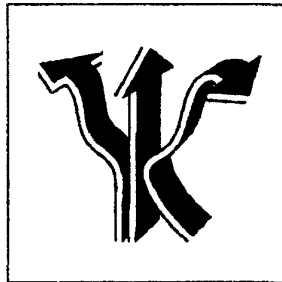


**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ
ЗАКЛАД
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**



МАУП

**Методичні рекомендації щодо самостійної роботи студентів з дисципліни
«Ринок міжнародних туристичних послуг»**

(для бакалаврів)

Київ-2018

Підготовлено доктором філософії в галузі економіки професором Кобржицьким В.В.

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри міжнародних відносин та організації туристичної діяльності (Протокол № 3 від 25 жовтня 2018 року)

Затверджено на засіданні Навчально-наукового інституту міжнародних відносин та соціальних наук (Протокол № 2 від 26 вересня 2018 року)

Кобржицький В.В. Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни „Ринок міжнародних туристичних послуг” (для бакалаврів). – К.: МАУП, 2018.– 26 с.

Методична розробка містить пояснювальну записку, тематичний план дисципліни „Ринок міжнародних туристичних послуг”, методичні вказівки для самостійного вивчення кожної теми, контрольні питання, список літератури.

Пояснювальна записка

Самостійна робота студентів є безумовно важливою складовою частиною навчального процесу, що сприяє активізації засвоєння знань, умінь та навичок студентами та їх практичній реалізації, допомагає формуванню у студентів уміння навчатися, та водночас є високоефективним засобом опанування навчального матеріалу у вільний від обов'язкових навчальних занять час.

Метою самостійної роботи студентів є сприяння засвоєнню навчальної програми дисципліни „Ринок міжнародних туристичних послуг” в повному обсязі, формування самостійності як особистісної риси та важливої професійної якості, сутність якої полягає в умінні планувати, організовувати, систематизувати та контролювати власну перспективну та повсякденну діяльність.

Найважливішим завданням даної навчальної дисципліни є сприяння персоналу підприємств туристичної галузі в організації діяльності та оперативній адаптації до змін, котрі постійно відбуваються у зовнішньому середовищі організації.

Мета вивчення дисципліни полягає:

- в оволодінні системою знань у сфері управління туристичною діяльністю, основними поняттями та категоріями ринку послуг туристичного бізнесу та розробці ефективного процесу обслуговування споживачів;
- у визначенні місця та ролі туристичного бізнесу в третинному секторі вітчизняної економіки;
- у визначенні основних принципів формування ринку туристичних послуг та ознайомленні з механізмом його регулювання;
- у закріпленні та систематизації одержаних знань, їх практичному застосуванні під час виконання творчих індивідуальних завдань і робіт, а також виявлення недоліків та упущень у системі знань із предмету „ Ринок туристичних послуг ”.

Об'єктом вивчення дисципліни " Ринок міжнародних туристичних послуг " є існуючі ресурси та концепції розвитку світового ринку туристичних послуг, міжнародне регулювання та ведення процесу надання туристичних послуг і динамічного управління ними.

Предметом дисципліни є вивчення досвіду вітчизняних і міжнародних підприємств по наданню туристичних послуг юридичним і фізичним особам, діяльність національних і міжнародних організацій, що здійснюють регулювання міжнародної торгівлі туристичними послугами.

Зміст самостійної роботи студента з дисципліни „Ринок міжнародних туристичних послуг” визначається навчальною програмою дисципліни, методичними матеріалами, завданнями викладача.

Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених для вивчення навчальної дисципліни „Ринок туристичних послуг”: підручниками, навчальними та методичними посібниками, методичними матеріалами для самостійної роботи студентів, конспектом лекцій тощо.

Після засвоєння навчальної дисципліни студент **повинен знати**:

- основні принципи організації та управління діяльністю підприємств туристичної галузі;
- класифікацію та сегментацію ринку туристичних послуг;
- індустрію та організацію туризму в різних регіонах;
- функції, принципи та методи управління туристичним бізнесом;
- порядок створення закладів послуг і технологію процесів обслуговування клієнтів фірми;
- умови формування та тенденції розвитку ринку туристичних послуг в Україні.

Також студент **повинен уміти**:

- вільно орієнтуватися в нормативно-правовій базі туризму;
- аналізувати стан і організацію туристичного бізнесу в різних регіонах і сучасні туристичні потоки;
- оцінювати роль і місце туризму в розвитку економіки країни чи певного її регіону;
- приймати ефективні управлінські рішення щодо розробки сучасних туристичних маршрутів;
- розраховувати туристичні потреби населення та країни;
- формувати індустрію гостинності й туризму.

Самостійна робота студентів з навчальної дисципліни „Ринок міжнародних туристичних послуг” організовується з дотриманням наступних вимог:

- обґрунтування необхідності завдань загалом, а також конкретного завдання зокрема;
- надання детальних методичних рекомендацій щодо виконання роботи;
- надання можливості студентам виконувати творчі роботи, що відповідають умовно-професійному рівню засвоєння знань, при цьому не обмежуючи їх виконанням стандартних завдань;
- підтримання постійного зворотного зв'язку зі студентами у процесі виконання самостійної роботи.

Перелік завдань для самостійної роботи, форми її організації та звітності, термін виконання та кількість балів, які можна отримати за виконання завдань, визначаються викладачем кафедри при розробці робочої навчальної програми дисципліни (розділу "Самостійна робота студентів").

Студенти, які розпочинають вивчати дисципліну „Ринок міжнародних туристичних послуг”, повинні бути поінформовані викладачем щодо організації самостійної роботи, її форм та видів, термінів виконання, форм контролю та звітності, кількості балів за виконання завдань тощо.

Організація та контроль процесу й змісту самостійної роботи та її результатів здійснюються викладачами кафедри.

