

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
Кафедра економіки і бізнесу**

ПОГОДЖЕНО

Гарант ОПП «Туризм»


доц. Демко В.С.

«31» серпня 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри,

к.е.н., доцент

 Лариса БОЛТЯНСЬКА

«31» серпня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Ринок туристичних послуг»

для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр»

зі спеціальності 242 «Туризм» за ОПП «Туризм»

(на основі повної загальної середньої освіти та ОКР «фаховий молодший
бакалавр»)

факультет економіки та бізнесу

2023 – 2024 н. р.


Робоча програма навчальної дисципліни «Ринок туристичних послуг» для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» зі спеціальності 242 «Туризм» за ОПП «Туризм» (на основі повної загальної середньої освіти та ОКР «фаховий молодший бакалавр»). – Запоріжжя, ТДАТУ. 2023. – 14 с.

Розробник: Лисак О.І., к.е.н., доцент

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки і бізнесу

Протокол № 1 від «30» серпня 2023 року

Завідувач кафедри економіки і бізнесу

к.е.н., доцент _____  Лариса БОЛТЯНСЬКА

31 серпня 2023 року

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу зі спеціальності 242 «Туризм» за ОПП «Туризм» (на основі повної загальної середньої освіти).

Протокол №1 від 4 вересня 2023 року

Голова, доц. _____ Юлія ВОРОНІНА

4 вересня 2023 року

© ТДАТУ, 2023 рік

1 ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	
Кількість кредитів 4	Галузь знань 24 «Сфера обслуговування» (шифр і назва)	обов'язкова	
Загальна кількість годин – 120 годин	Спеціальність 242 «Туризм»	Курс	Семестр
Змістових модулів - 2		4	8-й
Тижневе навантаження: аудиторних занять - 4 год. самостійна робота студента – 11 год.	Ступінь вищої освіти: «Бакалавр»	Вид занять	Кількість годин
		Лекції	16 год.
		Лабораторні заняття	-
		Практичні заняття	16 год.
		Семінарські заняття	-
		Самостійна робота	88 год.
		Форма контролю: екзамен	

2 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Будучи складовою світового господарства, ринок туристичних послуг безпосередньо залежний від дії і впливу основних світових господарських законів, закономірностей та їх специфічних проявів у сфері туризму. При цьому туристичний ринок як відкрита функціонально-галузева система зазнає на собі впливу усіх глобалізаційних процесів, притаманних сучасному етапові розвитку світової економіки. У зв'язку з цим, розвиток національного ринку туристичних послуг в умовах інтеграції до світового туристичного простору вимагає системного обліку і аналізу основних тенденцій розвитку міжнародного туризму, серед яких: глобалізація світового туристичного господарства, диверсифікація туристичного попиту і пропозиції, просторова поляризація світового туристичного ринку, перехід від природно-ресурсної до інвестиційно-інноваційної стадії розвитку туризму. Все це зумовлює особливу актуальність вивчення дисципліни «Ринок туристичної послуг» студентами спеціальностей «Туризм».

Основна мета дисципліни «Ринок туристичних послуг» полягає у формуванні у студентів базових знань та навичок з теоретичних засад та практичних умінь аналізу закономірностей, факторів та тенденцій розвитку ринку туристичних послуг, набуття навиків управління ним.

Завданнями дисципліни «Ринок туристичних послуг» є вивчення теоретико-методологічних засад розвитку ринку туристичних послуг; оволодіння навичками щодо визначення кон'юнктури та сучасних трендів розвитку туристичного ринку; оволодіння методами діагностики стану та особливостей розвитку світового і національного ринків туристичних послуг; дослідження системної взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг; вивчення імперативів розвитку ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації.

Результати навчання (з урахуванням soft skills)

Інтегральна компетентність

Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю і невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК 4. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.

ЗК 9. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми.

Фахові компетентності

ФК 18. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління.

ФК 26. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу.

ФК 28. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших культур, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.

ФК 30. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

Програмні результати навчання

РН 3. Знати і розуміти основні форми туризму і їх поділ.

РН 7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

РН 12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.

РН 16. Діяти у відповідності із принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.

РН 20. Виявляти проблемні ситуації та пропонувати шляхи їх розв'язання.

