

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ
РОБОТИ ТА ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ
«МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ І ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС»**

**(для студентів спеціальності 7.03060101 «Менеджмент організацій і
адміністрування»)**

*Затвержено на засіданні Вченої ради
економіко-правового факультету
протокол №2 від «30» вересня 2015 р.*

Маріуполь – 2015

УДК 338.48 (075.8)

Міжнародний туристичний і готельний бізнес. Методичні рекомендації щодо організації самостійної роботи та вивчення дисципліни «Міжнародний туристичний і готельний бізнес» (для студентів спеціальності 7.03060101 «Менеджмент організацій і адміністрування») / Ніколенко Т.І. – Маріуполь: МДУ, 2015. – 46 с.

Методичні рекомендації щодо самостійного організації самостійної роботи та вивчення дисципліни «Міжнародний туристичний і готельний бізнес» для студентів спеціальності 7.03060101 «Менеджмент організацій і адміністрування» складено на підставі відповідних нормативних вимог Міністерства освіти і науки України, галузевих стандартів вищої освіти відповідного напрямку, методичних рекомендацій Маріупольського державного університету.

Рекомендується студентам усіх форм навчання.

Затвержено на засіданні кафедри міжнародної економіки протокол №2 від «15» вересня 2015 р.

ЗМІСТ

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ПРИСВОЮВАНИХ СТУДЕНТАМ	5
ПЕРЕДМОВА	6
СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ КУРСУ	8
ЗМІСТ ПРОГРАМИ	9
ПЛАН СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ	12
ВАРІАНТИ МОДУЛЬНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ З ДИСЦИПЛІНИ	22
ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З КУРСУ	38
ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ	43
КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ	44
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	45

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів – 2,5	Галузь знань <u>0306 Менеджмент і адміністрування</u>	За вибором
	Напрямок підготовки <u>7.03060101 «Менеджмент організацій і адміністрування»</u>	
Модулів – 2	Спеціальність (професійне спрямування): <u>«Менеджмент організацій і адміністрування»</u>	Рік підготовки:
Змістових модулів – 2		1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання: груповий проект		Семестр
Загальна кількість годин – 75		1-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 3	Освітньо-кваліфікаційний рівень: <u>«Спеціаліст»</u>	Лекції
		16 год.
		Практичні, семінарські
		14 год.
		Самостійна робота
		45 год.
		Індивідуальні завдання:
11 год.		
		Вид контролю: залік

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Модуль I (поточне тестування, практичні задачі)						Модуль II (реферат)	Презентація	Підсумковий тест	Загальна сума			
Змістовний модуль 1			Змістовний модуль 2									
25						15			10	25	25	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9				

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Модульна контрольна робота, оцінка за реферат, оцінка за виконане науково-дослідне індивідуальне завдання, підсумковий тест.

ПЕРЕДМОВА

Сучасний туристичний і готельний бізнес – це сфера соціально-економічного комплексу, який у багатьох країнах перетворився в широко розвинену індустрію. На сьогоднішній день розвиток світового ринку туристичних та готельних послуг забезпечує значний відсоток зайнятості населення, великі обсяги виробництва світового валового продукту. Туризм та сфера гостинності, як найбільш прибуткові сектори національної економіки, входять сьогодні до числа пріоритетних галузей з погляду окупності капітальних вкладень, зростає їх соціальна і політична роль. Для багатьох держав туристична та готельна індустрія стали важливим джерелом іноземної валюти, сприяє розвитку торгівлі, деяких галузей промисловості та послуг.

Метою навчальної дисципліни є опанування умінь аналізу умов і форм міжнародного туристичного і готельного бізнесу; політики держави в області міжнародного туризму і готельного бізнесу.

Задачі дисципліни:

- вивчення сутності та основних видів міжнародного туристичного та готельного бізнесу;
- набуття навичок аналізу закономірностей та особливостей розвитку світового ринку туристичних та готельних послуг;
- визначення особливостей ринкового механізму функціонування туристичної та готельної сфери;

Предмет дисципліни – механізм функціонування міжнародної туристичної і готельної системи і закономірності її розвитку.

Зміст дисципліни розкривається у таких темах:

Змістовний модуль 1. Міжнародний туристичний бізнес

- 1.1. Міжнародна туристична індустрія і готельний бізнес
- 1.2. Класифікація туристичної діяльності
- 1.3. Туристичні доходи та витрати
- 1.4. Міжнародний туристичний попит.
- 1.5. Міжнародна туристична пропозиція. Рівновага на міжнародному туристичному ринку
- 1.6. Суб'єкти міжнародного туристичного бізнесу

Змістовний модуль 2. Міжнародний готельний бізнес

- 2.1. Види готелів. Класифікація готельних послуг
- 2.2. Ринковий механізм функціонування міжнародного готельного бізнесу .
- 2.3. Інфраструктура міжнародного ринку готельних послуг
- 2.4. Процеси транснаціоналізації і глобалізація міжнародного туристичного і готельного бізнесу

В результаті вивчення навчального курсу, у тому числі самостійного розгляду окремих аспектів розвитку туризму в країнах світу, студенти повинні знати:

- особливості та закономірності розвитку світового ринку туристичних та готельних послуг;
- складові туристичної та готельної індустрії, ринкові умови їх функціонування.

Студенти повинні вміти:

- здійснювати аналіз формування та використання туристичних витрат та доходів;
- оцінювати обсяг та масштаби розвитку світового ринку туристичних та готельних послуг;

- аналізувати особливості перебігу сучасних процесів у світовій туристичній та готельній індустрії.

Основними формами організації навчання є лекції, семінарські, лабораторні та індивідуальні заняття. Значна частина матеріалу відводиться студентам на самостійне вивчення. Основними формами самостійної роботи студентів є написання рефератів, підготовка доповідей, написання контрольних робіт.

Форми контролю засвоєння студентами матеріалу передбачають поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять, на які виносяться теоретичні питання теми, що розглядається, а також практичні завдання у формі практичних ситуацій і тестів.

Для контролю самостійної роботи в перелік питань, що пропонуються до розгляду на семінарському занятті, включено окремі питання, відведені на самостійне вивчення студентами. Крім того, кожний план семінарського заняття містить перелік питань, які вивчаються студентами самостійно у формі написання рефератів.

Аудиторна і самостійна робота виконується під керівництвом викладача і оцінюється в балах. Загальна кількість балів, яку студент може отримати – 100.