Оцінки (бали), одержані студентами за виконання різних видів самостійної роботи, фіксуються викладачами і повинні бути доведені до відома студентів.

1. Тематичний план дисципліни “Ринок міжнародних туристичних послуг”

№ з/п	Назва змістового модуля і теми
Змістовий модуль I. Теоретичні основи вивчення ринку туристичних послуг	
1	Світовий ринок послуг як об’єкт вивчення.
2	Методи вивчення та статистика міжнародного туризму.
3	Туристсько-рекреаційні потреби та їх вплив на формування основних туристичних потоків. Туристські пропозиції.
Змістовий модуль II. Світовий туристичний ринок	
4	Структура та характеристики національних туристичних ринків.
5	Структура сучасного туристичного ринку. Основні сегменти туристичної індустрії.
6	Розробка маршрутів і формування турів. Технологія обслуговування клієнтів.
7	Транспортне, ресторанне та екскурсійне обслуговування туристів.
8	Допоміжні сегменти індустрії туризму .
Змістовий модуль III. Сучасна глобалізація економіки та управління туристичним бізнесом	
9	Глобалізація туризму та регулювання ринку турпослуг
10	Договірні відносини в туристичному бізнесі. Вектори перспективного розвитку світових ринків туристичного бізнесу. Український туризм у XXI ст.

2.Методичні вказівки для самостійного вивчення кожної теми

Змістовий модуль I. Теоретичні основи вивчення ринку туристичних послуг

Тема 1. Світовий ринок послуг як об’єкт вивчення

Світовий ринок товарів і послуг. Туризм як типова та одна з найважливіших послуг світового ринку.

Структура предмета і його зв'язок з іншими навчальними дисциплінами.

Поняття туристичного і суміжних із ним видів бізнесу. Класифікація туризму за видами і формами.

Чинники розвитку туризму на світовому та національному рівнях.

Темати рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Туризм як соціально-культурне явище.
3. Стан розвитку туризму в західноєвропейських країнах.
4. Історія розвитку туризму на теренах України.
5. Актуальні проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні.
6. Актуальні проблеми управління туристичними підприємствами в Україні.
7. Особливості туристичного і готельного бізнесу як об'єктів управління.
8. Суспільне значення туристичної галузі для поліпшення ситуації на ринку послуг.
9. Законодавче регулювання туристичного бізнесу в Україні.
10. Правове забезпечення туризму в Україні.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Сутність поняття «туристичні послуги».
2. Сутність поняття «основні та суміжні послуги».
3. Сутність поняття «туристичний продукт».
4. Сучасний комплекс туристичних послуг.
5. Основні форми туризму.
6. Місце міжнародного туризму в сучасній світовій економіці.
7. Туристська пропозиція.
8. Типологія туристів.
9. Основні (характерні) туристичні послуги.
10. Супутні туристичні послуги.

Тести для самоконтролю

1. Під туризмом слід розуміти:

- а) можливість задоволення духовних потреб та інших прав людини при переїзді з місця постійного до місця тимчасового проживання;
- б) тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування;

- в) спеціальну форму переміщення осіб із місця їх постійного проживання на короткий термін;
- г) подорож особи до іншої місцевості чи населеного пункту на термін, що перевищує 24 години.

2. Готелем називається:

- а) підприємство, що надає спеціальні послуги подорожнім;
- б) суб'єкт підприємницької діяльності, що виробляє та реалізує послуги по розміщенню осіб;
- в) місце тимчасового проживання людей, які з різних причин опинились не в пункті свого постійного проживання;
- г) підприємство, що надає специфічні послуги з розміщення, харчування та ін. За відповідну плату особам, які потребують їх у певний момент відповідно до їх життєвих обставин.

3. Туристичний продукт -це:

- а) попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, котрий поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, розміщення та інші туристичні послуги (організація відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо);
- б) використання наявних ресурсів для організації якісного відпочинку громадян за попередньо встановленою ціною на подібні послуги;
- в) комплекс туристичних послуг;
- г) пропонуваній для реалізації на ринку комплекс туристичних і суміжних послуг у кількості не менше трьох за попередньо встановленою ціною.

4. Сучасний розвиток туристичної інфраструктури в Україні:

- а) можна вважати цілком задовільним;
- б) можна вважати досить непоганим попри наявні деякі незначні недоліки організації та недостатньої інноваційної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності;
- в) недостатній та потребує інтенсивного планомірного розвитку;
- г) незадовільний.

5. Законодавчими актами, що регулюють діяльність підприємств туристичної галузі є такі:

- а) Закони України, Постанови Кабінету міністрів, накази профільних міністерств та відомств;
- б) Закон України "Про господарські товариства", Господарський кодекс України, Митний кодекс України, Закон України "Про підприємства", Закон України "Про підприємництво в Україні", Закон України "Про туризм" та ін.;
- в) Закон України "Про Кабінет Міністрів України", Закон України "Про туризм"; Закон України "Про господарські товариства", Господарський кодекс України, Митний кодекс України та ін.;
- г) Закон України "Про власність", Закон України "Про підприємництво", Закон України "Про підприємства в Україні", Закон України "Про внесення змін до закону України "Про туризм", Закон України "Про господарські товариства", Господарський кодекс України, Митний кодекс України та ін.

Література: [1,2,4,6,7,9,10,15,22,26]

Тема 2. Методи вивчення та статистика міжнародного туризму

Соціальна сфера як зовнішнє середовище туризму.
Вплив політики на розвиток туризму.

Системний підхід у вивченні туризму. Економічні функції туризму.

Екологія і туризм. Технології, що забезпечують розвиток туризму.

Туристичний регіон. Система туристичного регіону. Сфера діяльності туристичного регіону.

Туристичні підприємства. Класифікація туристичних підприємств.
Ознаки відмінності туристичних підприємств. Поняття структур управління туризмом, формальні й неформальні організації туризму.