Soft skills:

- **комунікативні навички:** письмове, вербальне й невербальне спілкування; - уміння спілкуватися по e-mail; вести суперечки і відстоювати свою позицію, спілкування в конфліктній ситуації; навички створення, керування й побудови відносин у команді.

- **уміння виступати привселюдно:** навички, необхідні для виступів на публіці; проводити презентації.

- **керування часом** - уміння справлятися із завданнями вчасно.

- **гнучкість і адаптивність:** гнучкість, адаптивність і здатність мінятися; уміння аналізувати ситуацію, орієнтування на вирішення проблем.

- **лідерські якості:** уміння спокійно працювати в напруженому середовищі; уміння ухвалювати рішення; уміння встановлювати мету, планувати.

- **особисті якості:** креативне й критичне мислення; етичність, чесність, терпіння, повага до навколишніх.

Міждисциплінарні зв'язки з урахуванням структурно-логічної схеми ОПШ «Туризм».

Перелік навчальних дисциплін, знання з яких потрібні для вивчення освітньої компоненти Ринок туристичних послуг: «Аналіз діяльності підприємств туристичної галузі».

Перелік навчальних дисциплін, вивчення яких у подальшому базується на матеріалі освітньої компоненти Ринок туристичних послуг: державна атестація, дипломне проектування.

3 ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади формування та розвитку ринку туристичних послуг

Тема 1. Ринок туристичних послуг та його територіальна організація.

Ринок послуг в структурі світового господарства. Поняття світового ринку. Поняття «послуги». Основні класифікації послуг.. Специфіка туристичної послуги, характерні ознаки туристичного ринку.

Поняття ринку туристичних послуг. Структура ринку туристичних послуг. Функції ринку туристичних послуг. Туристичні підприємства. Сегменти туристичного ринку. Система показників туристичного ринку. Основні етапи еволюції ринку турпослуг.

Тема 2. 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. 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.

Тема 3. Національні туристичні ринки: структура та типологія.

Поліструктурність туристичного ринку. Класифікаційні ознаки туристичного ринку. Типологія національних туристичних ринків. Типи національних туристичних ринків.

Тема 4. Геопросторове дослідження туристичного ринку. Методика макрорегіональних досліджень 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 тинку. Принципова модель дослідження туристичного ринку. Дослідження стану і напрямів розвитку національного ринку як складової регіонального та глобального ринків туристичних послуг.

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.

Змістовний модуль 2. Організація функціонування ринку туристичних послуг

Тема 5. Умови і чинники формування попиту на послуги туризму.

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.

Тема 6. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту. Тур як основний ринковий продукт.

Сегментування туристичного ринку. Типи туристів. Поняття, вимоги та обмеження туристичного ринку. Види сегментування туристичного ринку. Сегментування за географічною ознакою. Сегментування за геодемографічною ознакою. Сегментування за демографічною ознакою. Сегментування за соціально-економічною ознакою. Сегментування за психографічною ознакою. Сегментування за поведінковою ознакою. Багатомірне сегментування. Методи сегментування туристичного ринку. Сутність туристичного попиту, основні риси. Потреби і попит. Споживчий вибір в туризмі. Сучасні тенденції туристичного попиту.

Класифікація турів. Принципи та методика розробки турів. Ціноутворення. Ринкова стратегія виробника

Тема 7. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг. Кон'юнктура туристичного ринку

Механізми регулювання ринку туристичних послуг. Умови та чинники формування кон'юнктури ринків різного рівня. Кон'юнктура як інструмент оцінки стану ринкового середовища. Конкурентоспроможність турпродукту. Оцінка конкурентоспроможності України на субрегіональному ринку. Конкурентні позиції України на туристичному ринку країн Центральної та Східної Європи.

Тема 8. Закономірності функціонування туристичного ринку.

Прояв дії загальних законів в туризмі. Закономірності формування ринку туристичних послуг. Туризм як геопросторовий процес і його специфічні ознаки. Суспільно-географічні закони і закономірності в туризмі. Закономірності геопросторової організації туристичного ринку.