Методичне забезпечення: опорні конспекти лекцій, інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни, методичні рекомендації щодо організації самостійної роботи та вивчення дисципліни, законодавство України з питань розвитку торгівлі та сфери послуг.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	денна форма				
	усього	у тому числі			
л		с	Інд.	С. р.	
Модуль 1					
Змістовий модуль 1. Міжнародний туристичний бізнес					
Тема 1. Міжнародна туристична індустрія і готельний бізнес	9	2	2		5
Тема 2. Класифікація туристичної діяльності	6	1	1		4
Тема 3. Туристичні доходи та витрати	8	2	1		5
Тема 4. Міжнародний туристичний попит	8	2	1		5
Тема 5. Міжнародна туристична пропозиція. Рівновага на міжнародному туристичному ринку	9	2	2		5
Тема 6. Суб'єкти міжнародного туристичного бізнесу	6	1	1		4
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	<i>46</i>	<i>10</i>	<i>8</i>		<i>28</i>
Змістовий модуль 2. Міжнародний готельний бізнес					
Тема 7. Види готелів. Класифікація готельних послуг	6	1	1		4
Тема 8. Ринковий механізм функціонування міжнародного готельного бізнесу	8	2	2		4
Тема 9. Інфраструктура міжнародного ринку готельних послуг	6	1	1		4
Тема 10. Процеси транснаціоналізації і глобалізація міжнародного туристичного і готельного бізнесу	9	2	2		5
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	<i>29</i>	<i>6</i>	<i>6</i>		<i>17</i>
Усього годин	75	16	14		45
Модуль 2					
Груповий проект	7			7	
Реферат	4			4	
Усього годин	11			11	

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовний модуль 1 МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС

Тема 1. Міжнародна туристична індустрія і готельний бізнес

Сутність туристичної індустрії та готельного бізнесу. Стандартна міжнародна класифікація видів діяльності у сфері туризму. сектор транспортних перевезень. Сучасний етап розвитку транспорту та туризму. сектор розміщення та харчування. Колективні засоби розміщення туристів: типи та характеристики. Індивідуальні засоби розміщення туристів. Сучасний стан готельної бази світу. Харчування в системі міжнародного туристичного обслуговування. Типи та характеристика підприємств харчування. Сектор розваг. Тематичні парки.

Сучасні трансформації світової індустрії туризму та гостинності. Туризм та Інтернет. Нові канали збуту туристського продукту. Нові концепції туристичного маркетингу.

Тема 2. Класифікація туристичної діяльності

Внутрішня, в'їзна та виїзна туристична діяльність. Туристична діяльність у межах країни. Національна туристична діяльність. Міжнародна туристична діяльність. Особливості міжнародної туристичної діяльності.

Курортний, рекреаційний, науковий, діловий та релігійний туризм. Класифікація туристичної діяльності за методом проведення подорожі. Туристичний сезон та міжсезоння. Конвеєрна та диференційована туристична діяльність.

Масовий і елітарний туризм. Сталий і екологічний туризм. Принципи сталого розвитку світової туристичної галузі. Комерційний та соціальний туризм. Концепція соціального туризму. Відпускний чек. Інклюзив-тур. Пекідж-тур.

Тема 3. Туристичні доходи та витрати

Доходи від міжнародного туризму.

Концепція туристських витрат. Склад туристських витрат. Витрати до здійснення туристичної подорожі. Витрати під час здійснення подорожі. Витрати після здійснення подорожі. Країни-лідери за витратами на міжнародний туризм.

Тема 4. Міжнародний туристичний попит

Сегментування туристичного ринку. Потреби та туристичний попит. Вибір споживача в міжнародному туризмі. Сутність туристичного попиту та чинники, що впливають на нього. Характерні ознаки туристичного попиту. Динамізм туристичного попиту. Комплексність та гетерогенність туристичного попиту. Еластичність туристичного попиту. Концентрація туристичного попиту у часі та просторі. Залежність попиту і пропозиції туристичних послуг.

Сучасні тенденції туристичного попиту. Географія міжнародного туристичного попиту.

Тема 5. Міжнародна туристична пропозиція. Рівновага на міжнародному туристичному ринку

Поняття туристичного продукту. Особливості туристичного продукту. Життєвий цикл туристичного продукту. Чинники виробництва туристичного продукту. Природні та культурно-історичні ресурси. Людські ресурси. Капітальні ресурси. Обмеженість ресурсів.

Сутність туристичної пропозиції. Цілі діяльності туристичних підприємств. Технологія виробництва туристичного продукту. Часові параметри виробництва. Витрати виробництва та пропозиція туристичного продукту. Первинна та похідна пропозиція в туризмі. Еластичність туристичної пропозиції. Туристична інфраструктура та туристична супраструктура. Інфраструктура, обумовлена розвитком туризму. Особливості пропозиції за секторами туристичної індустрії.

Рівновага на ринку міжнародного туризму. сутність рівноваги та механізм попиту-пропозиції. Зрушення точки ринкової рівноваги. Рівновага на туристичному ринку в динаміці. Міжнародний туризм в контексті загальноєкономічної рівноваги.

Тема 6. Суб'єкти міжнародного туристичного бізнесу

Мандрівник, тимчасовий відвідувач, турист, екскурсант. Характеристика звичайного середовища. Критерії віднесення мандрівників до категорії туриста. Суб'єкти туристичної діяльності. Туроператор і турагент. Функції турагентів. Характерні риси ринку турагентів. Напрямки діяльності туроператорів. Співробітництво туроператорів та турагентів. Прямі та непрямі канали збуту.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2 МІЖНАРОДНИЙ ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС

Тема 7. Види готелів. Класифікація готельних послуг

Міжнародна готельна справа. Міжнародна готельна діяльність. Категорійність готелів. Акватель. Апартамент-отель. Бізнес-отель. Туристська база. Конгресійний готель. Курортний міський готель. Готелі. Мотелі. Кемпінги. Ротель. Фотель.

Надання готельних послуг. Чинники надання готельних послуг. Основні готельні послуги. Етапи надання готельних послуг. Інформація про надання комплексу готельних послуг. Резервування місць. Реалізація готельних послуг. Зустріч і проводи гостей. Обслуговування під час перебування в готелі. Додаткові готельні послуги. Послуги для забезпечення комфортності перебування гостей. Послуги щодо поінформування подорожуючих про країну перебування. Послуги, що передбачають підвищення рівня комфорту в готельних номерах. Послуги, пов'язані із задоволенням особливих побажань гостей.

Тема 8. Ринковий механізм функціонування міжнародного готельного бізнесу

Ринок готельних послуг. Сегментація ринку готельних послуг. Позиціонування готельного продукту. Ціноутворення у сфері міжнародного готельного бізнесу.

Попит та пропозиція у сфері міжнародного готельного бізнесу. Сегментація попиту споживача на готельні послуги. Особливості пропозиції у сфері міжнародного готельного бізнесу.

Тема 9. Інфраструктура міжнародного ринку готельних послуг

Сутність інфраструктури в готельній справі. Ознаки інфраструктури сфери готельних послуг. Система харчування. Характер міжнародного ресторанного бізнесу. Транспортне забезпечення готельних підприємств. Підприємства екскурсійного обслуговування. Інформаційні та рекламні служби. Соціальна інфраструктура. Підприємства побутового обслуговування. Об'єкти інфраструктури, пов'язані з охороною навколишнього середовища.

Тема 10. Процеси транснаціоналізації і глобалізація міжнародного туристичного і готельного бізнесу

Сутність спеціалізації виробництва в туризмі. Виробниче і побутове кооперування. Особливості процесу концентрація виробництва в туристичній індустрії та готельному бізнесі. Роль банківських і страхових структур в туристичній галузі та готельному бізнесі.

Внутрішня і зовнішня концентрація виробництва. Горизонтальна, вертикальна і комплементарна інтеграція. Процеси диверсифікації та конгломерації в індустрії гостинності і туризму.

Сучасні організаційні форми підприємств в туристичній та готельній індустрії. Глобальні корпорації і стратегічні союзи. Види міжфірмового обміну в стратегічних союзах.

Інтернаціоналізація і транснаціоналізація світової індустрії туризму та гостинності. Вплив діяльності туристичної ТНК на економіку приймаючої країни. Трансфертне ціноутворення в транснаціональній туроператорській компанії.