Статистика туристських потоків. Туристські прибуття та вибуття.
Статистичний облік у туризмі та основні напрями його вдосконалення.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Специфіка процесів інтернаціоналізації та глобалізації третинного сектору економіки.
3. Міжнародний туризм як чинник глобалізації світової економіки.
4. Інтернаціоналізація сучасного туристичного бізнесу.
5. Рушійні сили економічної глобалізації.
6. Взаємовплив розвитку світового ринку послуг та світового туризму.
7. Вплив загострення конкурентної боротьби у сфері туризму на розвиток готельного господарства.
8. Сучасні структури управління туризмом на глобальному та національному рівнях.
9. Світові тенденції у формуванні міжнародних готельних і ресторанних мереж.
10. Сучасний туристичний регіон.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Основні причини процесів глобалізації світової економіки.
2. Головні проблеми, що стоять перед підприємствами сфери туризму у зв'язку з поглибленням глобалізації.
3. Вплив, який здійснюють регіональні та глобальні об'єднавчі процеси на розвиток міжнародного туризму.
4. Залежність рівня конкуренції в туристичній галузі від рівня економічного розвитку країни.
5. Спільні та відмінні риси інтернаціоналізації та глобалізації світового ринку туристичних послуг.

6. Глобалізація маркетингових комунікацій у туристичному бізнесі.
7. Особливості сучасних конкурентних переваг міжнародних і регіональних туроператорів.
8. Вплив розвитку сучасних засобів зв'язку на еволюцію міжнародного туризму.
9. Особливості міжнародної конкуренції в сучасних умовах розвитку ринку туристичних послуг.
10. Вплив стану розвитку ринку туристичних послуг на характер конкуренції в галузі.

Тести для самоконтролю

1. Кілька готелів, що належать одному власнику і знаходяться в межах однієї країни складають:

- а) міжнародну готельну мережу;
- б) готельну мережу національного рівня;
- в) готельну мережу регіонального рівня;
- г) правильної відповіді немає.

2. Загострення конкурентної боротьби на ринку готельних і транспортних послуг:

- а) має вирішальний вплив на розвиток міжнародного туризму;
- б) не має істотного впливу на розвиток туристичного бізнесу;
- в) негативно впливає на туристичний бізнес;
- г) позитивно впливає на туристичний бізнес.

3. На формування конкурентних переваг туристичних фірм певної країни у глобальному масштабі мають вплив наступні чинники:

- а) політична стабільність, прозорість державної влади, багатопартійність, захист прав людини, гармонізація національного законодавства з міжнародними правовими нормами;
- б) діяльність вітчизняних підприємств та організаційна міжнародних ринках, конфесійна та національна толерантність, захист прав людини;
- в) рекламна діяльність вітчизняних виробників, політична та економічна стабільність у державі, багатопартійність та структурованість представницьких органів влади;
- г) низький рівень корупції, політична стабільність, прозорість владних структур, ефективна діяльність вітчизняних маркетологів, гармонізація законодавства з міжнародними правовими нормами.

4. Світовими тенденціями, що активно сприяли втраті колишнього значення державних і митних кордонів та глобалізації світової економіки є наступні:

- а) міжнародна економічна інтеграція, зростання ролі ТНК, міжнародна спеціалізація виробництва і торгівлі товарами та послугами, розширення експорту прямих інвестицій з Північної Америки, Західної Європи та Східної Азії;
- б) глобалізація фінансів, третинного сектору економіки, управлінських функцій та проблем довілля;

в) відповіді «а» та «б» правильні;

г) правильних відповідей немає.

5. Конкурентні переваги країни мають забезпечувати національну безпеку та відповідати національним інтересам на таких рівнях:

а) основних інтересів – створення умов для набуття та збереження стратегічної стійкості країни;

б) внутрішніх інтересів – забезпечення процесів формування і розвитку країни;

в) зовнішніх інтересів – забезпечення розвитку країни як суб'єкта світового господарства;

г) усі відповіді правильні.

Література: [2-4,9,12,15,17]

Тема 3. Туристсько-рекреаційні потреби та їх вплив на формування основних туристичних потоків. Туристські пропозиції.

Обсяги та структура туристсько-рекреаційних потреб.

Сучасні підходи до вивчення потреб туристів.

Світові туристичні донори та акцептори. Географічні особливості регіонів прийому та відправки туристів. Сучасні тенденції географії міжнародних туристичних потоків.

Турпродукт і чинники його виробництва. Сутність туристської пропозиції. Особливості туристської пропозиції в різних сегментах ринку.

Темі рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Туристично-рекреаційні потреби сучасної людини.
3. Сучасні підходи до вивчення туристично-рекреаційних потреб.
4. Ексклюзивність послуг сучасних об'єктів готельного бізнесу – запорука комерційного успіху туристичної галузі.
5. Причини та основні тенденції нерівномірності розподілу світових туристичних потоків.
6. Вплив наявності компліментарних послуг на підвищення статусу готельного комплексу в місцях масового відпочинку.
7. Зростання світових туристичних потоків як індикатор глобалізації міжнародного туризму.
8. Сучасний туристичний продукт.
9. Міжнародна стандартизація туристичного бізнесу.
10. Туристська пропозиція в різних сегментах туристичного ринку.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Причини вибору форми відпочинку.

2. Рушійні сили міжнародного туризму, їх вплив на організацію туристичногобізнесу.
3. Основні підходи до вивчення світових туристичних потоків.
4. Чинники впливу на здійснення вибору туристичного маршруту.
5. Найбільш розповсюджені напрямки руху сучасних туристів.
6. Основні країни-донори туристів.
7. Головні країни та регіони, що приймають міжнародні туристичні потоки.
8. Чинники створення туристичного продукту.
9. Географія міжнародного туризму.
10. Сутність турпропозиції.

