки. Ціннісні орієнтації різних категорій населення, та їх вплив на формування споживчої поведінки.	8	10
Змістовий модуль 5. Тур як основний продукт на ринку туристичних послуг.			
6	Туристичне споживання як результат ринкової діяльності. Програмне забезпечення туру. Організаційно-технічні засоби по забезпеченню туру. Планування туристичних маршрутів. Безпека туристичних послуг.	8	10
Змістовий модуль 6. Інновації на ринку туристичних послуг.			
7	Сучасні джерела туристичної інформації. Сучасна практика надання туристичних послуг в економічно розвинених країнах.	8	10
Змістовий модуль 7. Ринок туристичних послуг України.			
8	Сучасна реальність ринку туристичних послуг України. Зміна звичок і споживчої поведінки туристів.	4	10
	Разом	60	80

9. ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

9.1 ДЕННА ФОРМА НАВЧАННЯ

Кожен здобувач повинен виконати індивідуальні завдання у вигляді презентацій, проєктної роботи.

Метою виконання цих робіт є закріплення матеріалу курсу «Світовий ринок туристичних послуг».

Результатом виконання роботи є отримання здобувачем фахових компетентностей.

10. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Проведення лекційних і практичних занять, слайдові презентації (у програмі Power Point) з кожної теми, роздатковий матеріал, дискусійне обговорення проблемних питань. На практичних заняттях здобувачі застосовують свої теоретичні знання та практичний туристичний і споживчий досвід, роблять повідомлення та невеликі доповіді, творчі завдання.

11. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Усне опитування, виконання контрольних робіт, творчі завдання (написання есе), самостійне вивчення окремих тем курсу.

Оцінювання навчальних досягнень студентів за усіма видами навчальних робіт проводиться за поточним, модульним проміжним та підсумковим контролюми. Поточний контроль знань здобувачів з навчальної дисципліни здійснюється у формі усного опитування, письмового експрес-контролю, виступів здобувачів під час обговорення теоретичних питань. Модульний проміжний контроль проводиться з метою визначення стану поточної успішності студентів за певний період навчання.

Контроль самостійної роботи здійснюється:

з лекційного матеріалу — шляхом перевірки конспектів;

з практичних занять — за допомогою перевірки виконаних завдань.

Усі контрольні заходи включено до 100-бальної шкали оцінювання.

Підсумковий контроль здійснюється з метою оцінювання результатів навчання здобувачів за семестр. Підсумковий семестровий контроль знань відбувається на заліку в усній формі.

12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ

Залік				
Питання 1	Питання 2	Питання 3	Питання 4	СУМА
10 балів	10 балів	10 балів	10 балів	40 балів

Практичні заняття							
Практ. заняття 1	Практ. заняття 2	Практ. заняття 3	Практ. заняття 4	Практ. заняття 5	Практ. заняття 6	Практ. заняття 7	СУМА
5 балів	4 бали	4 бали	4 бали	5 балів	4 бали	4 бали	30 балів

Контрольні роботи (МКР)		
МКР 1	МКР 2	СУМА
10 балів	10 балів	20 балів

Підсумкова оцінка виставляється з урахуванням суми всіх балів, з додаванням 10 балів за ведення конспекта.

Шкала оцінювання

Оцінка за 100-бальною шкалою факультету	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Літера	Опис
90-100 балів	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89 балів	Добре	B	Добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81 балів	Добре	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
64-74 балів	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-63 балів	Задовільно	E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59 балів	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34 балів	Незадовільно	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним складанням)

13. Методичне забезпечення

1. Конспект лекцій з дисципліни «Світовий ринок туристичних послуг».
2. Презентації у програмі Power Point до кожної теми.
2. Методичні вказівки до практичних занять і самостійної роботи.

14. ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Об'єкт, предмет та завдання предмету «Ринок туристичних послуг».
2. Функції ринку туристичних послуг.
3. Ринок послуг як складова світового ринку. Специфічність послуг, їх основні класифікації.

4. Характерні ознаки та головні особливості туристичного ринку.
5. Функції ринку туристичних послуг.
6. Критерії класифікації туристичних підприємств та організацій як суб'єктів ринку туристичних послуг
7. Інфраструктура туристичного ринку та її складові.
8. Економічний механізм функціонування ринку туристичних послуг.
9. Попит та пропозиція на ринку туристичних послуг. Зони туристичного попиту.
10. Туристичні підприємства як суб'єкти ринку туристичних послуг.
11. Сегментація ринку туристичних послуг.
12. Формування ринку туристичних послуг.
13. Етапи становлення ринку туристичних послуг.
14. Етапи розвитку ринку туристичних послуг.
15. Основні тенденції ринку туристичних послуг.
16. Конкурентоспроможність туристичного ринку.
17. Конкурентоспроможність ринку туристичних послуг України
18. Сутність і чинники формування національного ринку туристичних послуг.
19. Характеристика типів національних ринків.
20. Класифікаційні ознаки туристичного ринку.
21. Типологічні ознаки національних туристичних ринків.
22. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку.
23. Методика дослідження національного туристичного ринку.
24. Оцінка умов і чинників функціонування національного турринку.
25. Комплексний аналіз рівня розвитку національного ринку.
26. Визначення напрямів розвитку турринку, стимулювання ринкової діяльності.
27. Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства.
28. Сегментація ринку туристичних послуг.
29. Послідовність інформаційного забезпечення маркетингових досліджень.
30. Етапи дослідження ринку.
31. Обґрунтування і вибір маркетингової політики.
32. Оцінка ефективності маркетингової політики туристичного підприємства.
33. Класифікація умов і чинників формування попиту.
34. Структура витрат туриста.
35. Характеристика основних сегментів туристичного попиту.
36. Тип і характерні ознаки поведінки споживачів туристичних послуг.
37. Основні принципи сегментації ринку туристичного попиту.
38. Характеристика основних сегментів ринку попиту.
39. Територіальна диференціація та концентрація туристичного попиту.
40. Генеруючі та реціпієнтні ринки.
41. Мотиваційні групи споживачів за ціннісними туристичними пріоритетами.
42. Особливості туристичного освоєння і етапність формування просторової організації туристичного споживання.
43. Зони туристичного споживання.
44. Структура світового ринку послуг.
45. Ринок послуг в структурі світового господарства.
46. Характеристика суб'єктів туристичного ринку.
47. Головні риси туристичного попиту.
48. Типи сезонних концентрацій туристичного попиту на ринку туристичних послуг.
49. Ринкова рівновага і механізм попиту та пропозиції.