ПЛАН СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Семінарське заняття 1

Тема 1. Світовий ринок туристичних послуг: сутність, суб'єкти, основні різновиди

1. Сутність світового ринку туристичних послуг. Об'єкт і основні суб'єкти світового ринку туристичних послуг. Особливості та принципи функціонування світового ринку туристичних послуг.
2. Еволюція розвитку світового ринку туристичних послуг.
3. Структура світового ринку туристичних послуг
4. Європейський та Американський ринок туристичних послуг
5. Туристичний ринок країн Східної Азії та Тихоокеанського регіону.
6. Африканських туристичний ринок
7. Ринок країн Близького Сходу.
8. Туристичний ринок країн Південної Азії
9. Ринок туристогенеруючих країн та країн, що приймають туристичні потоки
10. Туристичний ринок країн за рівнем соціально-економічного розвитку.
11. Світовий ринок рекреаційного туризму
12. Ринок лікувального туризму. Світовий ринок ділового туризму

Тема 2. Оцінка стану світового ринку туристичних послуг

1. Роль та масштаби розвитку світового ринку туристичних послуг у системі світового господарства.
2. Вплив міжнародного туризму на зайнятість населення.
3. Міжнародний туризм та іноземне інвестування.
4. Регіональні зрушення розвитку світового ринку туристичних послуг.
5. Динаміка міжнародних туристських прибуттів та валютних надходжень від міжнародного туризму.
6. Регіональний розподіл міжнародних туристських прибуттів та валютних надходжень від міжнародного туризму.
7. Взаємозв'язок розвитку світового ринку туристичних послуг та системи світового господарства.

Тема 3. Закономірності розвитку світового ринку туристичних послуг

1. Чинники розвитку світового ринку туристичних послуг
2. Вплив демографічної ситуації на розвиток міжнародного туризму
3. Вплив політичної ситуації на стан та динаміку розвитку світового ринку туристичних послуг
4. Інтернаціоналізація світового ринку туристичних послуг.
5. Види і форми транснаціоналізації світового ринку туристичних послуг.
6. Класифікація ТНК у сфері міжнародного туризму.
7. Напрямки впливу глобалізації на стан і розвиток світового ринку туристичних послуг

Методичні вказівки:

При підготовці до семінарського заняття необхідно:

1. Вивчити сутність світового ринку туристичних послуг.

2. Проаналізувати динаміку та структуру світового ринку туристичних послуг
3. Розглянути закономірності розвитку світового ринку туристичних послуг.

Основні поняття та терміни:

Світовий ринок туристичних послуг, туристичний ринок туристогенеруючі країни, туристичні потоки, рекреаційний туризм, лікувальний туризм, діловий туризм, туристські прибуття, впливу глобалізація, інтернаціоналізація, ТНК, світове господарство.

Основна література

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. / А.Ю. Александрова - М.: Аспект Пресс, 2001 .- 464 с.
2. Вачевський М.В. Маркетинг в сферах послуг [навчальний посібник] / М.В.Вачевський, В.Г. Скотний - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 232 с.
3. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу / М.П. Мальська, В.В.Худо, В.І. Цибух. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.
4. Румянцев А.П., Коваленко Ю.О. Міжнародна торгівля послугами: навчальний ж. - Центр навчальної літератури, 2003. - 112 с.

Додаткова література

1. Ващенко Н.П. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму / Н.П.Ващенко, О.В. Горохова // Громадське харчування і туристична індустрія у ринкових умовах: Зб. наук, праць. - Київ: КНЕУ, 2001. - 240 с.
2. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2014.pdf.
3. Виноградська А.М. Туризм та сучасні технології / А.М. Виноградська // Ресторанне господарство і туристична індустрія в сучасних умовах. - 2002. - С. 91-96.
4. Гайдук А. Процеси глобалізації та концентрації як фактор розвитку європейського та світового туристичних господарств / А. Гайдук // Регіональна економіка. - 2003. - № 1. - С. 227-230
5. Геншафт Л. Особливості функціонування туристичного ринку / Л.Геншафт // Регіональна економіка. - 2002. - № 4.- С. 287-293
6. Державна служба туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.tourism.gov.ua/>.
7. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М.А. Жукова – М.: Финансы и статистика, 2004. - 200 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Пер. с англ. / Ф.Котлер, Дж.Боузн., Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 788 с.
9. Левковская Л. Состояние и перспективы развития туризма и гостиничного бизнеса в Украине / Л.Левковская // Экономика Украины. - 2003. - № 6. - С. 31-36
10. Лихоманова О.В. Стан і перспективи регіонального розвитку туризму в Україні / О.В. Лихоманова // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - № 6(36). - С. 149-155
11. Makeєва О.А. Перспективи розвитку сфери послуг у зовнішньоекономічній діяльності регіональних систем України: Монографія / О.А. Makeєва. - Одеса: Астропринт, 2001. - 160 с.

12. Міжнародні ринки ресурсів: Навч. посібник / А.Б. Яценко, К.С. Мітюшкіна, Т.В. Марена, Я.А. Дубенюк; За заг. ред. проф. Ю.В. Макогона. - Київ: Центр навчальної літератури, 2005. - 194 с.
13. Морозов В.А. Соціально-економічні аспекти формування туристичної індустрії / В.А. Морозов // Вестник Московського університету. Серія 6. Економіка. - 2004. - № 6. - С. 85-96
14. Новиков В. Туристична галузь у перехідній економіці / Новиков В. // Політика і час. - 1996. - № 6.- С. 48-53.
15. Проблеми інтеграції України у світовий економічний простір / Балабанов К.В., Булатова О.В., Чентуков Ю.І., Дубенюк Я.А. та інші; За наук. ред. К.В. Балабанова. - Донецьк: Вебер (Донецька філія), 2012. - 234 с.
16. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: Збірник наукових праць. - К.: КНТЕУ, 2003. - 303 с.
17. Росоха Р. Світовий досвід організації рекреаційно-туристичної діяльності / Р.Росоха. // Регіональна економіка. - 2002. - № 3. - С. 191-195
18. Румянцев А.П. Міжнародна торгівля / А.П. Румянцев, А.І. Башинська, І.М.Корнилова. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 376 с.
19. Ткаченко Т. Тенденції розвитку світового туризму / Т. Ткаченко, С.Мельниченко // Вісник КНТЕУ. - 2004. - № 6. - С. 80-85
20. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. / Т.І. Ткаченко. - К.: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2006. - 537 с.
21. Цибух В. Туризм в Україні: проблеми та перспективи / Цибух В. // Економіст. - 2000. - № 6. - С. 34-35.
22. Чудновский А.Д. Менеджмент туризму / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 288 с.
23. Економіка туризму и оценки ее динамики // Економіст. - 2004. - № 12. - С. 72-75
24. Яновская Н. Туризм: организация и учет / Н.Яновская - Х.: Фактор, 2000. - 236с.