Тести для самоперевірки

1. Туристичним продуктом є:

- а) основний сервіс, що надається туристичним агентом ;
- б) одночасне поєднання не менше двох туристичних пропозицій разом;
- в) сервіс, що надається туристу фірмою-туроператором;
- г) попередньо обумовлена програма туристичної подорожі.

2. Наявність або відсутність ринкового попиту на готельні, ресторани, транспортні послуги в регіоні:

- а) не має жодного впливу на кількість готелів;
- б) має помітний вплив на реєстрацію нових підприємств галузі;
- в) впливає на розвиток ресторанного бізнесу;
- г) має вирішальний вплив на кількість підприємств галузі.

3. Світові країни-донори туристів:

- а) відправляють за кордон більше своїх громадян, ніж приймають зарубіжних гостей;
- б) більше приймають іноземних туристів, ніж відправляють за кордон своїх співгромадян.

4. Серед вітчизняних підприємств туристичного бізнесу найчастіше зустрічаються:

- а) суб'єкти підприємницької діяльності – фізичні особи в якості турагентів;
- б) акціонерні товариства в якості туроператорів;
- в) товариства з обмеженою відповідальністю в якості туроператорів і турагентів;
- г) правильної відповіді немає.

5. Географія сучасної туристичної діяльності:

- а) є практично незмінною впродовж останніх 50 років;
- б) швидко міняється під впливом непередбачуваних змін смаків клієнтів;
- в) змінюється планомірно згідно із планами Світової туристичної організації;
- г) змінюється незначно (старі туристичні центри залишаються та поступово з'являються нові).

Література: [1,2,6,10,13,14,23,30]

Змістовий модуль II. Світові туристичні потоки

Тема 4. Структура та характеристики національних туристичних ринків

Сутність національного туристичного ринку.

Комплексно-пропорційний розвиток національної туристичної галузі.

Адаптованість національної туріндустрії до наявних міжнародних туристичних зв'язків. Інтегрованість до світогосподарської системи.

Переважний експорт або імпорт туристичних послуг національною туріндустрією..

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Поєднання різних методів управління туристичним бізнесом – запорука його успіху.
3. Еволюція паломницького туризму.
4. Найважливіші світові гірськолижні курорти.
5. Сучасні готелі як важлива ознака туристського регіону.
6. Використання переваг оригінальності та національної особливості в досягненні найліпших результатів готельними комплексами.
7. Взаємозалежність стану охорони довкілля та розвитку національного (регіонального) туристичного ринку.
8. Екскурсійна діяльність в різних регіонах світу.
9. Сучасні глобальні сезонні туристські потоки.
10. Сучасні регіональні сезонні туристські потоки.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Визначити найхарактерніші риси сучасного стану міжнародного туризму.
2. Регіональні чинники впливу на міжнародний туризм.
3. Глобальні чинники впливу на міжнародний туризм.
4. Зимовий туризм.
5. Рекреаційний туризм.
6. Роль, місце та види готелів, що розташовані у туристичних центрах.
7. Організація та планування сучасної готельної та ресторанної справи.
8. Діловий туризм.
9. Соціальний та культурний вплив зовнішнього оточення на розвиток туризму на світових ринках.
10. Основні тенденції розвитку зеленого туризму в світі.

Тести для самоконтролю

1. Сучасний світовий ринок туристичних послуг характеризується тим, що між собою конкурують на ньому:
 - а) галузі;
 - б) підприємства;

- в) держави;
- г) інвестори.

2. До головних світових туристичних центрів належать:

- а) Австралія та Нова Зеландія;
- б) країни Південної Америки;
- в) країни центральної Азії;
- г) країни Західної Європи.

3. Подорож за кордон для участі в науково-практичній конференції може бути віднесена до:

- а) наукового туризму;
- б) ділового туризму;
- в) ділового відрядження;
- г) відпочинку.

4. Значні досягнення певної національної туристичної фірми в сучасних умовах господарювання зумовлюються:

- а) характером попиту на її туристичні продукти та розвитком суміжних галузей економіки;
- б) наявністю та структурою виробничих ресурсів, стратегією фірми на національному ринку та рівнем менеджменту;
- в) відповіді «а» та «б» правильні;
- г) правильної відповіді немає.

5. Рівень стандартних та ексклюзивних видів послуг, що надаються в готелях для іноземних та вітчизняних туристів:

- а) може легко регулюватися за бажанням клієнта;
- б) є зазвичай стабільним і незмінним впродовж ряду років;
- в) залежить від категорії (зірковості) конкретного готелю;
- г) значною мірою залежать від рівня розвитку національної економіки, категорії готелів, національних норм і традицій та рівня менеджменту.

Література: [1,2,4,6,8,10,12,16,27,29,30]

Тема 5. Структура сучасного туристичного ринку. Основні сегменти туристичної індустрії.

Форми ринкових структур у туристичній діяльності.

Концентрація виробництва туристичних послуг.

Туроператори. Конкуренція в туристичному бізнесі.

Поняття про сучасні туристичні комплекси. Чинники, що визначають розвиток туристичних комплексів.

Підприємства, які надають послуги розміщення туристів.

Готельні мережі національного, регіонального та світового значення. Особливості та проблеми готельних комплексів в Україні.

Страховання в туристичному бізнесі.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Правила ліцензування підприємств туристичного бізнесу.
3. Сертифікація екскурсійної діяльності.
4. Сертифікація готелів у різних державах.
5. Суспільне значення процесу сертифікації послуг.
6. Страхування туристично-посередницької фірми (турагента).
7. Особливості страхування туроператора.
8. Сучасний підхід до оцінки майнових ризиків та їх страхування для виробника туристичного продукту (туроператора).
9. Страхування туристів.
10. Сучасні напрями розвитку страхового бізнесу в Україні.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Визначити поняття туристичної послуги.
2. Визначити поняття туристичного продукту.
3. Визначити поняття «туроператор»
4. Визначити поняття «турагент».
5. Визначити поняття «засіб розміщення».
6. Пояснити залежність вартості засобів розміщення від їх форм і видів.
7. Показати співвідношення зміни вартості готельних комплексів від їх типів.
8. Угода на туристичне обслуговування.
9. Туристичний ваучер.
10. Сучасна практика сертифікації готельних послуг в економічно розвинених країнах.