4 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість			балів
			годин			
			лж	пр.	СРС	
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади формування та розвитку ринку туристичних послуг						
1	Лекція 1	Ринок туристичних послуг та його територіальна організація.	2			
	Практичне заняття 1-2	Ринок туристичних послуг та його територіальна організація.		2		3
	Самостійна робота 1	Виконання практичних завдань, робота на ОП			8	2
2	Лекція 2	Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг.	2			
	Практичне заняття 3-4	Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг.		2		4
	Самостійна робота 2	Виконання практичних завдань, робота на ОП			8	2
3	Лекція 3	Національні туристичні ринки: структура та типологія.	2			
	Практичне заняття 5-6	Національні туристичні ринки: структура та типологія.		2		4
	Самостійна робота 3	Виконання практичних завдань, робота на ОП			8	3
4	Лекція 4	Геопросторове дослідження туристичного ринку.	2			
	Практичне заняття 7-8	Геопросторове дослідження туристичного ринку.		2		4
	Самостійна робота 4	Виконання практичних завдань, робота на ОП			8	3
5-6	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК I			12	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль I				10
Всього за змістовий модуль 1 – 60 год.			8	8	44	35
Змістовий модуль 2. «Організація функціонування ринку туристичних послуг»						
7	Лекція 5	Геопросторове дослідження туристичного ринку.	2			
	Практичне заняття 11-12	Умови і чинники формування попиту на послуги туризму.		4		3
	Самостійна робота 6	Виконання практичних завдань, робота на ОП			8	2
8	Лекція 7	Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту. Тур як основний ринковий продукт.	2			

	Практичне заняття 13-14	Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту. Тур як основний ринковий продукт.		2		3
	Самостійна робота 7	Виконання практичних завдань, робота на ОП			8	3
9	Лекція 8	Регуляторні механізми ринку туристичних послуг. Кон'юнктура туристичного ринку	2			
	Практичне заняття 15-16	Регуляторні механізми ринку туристичних послуг. Кон'юнктура туристичного ринку		2		3
	Самостійна робота 8	Виконання практичних завдань, робота на ОП			8	3
10	Лекція 9	Закономірності функціонування туристичного ринку.	2			
	Практичне заняття 17-18	Закономірності функціонування туристичного ринку.		2		3
	Самостійна робота 9	Виконання практичних завдань, робота на ОП			8	2
11-12	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК II			12	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль II				10
Всього за змістовний модуль 2 – 60 год.			8	8	44	35
Екзамен						30
Всього з навчальної дисципліни – 120 год.			16	16	88	100

5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 1

1. Ринок послуг в структурі світового господарства.
2. Поняття «послуги». Основні класифікації послуг.
3. Специфіка туристичної послуги, характерні ознаки туристичного ринку.
4. Поняття ринку туристичних послуг.
5. Структура ринку туристичних послуг.
6. Функції ринку туристичних послуг.
7. Сегменти туристичного ринку.
8. Система показників туристичного ринку.
9. Основні етапи еволюції ринку турпослуг.
10. Формування національного туристичного ринку.
11. Поняття «індустрія туризму». Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс, її місце і роль у господарському комплексі країни.
12. Структура індустрії туризму.
13. Характеристика складових індустрії туризму.
14. Територіальна організація індустрії туризму, її елементи.
15. Сутність і чинники формування національного ринку туристичних послуг.
16. Поліструктурність туристичного ринку.
17. Класифікаційні ознаки туристичного ринку.
18. Типологія національних туристичних ринків.
19. Типи національних туристичних ринків.
20. Парадигми дослідження туристичного ринку.
21. Структурно-логічна схема суспільно-географічного дослідження туристичного ринку.
22. Модель реалізації компонентного системно-структурного просторово-часового аналізу регіонального туристичного тинку.
23. Принципова модель дослідження туристичного ринку.
24. Методика дослідження туристичного ринку макрорівня.
25. Оцінка умов і чинників функціонування національного ринку туристичних послуг.
26. Дослідження зовнішньої функції національного ринку туристичних послуг.
27. Методика дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг.
28. Комплексний аналіз національного туристичного ринку.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 2