Семінарське заняття 2

Тема 4. Особливості розвитку світового ринку готельних послуг

1. Еволюція розвитку світового ринку готельних послуг
2. Форми підприємств з надання готельних послуг, їх класифікація
3. Стратегії готельних ТНК
4. Концентрація капіталу у сфері гостинності
5. Сутність та особливості готельних ланцюжків
6. Контракти на управління підприємств гостинності
7. Франчайзингові угоди на світовому ринку готельних послуг
8. Стратегічні альянси у сфері гостинності
9. Сутність та особливості готельних консорціумів

Тема 5. Оцінка сучасного стану та перспективних напрямків розвитку

1. Ринок готельних послуг європейських країн
2. Американські готельні підприємства та масштаби їх діяльності на світовому ринку
3. Становлення та розвиток індустрії гостинності країн Східної Азії та Тихоокеанського регіону.
4. Інфраструктура ринку готельних послуг

Тема 6. Види і напрямки моніторингу світового ринку туристичних і готельних послуг

1. Регіональний моніторинг світового ринку туристичних послуг.
2. Комплексний моніторинг ринку туристичних та готельних послуг.
3. Локальний моніторинг ринку туристичних та готельних послуг.
4. Суб'єкти здійснення моніторингу ринку туристичних та готельних послуг

Методичні вказівки:

При підготовці до семінарського заняття необхідно:

1. Вивчити особливості розвитку світового ринку готельних послуг на сучасному етапі.
2. Розглянути Становлення та розвиток індустрії гостинності в різних регіонах світу.
3. Проаналізувати існуючі види і напрямки моніторингу світового ринку туристичних і готельних послуг

Основні поняття та терміни:

Готельні послуги, стратегія, готельні ТНК, готельні ланцюжки, сфера гостинності, франчайзингові угоди, стратегічні альянси, готельні консорціуми, інфраструктура ринку готельних послуг, моніторинг світового ринку туристичних послуг.

Основна література

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. / А.Ю. Александрова - М.: Аспект Пресс, 2001 .- 464 с.
2. Вачевський М.В. Маркетинг в сферах послуг [навчальний посібник] / М.В.Вачевський, В.Г. Скотний - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 232 с.
3. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу / М.П. Мальська, В.В.Худо, В.І. Цибух. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.
4. Румянцев А.П., Коваленко Ю.О. Міжнародна торгівля послугами: навчальний ж. - Центр навчальної літератури, 2003. - 112 с.

Додаткова література

1. Ващенко Н.П. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму / Н.П.Ващенко, О.В. Горохова // Громадське харчування і туристична індустрія у ринкових умовах: Зб. наук, праць. - Київ: КНЕУ, 2001. - 240 с.
2. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2014.pdf.
3. Виноградська А.М. Туризм та сучасні технології / А.М. Виноградська // Ресторанне господарство і туристична індустрія в сучасних умовах. - 2002. - С. 91-96.
4. Гайдук А. Процеси глобалізації та концентрації як фактор розвитку європейського та світового туристичних господарств / А. Гайдук // Регіональна економіка. - 2003. - № 1. - С. 227-230
5. Геншафт Л. Особливості функціонування туристичного ринку / Л.Геншафт // Регіональна економіка. - 2002. - № 4.- С. 287-293
6. Державна служба туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.tourism.gov.ua/>.

7. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М.А. Жукова – М.: Финансы и статистика, 2004. - 200 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Пер. с англ. / Ф.Котлер, Дж.Боузн., Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 788 с.
9. Левковская Л. Состояние и перспективы развития туризма и гостиничного бизнеса в Украине / Л.Левковская // Экономика Украины. - 2003. - № 6. - С. 31-36
10. Лихоманова О.В. Стан і перспективи регіонального розвитку туризму в Україні / О.В. Лихоманова // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - № 6(36). - С. 149-155
11. Макеєва О.А. Перспективи розвитку сфери послуг у зовнішньоекономічній діяльності регіональних систем України: Монографія / О.А. Макеєва. - Одеса: Астропринт, 2001. - 160 с.
12. Міжнародні ринки ресурсів: Навч. посібник / А.Б. Яценко, К.С. Мітюшкіна, Т.В. Марена, Я.А. Дубенюк; За заг. ред. проф. Ю.В. Макогона. - Київ: Центр навчальної літератури, 2005. - 194 с.
13. Морозов В.А. Социально-экономические аспекты формирования туристской индустрии / В.А. Морозов // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. - 2004. - № 6. - С. 85-96
14. Новиков В. Туристична галузь у перехідній економіці / Новиков В. // Політика і час. - 1996. - № 6.- С. 48-53.
15. Проблеми інтеграції України у світовий економічний простір / Балабанов К.В., Булатова О.В., Чентуков Ю.І., Дубенюк Я.А. та інші; За наук. ред. К.В. Балабанова. - Донецьк: Вебер (Донецька філія), 2012. - 234 с.
16. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: Збірник наукових праць. - К.: КНТЕУ, 2003. - 303 с.
17. Росоха Р. Світовий досвід організації рекреаційно-туристичної діяльності / Р.Росоха. // Регіональна економіка. - 2002. - № 3. - С. 191-195
18. Румянцев А.П. Міжнародна торгівля / А.П. Румянцев, А.І. Башинська, І.М.Корнилова. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 376 с.
19. Ткаченко Т. Тенденції розвитку світового туризму / Т. Ткаченко, С.Мельниченко // Вісник КНТЕУ. - 2004. - № 6. - С. 80-85
20. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. / Т.І. Ткаченко. - К.: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2006. - 537 с.
21. Цибух В. Туризм в Україні: проблеми та перспективи / Цибух В. // Економіст. - 2000. - № 6. - С. 34-35.
22. Чудновский А.Д. Менеджмент туризма / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 288 с.
23. Экономика туризма и оценки ее динамики // Экономист. - 2004. - № 12. - С. 72-75
24. Яновская Н. Туризм: организация и учет / Н.Яновская - Х.: Фактор, 2000. - 236с.

Семінар 3.

Тема: Туристичні доходи та витрати

1. Поняття та концепція доходів від міжнародного туризму.
2. Поняття та концепція витрат від міжнародного туризму.
3. Країни-лідери за доходами та витратами на міжнародний туризм.

Методичні вказівки:

При підготовці до семінарського заняття необхідно:

4. Вивчити поняття доходів та витрат від міжнародного туризму.
5. Розглянути концепцію туристських витрат.
6. Проаналізувати країни-лідери за доходами та витратами на міжнародний туризм.

Запитання до обговорення:

1. Доходи від міжнародного туризму.
2. Концепція туристських витрат.
3. Склад туристських витрат.
4. Витрати до здійснення туристичної подорожі.
5. Витрати під час здійснення подорожі.
6. Витрати після здійснення подорожі.
7. Країни-лідери за витратами на міжнародний туризм.
8. Країни-лідери за доходами на міжнародний туризм.

Теми рефератів:

1. Поняття та концепція доходів та витрат міжнародного туризму.
2. Аналіз динаміки та структури валютних надходжень від міжнародного туризму.
3. Оцінка структури та динаміки витрат українських туристів.

Основні поняття та терміни:

Доходи від міжнародного туризму, концепція туристських витрат, витрати до здійснення туристичної подорожі, витрати під час здійснення подорожі, витрати після здійснення подорожі

Основна література

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. / А.Ю. Александрова - М.: Аспект Пресс, 2001. - 464 с.
2. Вачевський М.В. Маркетинг в сферах послуг [навчальний посібник] / М.В.Вачевський, В.Г. Скотний - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 232 с.
3. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу / М.П. Мальська, В.В.Худо, В.І. Цибух. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.
4. Румянцев А.П., Коваленко Ю.О. Міжнародна торгівля послугами: навчальний ж. - Центр навчальної літератури, 2003. - 112 с.