Тести для самоперевірки

- 1. Правила ліцензування підприємства туристичної галузі:**
 - а) різні;
 - б) однакові.
- 2. Нормативні документи щодо сертифікації готельних послуг розробляються:**
 - а) мерією міста або сільрадою;
 - б) парламентом держави;
 - в) Конституційним судом;
 - г) профільним міністерством.
- 3. Для здійснення туристичної подорожі турист повинен отримати в турфірмі:**
 - а) туристичний ваучер і страховий поліс;
 - б) копію ліцензії підприємства на право здійснення підприємницької діяльності в галузі туризму;
 - в) паспорт з візою;
 - г) копію договору на туристичне обслуговування.

4. Для отримання ліцензії на право здійснення туроператорської діяльності в Україні необхідно:

- а) надати фінансову гарантію на 2 тисячі євро;
- б) надати фінансову гарантію на 5 тисяч євро;
- в) надати фінансову гарантію на 20 тисяч євро;
- г) надати фінансову гарантію на 10 тисяч доларів.

5. Страхування туристів, котрі виїждять за кордон:

- а) можна здійснювати відповідно до їх бажання;
- б) є доцільним;
- в) може бути необхідним у деяких випадках (підвищена ймовірність травматизму тощо);
- г) є обов'язковим.

Література: [4-6,8,10,14,25,29]

Тема 6. Розробка маршрутів і формування турів. Технологія обслуговування клієнтів фірми

Особливості туристичних послуг. Технологія процесів у сфері туризму. Класифікація туристичних маршрутів. Етапи розробки туристичного маршруту. Порядок формування і реалізації турів. Взаємовідносини клієнта з туристичною фірмою. Технологія доставки турпродукту до споживача.

Зміст процесу обслуговування і продажу туристичного продукту. Методи продажів.

Документальне оформлення взаємовідносин фірми з клієнтом. Угода (контракт) на туристичне обслуговування. Організація розрахунків з клієнтами.

Технологія просування і стимулювання продажів. Інформаційні технології в туризмі. Соціально-психологічні особливості туристичного бізнесу.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Технології послуг туристичного бізнесу.
3. Технології готельного сервісу.
4. Інформаційне забезпечення бізнесу в туризмі.
5. Сучасний підхід до визначення перспективності турів.
6. Застосування інструментів бухгалтерського обліку для проведення оцінки ефективності туристичного бізнесу.
7. Сучасні підходи до організації продажів туристичних продуктів.
8. Договір на туристичне обслуговування.
9. Туристичний ваучер.
10. Сучасні міжнародні системи бронювання готелів і авіаквитків.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Етапи розробки туристичного маршруту.
2. Порядок реалізації турів.
3. Порядок оформлення туристичного ваучера.
4. Порядок оформлення страхового поліса.
5. Міжнародні стандарти якості готельних і туристичних послуг.
6. Міжнародні сертифікати якості послуг.
7. Сутність і методи реалізації продуктів туристичного бізнесу.
8. Критерії якості обслуговування туристів.
9. Розрахунки з клієнтами підприємств туристичної галузі.
10. Сучасні інформаційні технології туристичних фірм.

Тести для самоконтролю

1. Стандарти якості туристичних послуг на міжнародному рівні:

- а) застосовуються в усьому світі;
- б) існують, але застосовуються не у всіх країнах;
- в) не існують;
- г) правильної відповіді немає.

2. Для продажу послуг, що виробляються підприємствами туристичного бізнесу:

- а) працюють міжнародні фахівці, котрі мають відповідні сертифікати;
- б) використовуються усі вільні співробітники підприємства;
- в) використовуються кваліфіковані посередники;
- г) використовуються як власні фахівці, так і посередники.

3. Використання прийомів логістики до управління туристичним підприємством:

- а) посилює таке управління;
- б) послаблює управління;
- в) може його посилити за умови системного довготривалого використання;
- г) не впливає на управління .

4. Турагенти зазвичай продають турпродукти, які створюються туроператорами:

- а) за самостійно встановленою ціною;
- б) за ціною, узгодженою з виробником;
- в) за ціною виробника з утриманням комісійної винагороди.

5. Інформація про ціну та оплату туристичних послуг:

- а) міститься у страховому полісі;
- б) записується до Угоди про туристичне обслуговування;
- в) підтверджується чеком касового апарату;
- г) записується до туристичного ваучера.

Література: [2,3,5,8,12,14,17,19,20,24]

Тема 7. Транспортне, ресторанне та екскурсійне обслуговування туристів

Система транспортного обслуговування туристів. Класифікація подорожей і транспортних засобів.

Техніко-економічні показники роботи рухомого складу: склад і ступінь використання наявного парку машин, пробіг рухомого складу і швидкість руху, місткість і провізна здатність, продуктивність і приведені витрати. Нові види екологічно чистих транспортних засобів.

Специфіка організації транспортних подорожей на міжнародних маршрутах.

Особливості ресторанного обслуговування туристів. Шведський стіл. Ресторани класичного та швидкого обслуговування. Ресторани з національними кухнями.