1. Класифікація умов і чинників, їх вплив на формування попиту та послуги туризму.
2. Стиль життя як інтегральний чинник туристичного попиту. Критерії класифікації стилів життя.
3. Характеристика туристичного попиту.
4. Структура витрат туриста.
5. Мотиваційні пріоритети і процес прийняття рішень.
6. Тип і характерні ознаки поведінки споживачів туристичних послуг.
7. Сегментування туристичного ринку. Типи туристів.
8. Поняття, вимоги та обмеження туристичного ринку.
9. Види сегментування туристичного ринку.
10. Методи сегментування туристичного ринку.
11. Сутність туристичного попиту, основні риси. Потреби і попит.
12. Споживчий вибір в туризмі.
13. Сучасні тенденції туристичного попиту.
14. Класифікація турів.
15. Принципи та методика розробки турів.
16. Ціноутворення. Ринкова стратегія виробника.
17. Механізми регулювання ринку туристичних послуг.
18. Умови та чинники формування кон'юнктури ринків різного рівня.
19. Конкурентоспроможність турпродукту.
20. Оцінка конкурентоспроможності України на субрегіональному ринку.
21. Конкурентні позиції України на туристичному ринку країн Центральної та Східної Європи.
22. Прояв дії загальних законів в туризмі.
23. Закономірності формування ринку туристичних послуг.
24. Туризм як геопросторовий процес і його специфічні ознаки.
25. Суспільно-географічні закони і закономірності в туризмі.
26. Закономірності геопросторової організації туристичного ринку.

6 МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Методи навчання, які використовуються в процесі проведення лекційних та практичних занять з навчальної дисципліни Ринок туристичних послуг: лекції з використанням мультимедійних презентацій та проблемного викладання, робота в групах, розв'язування ситуаційних завдань, кейсів.

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Горіна Г.О. Світовий ринок туристичних послуг [Текст] : конспект лекцій / Г.О. Горіна ; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2016. – 110 с.
2. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
3. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / Любіцева О. О. – К. : Альтерпрес, 2006. – 436 с.
4. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – Київ : ЦУЛ, 2007. – 424 с.
5. Мельниченко С. В. Управління бізнес-процесами в туризмі : монографія / С. В. Мельниченко, К. А. Шеєнкова ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К. : КНТЕУ, 2015. – 263 с.
6. Сагалакова Н. О. Туризм: бізнес-процеси, ціни і ціноутворення : монографія / Н. О. Сагалакова ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 415 с.
7. Яцишина І. В. Організація підприємницької діяльності в туризмі : навч.-метод. посіб. / І. В. Яцишина; Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. Івана Огієнка, Екон. ф-т, Каф. туризму та екон. теорії. – Кам'янець-Подільський : Сисин Я. І. : Абетка, 2015. – 117 с.

Додаткова

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. – К. : Знання України, 2002. – 358 с.
2. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Дядечко Л. П. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 224 с.
3. Любіцева О. Туристичні ресурси України: навч. посібник / О. Любіцева, Є. Панкова, В. Стафійчук. – К.: Альтерпрес, 2007. – 369 с.
4. Мальська М. П. Особливості туристичних послуг: проблеми пов'язані з їх просуванням / М. П. Мальська, Ю. С. Занько // Географія і туризм: європейський досвід. Матеріали II міжнар. наук. конф. – (Львів–

- Славське, 25–28 вересня 2008 р.). – Львів : Вид. центр ЛНУ, 2008. – С. 87–89.
5. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М.П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, – 661 с.
 6. 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.
 7. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с
 8. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В. Ф. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2003. – 300 с.
 9. 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.
 10. Україна: конкурування в світовій економіці – Стратегії успіху / Агентство США з міжнародного розвитку USAID UKRANE. – К. : [б. в.], 2005. – 172 с.
 11. Устименко Л. М. Історія туризму : навч. посіб. / Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. – К. : Аль-терпрес, 2005. – 320 с.
 12. Холлоуей Дж. Туристический бизнес : пер. с 7-го англ. изд. / Холлоуей Дж., Тейлор Н. – К. : Знання, 2007. – 798 с.
 13. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. / Школа І. М. – Чернівці : [б. в.], 2003. – 662 с.
 14. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
 15. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 World Economic Forum. – Geneva : [s. 1.], 2015. – 501 с. 20. Travel & Tourism Economic Impact 2016 Ukraine / World Travel & Tourism Council. – London : [s. 1.], 2016. – 24 с.

8. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Освітній портал ТДАТУ <http://op.tsatu.edu.ua/login/index.php>
2. Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>
3. Методичний кабінет кафедри економіки і бізнесу.
4. Сайт кафедри економіки і бізнесу <http://www.tsatu.edu.ua/et/>
5. Internet.