Додаткова література

1. Ващенко Н.П. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму / Н.П.Ващенко, О.В. Горохова // Громадське харчування і туристична індустрія у ринкових умовах: Зб. наук, праць. - Київ: КНЕУ, 2001. - 240 с.
2. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2014.pdf.
3. Виноградська А.М. Туризм та сучасні технології / А.М. Виноградська // Ресторанне господарство і туристична індустрія в сучасних умовах. - 2002. - С. 91-96.

4. Гайдук А. Процеси глобалізації та концентрації як фактор розвитку європейського та світового туристичних господарств / А. Гайдук // Регіональна економіка. - 2003. - № 1. - С. 227-230
5. Геншафт Л. Особливості функціонування туристичного ринку / Л.Геншафт // Регіональна економіка. - 2002. - № 4.- С. 287-293
6. Державна служба туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.tourism.gov.ua/>.
7. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М.А. Жукова – М.: Финансы и статистика, 2004. - 200 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Пер. с англ. / Ф.Котлер, Дж.Боузн., Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 788 с.
9. Левковская Л. Состояние и перспективы развития туризма и гостиничного бизнеса в Украине / Л.Левковская // Экономика Украины. - 2003. - № 6. - С. 31-36
10. Лихоманова О.В. Стан і перспективи регіонального розвитку туризму в Україні / О.В. Лихоманова // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - № 6(36). - С. 149-155
11. Макеева О.А. Перспективи розвитку сфери послуг у зовнішньоекономічній діяльності регіональних систем України: Монографія / О.А. Макеева. - Одеса: Астропринт, 2001. - 160 с.
12. Міжнародні ринки ресурсів: Навч. посібник / А.Б. Яценко, К.С. Мітюшкіна, Т.В. Марена, Я.А. Дубенюк; За заг. ред. проф. Ю.В. Макогона. - Київ: Центр навчальної літератури, 2005. - 194 с.
13. Морозов В.А. Социально-экономические аспекты формирования туристской индустрии / В.А. Морозов // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. - 2004. - № 6. - С. 85-96
14. Новиков В. Туристична галузь у перехідній економіці / Новиков В. // Політика і час. - 1996. - № 6.- С. 48-53.
15. Проблеми інтеграції України у світовий економічний простір / Балабанов К.В., Булатова О.В., Чентуков Ю.І., Дубенюк Я.А. та інші; За наук. ред. К.В. Балабанова. - Донецьк: Вебер (Донецька філія), 2012. - 234 с.
16. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: Збірник наукових праць. - К.: КНТЕУ, 2003. - 303 с.
17. Росоха Р. Світовий досвід організації рекреаційно-туристичної діяльності / Р.Росоха. // Регіональна економіка. - 2002. - № 3. - С. 191-195
18. Румянцев А.П. Міжнародна торгівля / А.П. Румянцев, А.І. Башинська, І.М.Корнилова. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 376 с.
19. Ткаченко Т. Тенденції розвитку світового туризму / Т. Ткаченко, С.Мельниченко // Вісник КНТЕУ. - 2004. - № 6. - С. 80-85
20. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. / Т.І. Ткаченко. - К.: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2006. - 537 с.
21. Цибух В. Туризм в Україні: проблеми та перспективи / Цибух В. // Економіст. - 2000. - № 6. - С. 34-35.
22. Чудновский А.Д. Менеджмент туризма / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 288 с.
23. Экономика туризма и оценки ее динамики // Економіст. - 2004. - № 12. - С. 72-75
24. Яновская Н. Туризм: организация и учет / Н.Яновская - Х.: Фактор, 2000. - 236с.

Семінар 4.

Тема: Міжнародний туристичний попит

1. Сегментування туристичного ринку.
2. Сутність туристичного попиту.
3. Еластичність туристичного попиту.
4. Сучасні тенденції туристичного попиту.

Методичні вказівки:

При підготовці до семінарського заняття необхідно:

1. Вивчити: Поняття сутності туристичного попиту.
2. Розглянути: Чинники, що впливають на туристичний попит.
3. Проаналізувати: Сучасні тенденції туристичного попиту.

Запитання до обговорення:

1. Сегментування туристичного ринку.
2. Потреби та туристичний попит. Вибір споживача в міжнародному туризмі.
3. Сутність туристичного попиту та чинники, що впливають на нього.
4. Характерні ознаки туристичного попиту.
5. Динамізм туристичного попиту.
6. Комплексність та гетерогенність туристичного попиту.
7. Еластичність туристичного попиту.
8. Концентрація туристичного попиту у часі та просторі.
9. Залежність попиту і пропозиції туристичних послуг.
10. Сучасні тенденції туристичного попиту. Географія міжнародного туристичного попиту.

Теми рефератів:

1. Перспективні напрямки формування туристичного попиту.
2. Сутність туристичного попиту та чинники, що впливають на нього.
3. Сучасні тенденції туристичного попиту. Географія міжнародного туристичного попиту

Основні поняття та терміни:

Сегмент туристичного ринку, туристичний попит, комплексність та гетерогенність туристичного попиту, еластичність туристичного попиту.

Основна література

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. / А.Ю. Александрова - М.: Аспект Пресс, 2001 .- 464 с.
2. Вачевський М.В. Маркетинг в сферах послуг [навчальний посібник] / М.В.Вачевський, В.Г. Скотний - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 232 с.
3. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу / М.П. Мальська, В.В.Худо, В.І. Цибух. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.
4. Румянцев А.П., Коваленко Ю.О. Міжнародна торгівля послугами: навчальний ж. - Центр навчальної літератури, 2003. - 112 с.

Додаткова література

1. Ващенко Н.П. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму / Н.П.Ващенко, О.В. Горохова // Громадське харчування і туристична індустрія у ринкових умовах: Зб. наук, праць. - Київ: КНЕУ, 2001. - 240 с.
2. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2014.pdf.
3. Виноградська А.М. Туризм та сучасні технології / А.М. Виноградська // Ресторанне господарство і туристична індустрія в сучасних умовах. - 2002. - С. 91-96.
4. Гайдук А. Процеси глобалізації та концентрації як фактор розвитку європейського та світового туристичних господарств / А. Гайдук // Регіональна економіка. - 2003. - № 1. - С. 227-230
5. Геншафт Л. Особливості функціонування туристичного ринку / Л.Геншафт // Регіональна економіка. - 2002. - № 4.- С. 287-293
6. Державна служба туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.tourism.gov.ua/>.
7. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М.А. Жукова – М.: Финансы и статистика, 2004. - 200 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Пер. с англ. / Ф.Котлер, Дж.Боузн., Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 788 с.
9. Левковская Л. Состояние и перспективы развития туризма и гостиничного бизнеса в Украине / Л.Левковская // Экономика Украины. - 2003. - № 6. - С. 31-36
10. Лихоманова О.В. Стан і перспективи регіонального розвитку туризму в Україні / О.В. Лихоманова // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - № 6(36). - С. 149-155
11. Макеєва О.А. Перспективи розвитку сфери послуг у зовнішньоекономічній діяльності регіональних систем України: Монографія / О.А. Макеєва. - Одеса: Астропринт, 2001. - 160 с.
12. Міжнародні ринки ресурсів: Навч. посібник / А.Б. Яценко, К.С. Мітюшкіна, Т.В. Марена, Я.А. Дубенюк; За заг. ред. проф. Ю.В. Макогона. - Київ: Центр навчальної літератури, 2005. - 194 с.
13. Морозов В.А. Социально-экономические аспекты формирования туристской индустрии / В.А. Морозов // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. - 2004. - № 6. - С. 85-96
14. Новиков В. Туристична галузь у перехідній економіці / Новиков В. // Політика і час. - 1996. - № 6.- С. 48-53.
15. Проблеми інтеграції України у світовий економічний простір / Балабанов К.В., Булатова О.В., Чентуков Ю.І., Дубенюк Я.А. та інші; За наук. ред. К.В. Балабанова. - Донецьк: Вебер (Донецька філія), 2012. - 234 с.
16. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: Збірник наукових праць. - К.: КНТЕУ, 2003. - 303 с.
17. Росоха Р. Світовий досвід організації рекреаційно-туристичної діяльності / Р.Росоха. // Регіональна економіка. - 2002. - № 3. - С. 191-195
18. Румянцев А.П. Міжнародна торгівля / А.П. Румянцев, А.І. Башинська, І.М.Корнилова. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 376 с.
19. Ткаченко Т. Тенденції розвитку світового туризму / Т. Ткаченко, С.Мельниченко // Вісник КНТЕУ. - 2004. - № 6. - С. 80-85

20. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. / Т.І. Ткаченко. - К.: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2006. - 537 с.
21. Цибух В. Туризм в Україні: проблеми та перспективи / Цибух В. // Економіст. - 2000. - № 6. - С. 34-35.
22. Чудновский А.Д. Менеджмент туризма / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 288 с.
23. Экономика туризма и оценки ее динамики // Экономист. - 2004. - № 12. - С. 72-75
24. Яновская Н. Туризм: организация и учет / Н.Яновская - Х.: Фактор, 2000. - 236с.

ВАРІАНТИ МОДУЛЬНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Варіант 1

1. Тестові завдання

- 1.1. Згідно із міжнародним визначенням, „особа, яка подорожує та здійснює перебування в місцях, що знаходяться за межами її звичного середовища, на термін, який не перевищує 12 місяців з будь-якою метою, окрім професійної діяльності, що оплачується з джерел країни перебування” – це ...
- а) турист;
 - б) мандрівник;
 - в) екскурсант;
 - г) кочівник.
- 1.2. Згідно із міжнародними рекомендаціями Всесвітньої туристської організації до основних закладів розміщення, що належать до готельної індустрії, можна віднести:
- а) приватні туристичні заклади розміщення;
 - б) комерційні та соціальні заклади розміщення;
 - в) готелі й мотелі;
 - г) спеціалізовані заклади розміщення.
- 1.3. Який вид туризму охоплює поїздки подорожуючих осіб з туристичними цілями за межі країни постійного проживання?
- а) міжнародний;
 - б) внутрішній;
 - в) національний;
 - г) етнічний.
- 1.4. Який показник фіксується в балансі поточних розрахунків країни та розраховується як сума всіх витрат іноземних відвідувачів у країні перебування?
- а) показник надходжень від міжнародного туризму;
 - б) показник надходжень від внутрішнього туризму;
 - в) ефективність національного туризму;
 - г) чистий дохід від виїзного туризму.
- 1.5. Який чинник в країні безпосередньо не впливає на вартісні показники надходжень від туризму?
- а) коливання обмінних курсів валют;
 - б) рівень інфляції;
 - в) ослаблення національної грошової одиниці;
 - г) рівень розвитку туристичної інфраструктури в країні.
- 1.6. Найбільш чутливим до зміни купівельної спроможності та рівня доходів туристів є такий вид подорожі, як ...
- а) розважальні тури;
 - б) етнічні тури;
 - в) ділові подорожі;
 - г) науковий туризм.
- 1.7. Якщо туристичний попит реагує на зміну тривалості відпустки, кількості вихідних днів або тривалості відрядження, це є показником:
- а) еластичності туристичного попиту за часом;
 - б) еластичності туристичного попиту за доходом;
 - в) еластичності туристичного попиту за ціною;
 - г) всі відповіді вірні.

- 1.8. Зовнішній чинник, під впливом якого зміщується точка рівноваги на туристичному ринку ...
- зміна системи оподаткування;
 - граничні витрати турагента;
 - природно-кліматичні умови туристичного регіону;
 - всі наведені чинники.
- 1.9. На короткостроковому інтервалі часу величина туристичної пропозиції ...
- відносно постійна;
 - відносно динамічна;
 - ніколи не змінюється;
 - залежить лише від зовнішніх чинників.
- 1.10. До загальної інфраструктури, що формує первісну туристичну пропозицію, не належать:
- шляхи сполучення;
 - газо- та електропостачання;
 - установи розважального та спортивного сектору;
 - споруди для розміщення та харчування туристів.
- 1.11. Яке з наведених тверджень є невірним?
- класичний турагент не створює власні туристичні продукти;
 - турагент реалізує послуги кінцевим споживачам;
 - основна функція турагентів – надання інформаційних послуг;
 - розмір комісійної винагороди турагента завжди фіксований і становить 50% до ціни туристичного продукту, що продається.
- 1.12. Що з наведеного не можна віднести до переваг застосування прямих каналів збуту на міжнародному туристичному ринку?
- збільшення витрат виробника на створення власної мережі туристичних агентств;
 - додаткові можливості збуту;
 - відносна простота (прямий продаж – виробник/споживач);
 - можливість особистого контролю над продажами.
- 1.13. До якої категорії, згідно міжнародних стандартів, належать готелі, що відповідають наступним вимогам: „винятковий дизайн інтер’єру, меблі та килими – з найдорожчих матеріалів, посуд та столові прибори – одного стилю, постільна білизна – з тонкотканих натуральних тканин з вишитою або витканою емблемою готелю”?
- готелі категорії дві зірки;
 - готелі категорії три зірки;
 - готелі категорії чотири зірки;
 - готелі категорії п’ять зірок.
- 1.14. Визначте головний предмет вимог, які пред’являють туристи до готельного сервісу на міжнародному ринку готельних послуг:
- обов’язкове щоденне прибирання кімнат;
 - низькі ціни на послуги;
 - наявність у готельному підприємстві ресторану;
 - комфорт.
- 1.15. До основних характеристик міжнародного ринку готельного бізнесу не належить:
- на ринку присутня досить велика кількість покупців, що мають недостатню інформацію про послуги, які надаються підприємствами, що працюють у сфері готельного бізнесу;

- b) на ринку працює досить велика кількість продавців, послуги яких диференційовані, але при цьому розходження в принципі незначні;
- c) для входження в галузь необхідно мати значний капітал, у той же час вихід із галузі не обмежений практично ніякими бар'єрами;
- d) немає вірної відповіді.

1.16. Оберіть правильне визначення: „форма організації постійних економічних зв'язків між спеціалізованими, але самостійними підприємствами з виробництва і організації туристичних послуг і товарів” – це ...

- a) спеціалізація;
- b) кооперування;
- c) інтеграція;
- d) глобалізація.

1.17. Конгломерація в сфері туризму передбачає ...