Класифікація екскурсій. Технологія підготовки і проведення екскурсій. Класифікація походів і подорожей самодіяльними і туристичними маршрутами. Організація похідного і спортивного туризму.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Сучасний стан транспортного забезпечення міжнародного туризму
3. Дослідження основних показників оцінки транспортного обслуговування туристів.
4. Міжнародне регулярне транспортне сполучення.
5. Міжнародні чартерні перевезення.
6. Сучасні підходи до організації харчування туристів.
7. Організація харчування туристів на екскурсійних маршрутах.
8. Визначення привабливості туристичного маршруту.
9. Екскурсійне планування в туристичному бізнесі.
10. Проблеми перебудови екскурсійного обслуговування в Україні.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Пошук і започаткування міжнародних зв'язків туристичної фірми у сфері транспортного обслуговування.
2. Сутність екскурсійної стратегії туристичного підприємства.
3. Прийняття та контроль виконання управлінських рішень з організації міжнародних перевезень туристів.
4. Стимулювання прийняття та реалізації конкурентоспроможних управлінських рішень у туризмі.
5. Підготовка екскурсій.
6. Методики проведення екскурсій.
7. Вплив наявності власного транспорту на розвиток перспективних напрямків туристичного бізнесу.
8. Аналіз фінансового стану підприємства туристичної галузі.
9. Організація харчування туристів.
10. Самодіяльний туризм.

Тести для самоконтролю

1. Обслуговування школярів і студентів на туристичних маршрутах проводиться:

- а) згідно рознарядки міської (обласної) туристичної адміністрації;
- б) добровільно на комерційних засадах;
- в) добровільно на добровільних засадах;
- г) не здійснюється в організованому порядку.

2. Туристичний маршрут - це:

- а) маршрут, яким пересувається транспорт з туристами;
- б) шлях проходження туристів між населеними пунктами;
- в) туристська подорож, під час якої туристи знайомляться з певними визначними місцями;
- г) шлях проходження, визначений туристським попитом, пропозицією, програмою перебування чи взаємною домовленістю турфірми та клієнта.

3. Екскурсійною діяльністю може займатися:

- а) людина, котра має спеціальний індивідуальний дозвіл;
- б) тільки туристична агенція відповідно до наявної ліцензії;
- в) тільки фірма - туроператор;
- г) турфірма чи приватний підприємець за наявності ліцензії.

4. При перетині кордонів для туристичного транспорту:

- а) створюється спеціальний зелений коридор;
- б) немає жодних пільг;
- в) існує спеціальне "вікно", якщо транспорт рухається згідно із затвердженим і узгодженим з керівництвом пункту пропуску графіком;
- г) правильної відповіді немає.

5. Для транспортного обслуговування туристів:

- а) може використовуватись будь-який вид транспорту;
- б) використовують лише новий комфортабельний транспорт ;
- в) використовується спеціальний туристичний транспорт;
- г) використовуються усі види транспорту, призначеного для перевезення пасажирів і багажу.

Література: [2,8,10,12,14,24]

Тема 8. Допоміжні сегменти індустрії туризму

Підприємства сфери дозвілля. Підприємства торгівлі. Заклади самодіяльного туризму. Рекламно-інформаційні підрозділи.

Органи управління туризмом.

Навчальні, наукові та проектні заклади туризму.

Темі рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Розробка філософської концепції підприємства туристичного бізнесу.
3. Організаційно-методична база туристичного бізнесу.
4. Сучасні технології розміщення гостей.

5. Соціальний аналіз туризму.
6. Економічна оцінка ролі суміжників для туристичного бізнесу.
7. Підприємства торгівлі у сприянні готельному й туристичному бізнесу.
8. Рекламно-інформаційна діяльність турфірм.
9. Діяльність підприємств сфери розваг в Україні.
10. Комплексні готельно-туристичні послуги та маркетинг.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Конкурентоспроможність туристичної галузі країни.
2. Завдання та функції органів управління туризмом.
3. Всесвітня туристична організація (ЮНВТО).
4. Основні засоби розповсюдження реклами в туризмі.
5. Основні партнери-транспортники для готелів і турфірм.
6. Сучасні критерії визначення необхідних основних та супутніх послуг у туристичному бізнесі.
7. Значення маркетингового дослідження для створення правильної бази даних щодо партнерів-суміжників.
8. Концептуальні підходи щодо професійної підготовки у провідних державах-акцепторах світового туризму.
9. Специфічні риси співпраці туристичного та рекламного бізнесу.
10. Організація спеціальної освіти для туристичного бізнесу.

Тести для самоконтролю

- 1. Сучасна індустрія гостинності охоплює:**
 - а) підприємства готельного, туристичного, ресторанного, транспортного бізнесу;
 - б) готельну, рекреаційну та ресторанну справу, туристичний, конгресний і транспортний бізнес, комерційні шоу та гральний бізнес;
 - в) готелі, ресторани, сауни й басейни, театр і естраду;
 - г) правильної відповіді немає.
- 2. Реалізація проекту розширення туристичного комплексу:**
 - а) має велике значення для інвесторів;
 - б) здійснює вплив на рівень зайнятості населення;
 - в) створює умови для припливу туристів та розвитку суміжних галузей;
 - г) усі три відповіді правильні.
- 3. Для отримання туристичної ліцензії керівник підприємства чи його заступник:**
 - а) повинні мати спеціальну туристичну освіту або стаж практичної роботи в галузі не менше 3 років;
 - б) повинні мати вищу освіту;
 - в) повинні мати обов'язкову спеціальну вищу туристичну освіту;
 - г) повинні мати стаж роботи в туризмі не менше п'яти років.
- 4. Фахівців готельного господарства та туризму в Україні готують:**
 - а) у вищих учбових закладах;
 - б) у професійно-технічних училищах і ліцеях;

- в) у вищих і середніх спеціальних навчальних закладах;
- г) у технікумах і коледжах.

5. Замкнений готельний цикл обслуговування туристів складається із таких етапів:

- а) резервування та реєстрації гостя;
- б) попередньої оплати та надання розміщення й інших додаткових готельних послуг;
- в) прийому гостя та організації його виїзду;
- г) усі три відповіді вірні.