50. Міжнародні організації та співробітництво на ринку туристичних послуг.
51. Сучасні тенденції українського ринку туристичних послуг.
52. Механізм обігу коштів на ринку туристичних послуг.
53. Особливості обігу інформації на ринку турпослуг.
54. Маркетинг туристичного ринку.
55. Кон'юнктура як інструмент оцінки стану ринкового середовища.
56. Конкурентоспроможність турпродукту.
57. Оцінка конкурентоспроможності України на субрегіональному ринку.
58. Конкурентні позиції України на туристичному ринку країн Центральної та Східної Європи.
59. Сутність туристичного споживання.
60. Обсяг і структура туристичного споживання.
61. Співвідношення попиту і пропозиції.
62. Основні показники, що характеризують туристичний процес на світовому господарському рівні.
63. Комплексний аналіз рівня розвитку національного ринку туристичних послуг.
64. Умови та чинники формування кон'юнктури ринків різного рівня.
65. Механізми регулювання ринку туристичних послуг.
66. Індустрія туризму та характеристика її складових.
67. Територіальна організація індустрії туризму та її елементів.
68. Структура туристичного ринку України.
69. Прогнози та перспективи ринку туристичних послуг України.
70. Схема функціонування ринку туристичних послуг.

15. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ВИКОРИСТАННЯ

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2016. – 436 с.
2. Любіцева О. Туристичні ресурси України: навч. посібник /О. Любіцева, Є. Панкова, В. Стафійчук. – К.: Альтерпрес, 2017. – 369 с.
3. Мальська М. П. Актуальні проблеми управління туристичною індустрією: навчальний посібник / М. П. Мальська, І. С. Пурська. – Львів : Вид. центр ЛНУ, 2016. – 78с.
4. Дехтяр Н. А. Наявність вільного часу як чинник формування попиту на туристичні послуги. Економічний простір. 2020. № 160. С. 96–102. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/160-18>
5. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні / Л.І. Гонтаржевська. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2018. – 180 с.
6. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
7. Годін С. Пурпурова корова! Як створити незабутній продукт / пер. з англ. З. Корабліна. Київ: Наш формат, 2018. 168 с.
8. Дехтяр Н. А. Інновації в туристичній галузі як засіб підвищення рівня економічної безпеки держави. Географія та туризм. 2013. № 24. С. 32–39.
9. Гейк Пол, Джексон Пітер. Вчись аналізувати ринок. Методика і практика. - Львів: Сейбр-Світло, 2015. – 270 с.
10. Глубоченко К. О., Дорошенко О. М. Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні. Modern Economics. 2021. № 30(2021). С. 71-75.
11. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: Монографія. За заг. ред. проф. В.Г. Герасименка. - Одеса :Астропринт, 2016. - 335 с.
12. Горіна Г.О. Світовий ринок туристичних послуг [Текст]: конспект лекцій / Г.О. Горіна ; ДонНУЕТ. – КривийРіг, 2016. – 110 с.

13. Горбенко В. О. Розвиток віртуального туризму – перспективний напрямок туристичної індустрії // Інформатика та інформаційні технології : матеріали студентської наукової конференції (м. Одеса, 20 квітня 2015 р.). Одеса : ОНЕУ, 2016. С. 44–47. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3031/1/Розвиток%20віртуального%20туризму%20-%20перспективний%20напрямок%20туристичної%20індустрії.pdf>
14. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Містичний туризм: сутність і перспективи розвитку у Львівській області. Бізнес Інформ. 2020. № 3. С. 128–137 DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-3-128-137>
15. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. Київ : КНТЕУ, 2015. 832 с.

16. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>
2. Офіційний сайт порталу відкритих даних Світового банку (World Bank Open Data). URL: <https://data.worldbank.org>
3. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC). URL: <https://wttc.org>
4. Сайт державного агентства з розвитку туризму – www.tourism.gov.ua.
5. Офіційний сайт Міністерства культури України – www.mincult.gov.ua.
6. Туристичний барометр України. URL: http://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html
7. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p#Text>
8. Вишнеvsька Г. Впровадження інноваційних технологій в індустрії туризму. Культурологічна думка. 2017. № 11. С. 231–239. URL: https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD11_Vyshnevskaya.pdf
9. В'їзд та виїзд туристичних потоків. Державна служба статистики України. URL: <http://www.dnestrstat.gov.ua/statinfo/tur/include/tur1.pdf> (дата звернення: 18.02.2022)

Розробник:

доктор філософії з Річкового та морського транспорту
Світлана Олексіївна Бойко