- a) об'єднання функціонально і технологічно різнорідних підприємств, які належать до близьких, родинних галузей;
- b) об'єднання виробництв, які створюють єдиний технологічний ланцюжок, починаючи від обробки сировини і закінчуючи випуском готових продуктів;
- c) форма організації постійних економічних зв'язків між спеціалізованими, але самостійними підприємствами з виробництва і організації туристичних послуг і товарів;
- d) об'єднання під єдиним фінансовим контролем фірм (підприємств), які не мають виробничих зв'язків і належать не тільки до різних видів виробництва, але й до різних сфер економіки.

1.18. Оберіть правильне визначення: „організаційна форма функціонування суб'єктів туристичної діяльності, що утворилася шляхом злиття, купівлі і поглинання організацій” – це ...

- a) стратегічний союз;
- b) глобальне об'єднання;
- c) готельний ланцюг;
- d) транснаціональна корпорація.

1.19. Туристичні корпорації – це ...

- a) об'єднання функціонально і технологічно різнорідних підприємств, які належать до близьких, родинних галузей;
- b) організаційна форма функціонування суб'єктів туристичної діяльності, що утворилася шляхом злиття, купівлі і поглинання організацій;
- c) об'єднання виробництв, які створюють єдиний технологічний ланцюжок, починаючи від обробки сировини і закінчуючи випуском готових продуктів;
- d) великі підприємства туристичного бізнесу, які виникли в результаті злиття, поглинання або об'єднання декількох туроператорських фірм.

1.20. Склад ціни послуги проживання:

- a) собівартість + прибуток + ПДВ + надбавки (знижки)
- b) собівартість + цільовий прибуток
- c) собівартість + ПДВ + надбавки (знижки)
- d) собівартість + прибуток + надбавки (знижки)

2. Практичне завдання

Використовуючи дані таблиці, пояснити причини розподілу туристичних потоків по групах країн, класифікація яких запропонована Світовим банком. Чим зумовлено

наявність майже однакових часток виїжджаючих та в'їжджаючих туристів з країн з високим рівнем доходів?

**Розподіл в'їзних та виїзних туристичних потоків
по групах країн (у % до підсумку)**

<i>Країни</i>	<i>Туристи, що в'їжджають</i>		<i>Туристи, що виїжджають</i>	
	<i>1980 р.</i>	<i>2010 р.</i>	<i>1980 р.</i>	<i>2010 р.</i>
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0
Країни з низьким рівнем доходів	3,1	7,2	1,3	3,4
Країни із середнім рівнем доходів	23,6	31,3	20,9	36,4
Країни з високим рівнем доходів	73,3	61,5	77,8	60,2

Варіант 2

1. Тестові завдання

- 1.1. Яка із наведених ознак не належить до тих, за допомогою яких можна виділити туристів та екскурсантів в окрему категорію відвідувачів та відокремити їх від інших відвідувачів?
- a) виїзд за межі звичного середовища;
 - b) тривалість перебування в місці призначення;
 - c) розмір туристичних витрат в країні перебування;
 - d) мета подорожі.
- 1.2. Готельні корпорації, які володіють багаточисельними підприємствами готельної індустрії, отримали назву ...
- a) ланцюги незалежних готельних підприємств;
 - b) корпоративні готельні ланцюги;
 - c) готельні ланцюги, що надають управлінські послуги;
 - d) інтегровані мережі готелів.
- 1.3. Національний туризм співвідноситься з категорією національного виробництва та включає наступні складові:
- a) масовий та популярний туризм;
 - b) внутрішній та виїзний туризм;
 - c) соціальний та елітарний туризм;
 - d) сталий та екологічний туризм.
- 1.4. В'їзний туристичний потік співвідноситься з наступною категорією туристичних витрат:
- a) надходження від міжнародного туризму;
 - b) внутрішні туристичні витрати;
 - c) національні витрати;
 - d) витрати резидентів в межах країни.
- 1.5. Надходження від міжнародного туризму в основному концентруються в наступних країнах:
- a) країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону;
 - b) країнах Близького Сходу;
 - c) країнах Східної Європи;
 - d) країнах Західної Європи та Північної Америки (США, Канада).
- 1.6. Разом із збільшенням матеріального становища та рівня доходу туристів розмір туристичних витрат ...
- a) збільшується;
 - b) зменшується;
 - c) не змінюється;
 - d) зменшується, але повільними темпами.
- 1.7. У країнах північної півкулі з помірним кліматом так званий „мертвий” сезон охоплює наступні місяці:
- a) липень та серпень;
 - b) березень, квітень та травень;
 - c) усі зимові місяці;
 - d) жовтень-грудень.
- 1.8. Яке з наведених тверджень є невірним?
- a) збалансованість попиту і пропозиції на туристичному ринку забезпечується завдяки ціновому механізму;

- b) рівновага ціни і кількості туристичних послуг складається окремо на кожному туристичному ринку;
 - c) райони походження туристичного попиту завжди співпадають з районами споживання туристичного продукту;
 - d) виробники та споживачі по-різному сприймають туристичний продукт.
- 1.9. Який з наведених елементів не належить до первісної туристичної пропозиції?
- a) природні особливості;
 - b) загальна інфраструктура;
 - c) загальна супраструктура;
 - d) соціально-культурні особливості дестинації.
- 1.10. Яке з наведених тверджень є невірним?
- a) ринкова ціна на туристичному ринку вирівнює кількість товарів та послуг, яку можуть придбати споживачі, з тою кількістю, яку намагаються продати виробники.
 - b) райони походження туристичного попиту завжди співпадають з районами споживання туристичного продукту.
 - c) виробники та споживачі туристичного продукту по-різному його сприймають.
 - d) категорія ринкової рівноваги зазвичай використовується по відношенню до національної, а не світової економіки.
- 1.11. Початковим етапом формування туристичного продукту для туроператора є ...
- a) вибір партнерів та постачальників;
 - b) проведення маркетингових досліджень;
 - c) встановлення ціни туристичного продукту;
 - d) розробка туру.
- 1.12. Яка з наведених особливостей не належить до ринку турагентів?
- a) велика кількість учасників торгових угод;
 - b) відкритий доступ до ринку;
 - c) невеликі обсяги інвестицій;
 - d) обмежена конкуренція.
- 1.13. Готель цілорічного функціонування, розміщений на невеликому за розміром плавзасобі, який має умови для швартування і технічного обслуговування засобів водного транспорту – це ...
- a) ботель;
 - b) флотель;
 - c) агроготель;
 - d) курортний готель.
- 1.14. Яка система класифікації засобів розміщення використовується в Греції?
- a) система „зірок”
 - b) система „корон”
 - c) система букв (A, B, C, D)
 - d) система класів (люкс, вищий, перший, другий)
- 1.15. Ефективність світового готельного господарства характеризується:
- a) коефіцієнтом середньої ціни номерного фонду;
 - b) коефіцієнтом його завантаження;
 - c) коефіцієнтом якості послуг, які у ньому надають;
 - d) коефіцієнтом впливу на попит.
- 1.16. Оберіть, яке з наведених тверджень є невірним:

- a) ринок підприємств готельної індустрії можна визначити як суспільно-економічне явище, що поєднує попит та пропозицію для забезпечення купівлі-продажу готельного продукту у визначений час і визначене місце;
- b) досягнення збалансованості між попитом та пропозицією на готельні послуги забезпечується дією ринкового механізму;
- c) для входження в галузь необхідно мати достатньо великий капітал;
- d) ринок готельних послуг можна охарактеризувати як ринок досконалої конкуренції.