Література: [1,3,6,8,10,14,18,21,22]

Змістовий модуль III. Сучасна глобалізація економіки та управління туристичним бізнесом

Тема 9. Глобалізація туризму та регулювання ринку турпослуг

Всесвітній характер туристичних і суміжних послуг.

Рівні регулювання туристичної галузі у світі.

Транснаціональні корпорації у туристичному, готельному й транспортному бізнесі та їх вплив на національні економіки країн з розвиненими туризмом і таким, що знаходиться в стадії розвитку.

Провідні міжнародні галузеві організації.

Рух і професійний розвиток персоналу. Плинність кадрів. Підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації персоналу провідних міжнародних туристичних компаній та готельних мереж.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Культура управлінської праці.
3. Процес управлінської праці в туристичній фірмі.
4. Принципи організації управлінської праці.
5. Основні чинники світової глобалізації.
6. Провідні міжнародні організації з туризму та готельного бізнесу.
7. ТНК у міжнародному туризмі.
8. ТНК у готельному та ресторанному бізнесі.
9. Бізнес-план проекту розвитку туристичного бізнесу.
10. Сучасний стан конкуренції в туристичній галузі.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Економічна глобалізація.
2. Туризм як провідний чинник світової глобалізації.
3. Роль транспортного бізнесу в глобалізації третинного сектору економіки.
4. Міжнародні компанії та ТНК.

5. Методи та стилі прийняття управлінських рішень в сучасному бізнесі.
6. Процес прийняття управлінських рішень в туризмі.
7. Механізація праці у сфері готельного та ресторанного бізнесу.
8. Інформаційні джерела підтримки праці менеджера туристичної фірми.
9. Сучасні джерела прискорення виконання замовлень і бронювань готельних і транспортних послуг.
10. Підвищення кваліфікації персоналу.

Тести для самоконтролю

1. Сучасні готельні мережі характеризуються:

- а) наявністю кількох готелів однакового зіркового рівня в певній країні;
- б) наявністю ряду готелів визначених категорій, що надають аналогічні послуги у різних країнах або місцевостях;**
- в) тим, що усі готелі мають однакову кількість «зірок», незалежно від країни їх знаходження;
- г) тим, що вони надають однаковий рівень послуг в межах кожної країни.

2. Для створення команди, що ефективно працюватиме на виконання поставлених цілей фірми-туроператора:

- а) слід підбирати фахівців за рекомендаціями;
- б) немає принципового значення;
- в) слід підбирати талановиту молодь;
- г) доцільно використати допомогу практичного психолога.**

3. Власний веб-сайт сучасної турфірми – це її візитна картка, перед створенням якої необхідно:

- а) виробити чітку маркетингову концепцію самого підприємства, звірити плани його розвитку на найближчі п'ять років, визначити пріоритети, знайти хороших розробників веб-сайту;**
- б) знайти кваліфікованих майстрів по створенню цього продукту;
- в) забезпечити наступне регулярне оновлення сайту силами працівників своєї фірми або кваліфікованими фахівцями фірми-провайдера;
- г) правильної відповіді немає.

4. Підбір персоналу для міжнародних туристичних підприємств може здійснюватися:

- а) кадровим агентством;
- б) працівниками кадрової служби самого підприємства;
- в) обидві відповіді правильні;**
- г) правильної відповіді немає.

5. Для отримання персоналу вищої кваліфікації на підприємствах туристичного бізнесу здійснюють його:

- а) підготовку;
- б) перепідготовку;
- в) підвищення кваліфікації;
- г) усі три відповіді правильні.**

Література: [1,2,5-7,9-11,15,17,22,26,30]

Тема 10. Договірні відносини в туристичному бізнесі. Вектори перспективного розвитку світових ринків туристичного бізнесу. Український туризм у XXI ст.

Міжнародні контракти щодо надання послуг. Регулювання ГАТС.

Пошук міжнародного партнера в туристичному бізнесі. Міжнародні ярмарки та виставки. Інтернет. Міжнародні довідники на паперових та електронних носіях.

Роль інфраструктури туризму в його регіональному розвитку.

Сучасні тенденції розвитку готельного, ресторанного і транспортного господарства: укрупнення підприємств та їх мереж і зростання кількості дрібних приватних закладів.

Перспективи розвитку вітчизняного туристичного бізнесу. Концепція розвитку туризму та курортів в Україні у XXI ст.

Темі рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. ГАТС як складова сучасної СОТ.
3. Міжнародні типові контракти ЗЕД.
4. Роль контракту на готельне і транспортне обслуговування в діяльності закордонного туроператора.
5. Міжнародні ярмарки та виставки.
6. Вплив туристичної інфраструктури на регіональний розвиток цього виду послуг.
7. Місце України у міжнародному туристичному процесі.
8. Місце та роль дрібних підприємств у готельному ресторанному, транспортному бізнесі.
9. Сучасний стан конкуренції в суміжних до туризму галузях.
10. Сучасні готельні мережі.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Укладання контракту ЗЕД.
2. Специфіка виконання міжнародного контракту щодо надання туристичних послуг.
3. Провідні міжнародні виставки з туризму.
4. Курортна інфраструктура.
5. Сучасні джерела туристичної інформації.
6. Використання Інтернет у туризмі.
7. Ресурси Інтернет у сфері готельного господарства і транспорту.
8. Міжнародні інформаційні джерела підтримки праці менеджера туристичної фірми чи готелю.
9. Місце приватного сектору житла в наданні послуг гостинності.
10. Готельне господарство України після 2012.

Тести для самоконтролю

1. Міжнародні контракти щодо виконання послуг:

- а) регулюються Протоколом Генеральної асамблеї ООН;
- б) регулюються в рамках комплексу угод ГАТС;
- в) підлягають обов'язковій реєстрації у ЮНВТО;
- г) гарантують однаковий рівень послуг в межах кожної країни.

2. Найважливішими міжнародними туристичними виставками для європейських туроператорів є наступні:

- а) Берлінська, Київська, Лондонська та Московська;
- б) Мадридська, Майамська, Московська та Пекінська;
- в) Берлінська, Міланська, Московська та Сіднейська;
- г) Берлінська, Лондонська, Мадридська та Міланська.

3. Веб-сторінку сучасної туристичної фірми:

- а) необхідно створити за допомогою хороших розробників та регулярно оновлювати інформацію, що на ній розміщується;
- б) слід розробити за допомогою кваліфікованих майстрів по створенню цього продукту;
- в) можна створити своїми силами;
- г) утримувати дорого та недоцільно.

4. У світовому туристичному процесі Україна:

- а) займає помітне місце;
- б) практично не представлена;
- в) має значний нереалізований потенціал;
- г) правильної відповіді немає.

5. Для успішної підготовки до проведення європейської футбольної першості 2012 року наша країна повинна була:

- а) провести всебічну підготовку футболістів і тренерів;
- б) збудувати новий центральний стадіон у Києві;
- в) у Києві збудувати два нових мости;
- г) реконструювати наявні чи побудувати нові стадіони, а також збудувати й модернізувати готелі в Києві, Львові, Донецьку, Дніпропетровську, Харкові, Одесі.

Література: [1,4,5,7,9,12,13,16,17,21,23,30]

3. СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України про внесення змін до Закону України “Про туризм” від 18 листопада 2003 р. № 1282-IV// Офіційний вісник України. - 2003. - № 50.
2. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний

- бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч.посіб. - К.: Знання України, 2002. - 358 с
3. БалабановИ.Т., БалабановаА.И. Экономикатуризма: Уч.пос. -М.: Финансы и статистика, - 2003. – 176с.
 4. Гейк Пол, Джексон Питер. Вчись аналізувати ринок. Методика і практика. - Львів: Сейбр-Світло, 2015. – 270 с.
 5. Гуляев В.Г. Контракты, договоры, соглашения и формуляры в туристской деятельности: Учебно-практическое пособие. - М.: ПРИОР, 2008. - 336 с.
 6. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг: Геопросторові аспекти. – 2-ге вид., перероб. та доп. — К.: Альтерпрес, 2003. - 436 с.
 7. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підр. - К.: Знання, 2008. - 661 с.
 8. Погасій С.О.Конспект лекцій з дисципліни «Технологія туристської діяльності»(для студентів 3 курсу денної і заочної форм навчання напряму підготовки 6.020107-«Туризм») / С.О. Погасій, М. В. Тонкошкур; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва-Х.:ХНАМГ, 2012. -153 с.
 9. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. – К.: КНТЕУ, 2007. – 537 с.
 10. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: Навч.посіб. - К.: Атіка, 2006,- 264 с.

ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА

11. Гладун Е. Экологические последствия международного терроризма // Журнал Евразийских Исследований. - 2002. - № 2. - С. 26-29.
12. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Ростов н/Д: "Феникс", 2003 – 348 с.
13. Дмитрук О.Ю., Дмитрук С.В. Екотуризм: Навч. пос. - К.: Альтерпрес, 2009. -358 с.
14. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. - Минск:

Новоезнание, 2003. - 496 с.

15. Квартальнов В. А. Иностраный туризм. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 312 с.
16. Кислий В.М., Шевченко Г.М. Аналіз передумов формування ринку рекреаційних послуг в Україні // Механізм регулювання економіки. - 2007. - №2. - с. 27.
17. Кобржицький В.В., Ткачук С.В. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. - №9. – С.50-54.
18. Кузик С. П.Закономірності територіальної організації туризму // Вісн. АН УРСР, —1988.—№7.—С. 78-83.
19. Міждержавний стандарт ДЕСТ 28681.2-95 „Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Загальні вимоги”.- К.: Держстандарт України, 1996.- с. 19
20. Міждержавний стандарт ДЕСТ 28681.2-95 „Туристично-екскурсійне обслуговування: Проектування туристичних послуг”. - К.: Держстандарт України, 1996.- с. 19
21. Новосад Н.О. Країнознавчі аспекти аналізу туристської привабливості регіонів України //Географія та туризм. - 2010. - Вил. 6. - С. 140-142.
22. Организация международного туризма: Учеб.пос. / Под ред. А.А. Скамницкого. - М.: Гардарики, 2008. - 250 с.
23. Смалы І.В. Глобальний і регіональний вектори розвитку туризму // Географія в інформаційному суспільстві. 36. наук, праць. У 4-х тт. - К.: ВГЛ Обрії, 2008. - Т. IV. - С. 139-141.
24. Смирнов І.Г. Ресторанна логістика: міжнародний та український аспекти // Зовнішня торгівля: право та економіка. - 2009. - № 4 (45). - С. 4-18.
25. Смирнов Г.Г., Фоменко Н.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навч.-метод, пос. -Ів.-Фр.: Галицька академія, 2009. - 154 с.
26. Ткаченко Т., Мельниченко С. Тенденції розвитку світового туризму // Вісник КНТЕУ. – 2004. - № 6. – С. 80-85.

27. Федорченко В. К., Дьорова Т. А. Історія туризму в Україні. Навч. пос. / Передм. В. А. Смоля. - К.: Вища шк., 2002. - 195 с:
28. Федорченко В. К, Мініч І. М. Туристський словник-довідник: Навчпосіб. — К.: Дніпро, 2000 — 160 с.
29. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія: Підручник - К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 312 с.
30. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>

Зміст

Пояснювальна записка	3
Тематичний план вивчення дисципліни "Ринок туристичних послуг"	5
Методичні вказівки до вивчення дисципліни "Ринок туристичних послуг"	5
Список літератури	23