1.17. Кооперування щодо створення туристичного продукту (наприклад, між туристичним підприємством і транспортною організацією) отримало назву:

- a) побутове кооперування;
- b) виробниче кооперування;
- c) предметне кооперування;
- d) функціональне кооперування.

1.18. Оберіть правильне визначення: „об’єднання функціонально і технологічно різнорідних підприємств, які належать до близьких, родинних галузей» - це ...

- a) конгломерація;
- b) диверсифікація;
- c) інтеграція;
- d) кооперування.

1.19. Яка організаційна форма функціонування суб’єктів туристичної діяльності, безпосередньо не зачіпає відносини власності, оскільки компанії, що співпрацюють, зберігають свою автономію;

- a) стратегічний союз;
- b) глобальне об’єднання;
- c) готельний ланцюг;
- d) транснаціональна корпорація.

1.20. Інтеграція на міжнародному туристичному ринку передбачає:

- a) об’єднання технологічно однорідних виробництв або виробництв, які створюють єдиний технологічний ланцюжок, починаючи від обробки сировини і закінчуючи випуском готових продуктів;
- b) об’єднання функціонально і технологічно різнорідних підприємств, які належать до близьких, родинних галузей;
- c) організацію постійних економічних зв’язків між спеціалізованими, але самостійними підприємствами з виробництва і організації туристичних послуг і товарів;

об’єднання під єдиним фінансовим контролем фірм (підприємств), які не мають виробничих зв’язків і належать не тільки до різних видів виробництва, але й до різних сфер економіки.

2. Практичне завдання.

У таблиці наведені дані про середньорічні темпи росту прибуттів туристів по регіонах. Поясніть тенденції регіонального розподілу.

Середні темпи щорічного росту прибуття туристів по регіонах, %

Період (роки)	У світі	Європа	Америка	Східна Азія і Тихоокеанський регіон
1950-1970	9,9	10,9	9,9	18,1
1970-1980	5,7	5,3	3,8	14,7
1980-1990	4,7	4,1	4,3	9,6
1990-2000	3,8	2,7	4,6	6,8
2000-2010	3,5	2,5	3,5	6,5

Варіант 3

1. Тестові завдання

- 1.1. До якої категорії належить турист у випадку, коли він перебуває у країні призначення терміном, що перевищує 12 місяців?
- а) мандрівник;
 - б) кочівник;
 - в) постійний житель (резидент);
 - г) мігрант.
- 1.2. Яке утворення міжнародної готельної індустрії передбачає об'єднання декількох готельних підприємств в колективний бізнес, що здійснюється під єдиним керівництвом, в рамках спільної концепції просування готельного продукту та під спільною торговою маркою?
- а) готельний ланцюг;
 - б) стратегічний союз;
 - в) стратегічний альянс;
 - г) міжнародна корпорація.
- 1.3. Уперше концепція соціального туризму була заснована та реалізована в наступних країнах:
- а) Франція та Швейцарія;
 - б) Сполучені Штати Америки;
 - в) Країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону;
 - г) Канада та Японія.
- 1.4. Виїзний туристичний потік співвідноситься з наступною категорією туристичних витрат:
- а) міжнародні туристичні витрати;
 - б) внутрішні туристичні витрати;
 - в) національні витрати;
 - г) витрати резидентів в межах країни.
- 1.5. Як зміняться витрати на послуги розміщення, якщо уряд країни призначення туриста збільшить податок на готельний збір?
- а) витрати збільшаться;
 - б) витрати зменшаться;
 - в) розмір туристичних витрат не зміниться;
 - г) вірного варіанту немає.
- 1.6. Чи є вірним твердження, що в деяких випадках високі ціни на туристичні продукти та послуги стимулюють збільшення туристичного попиту?
- а) ні, туристичний попит завжди буде знижуватися при збільшенні ціни;
 - б) так, твердження є вірним у будь-яких випадках;
 - в) туристичний попит буде збільшуватися лише на ринку елітарного туризму;
 - г) немає вірного варіанту відповіді.
- 1.7. Які з наведених чинників не обумовлюють сезонні коливання туристичного попиту?
- а) природно-кліматичні;
 - б) економічні;
 - в) соціальні;
 - г) чинники країни походження туриста.
- 1.8. Чи впливає чинник моди на концентрацію туристичного попиту?
- а) так, безумовно;
 - б) ні, туристичний попит від цього чинника не залежить;
 - в) впливає лише на масовий туризм;
 - г) вірної відповіді немає.
- 1.9. Головною кількісною характеристикою споживчої поведінки фактичних та потенційних покупців туристичного продукту є:
- а) обсяг потреб;
 - б) обсяг добробуту;
 - в) обсяг попиту;

d) обсяг вимог щодо туристичного продукту.

1.10. До туристичної супраструктури, що є елементом похідної туристичної пропозиції, належать

- a) підприємства транспортного господарства та зв'язку;
- b) підприємства готельно-ресторанного бізнесу;
- c) турагенти та оператори;
- d) банківські та фінансові установи.

1.11. Головним джерелом доходів турагента є ...

- a) комісійна винагорода;
- b) прибуток від виробничої діяльності;
- c) різниця між граничними прибутками та витратами;
- d) дохід від збутової діяльності.

1.12. Обладнаний засіб розміщення, виготовлений з легких будівельних матеріалів, оснащений інвентарем для самостійного приготування їжі – це ...

- a) агроготель;
- b) фермерський будинок;
- c) флотель;
- d) бунгало.

1.13. Яка система класифікації засобів розміщення використовується в Великобританії?

- a) система „зірок”
- b) система „корон”
- c) система букв (A, B, C, D)
- d) система класів (люкс, вищий, перший, другий)

1.14. Основним змінним показником, яким характеризується коливання обсягу ринкової частки світового готельного господарства є ...

- a) якість послуг, доходи від додаткових послуг;
- b) ступінь використання інформаційних технологій;
- c) рівень організаційної культури;
- d) ступінь вертикальної інтеграції.

1.15. Згідно із міжнародним поняттям контракту на управління в готельному бізнесі компанія, яка здійснює управління підприємством, називається:

- a) продавцем;
- b) франчайзодавцем;
- c) оператором;
- d) немає вірної відповіді.

1.16. Оберіть правильне визначення: „великі підприємства туристичного бізнесу, які виникли в результаті злиття, поглинання або об'єднання декількох туроператорських фірм” – це ...

- a) стратегічні альянси;
- b) готельні ланцюги;
- c) туристичні корпорації;
- d) глобальні об'єднання.

1.17. Вкажіть, який напрямок вертикальної інтеграції в туризмі передбачає наближення до ринку споживачів (купівля туроператора або турагентства):

- a) прямий напрямок;
- b) зворотній напрямок;
- c) предметний напрямок;
- d) внутрішній напрямок.

1.18. До основних видів міжфірмового обміну в стратегічних союзах належить:

- a) угоди про франчайзинг;
- b) управлінські контракти;

- c) спільні підприємства;
- d) усі наведені відповіді.

1.19. До основних форм горизонтальної інтеграції на авіапідприємствах не належить:

- a) партнерство;
- b) обмін ідентифікаційними кодами між авіакомпаніями;
- c) спільна інвестиційна діяльність;
- d) спільна рекламна діяльність.

1.20. Послуги туризму становлять кінцевий продукт, тому ціни на турпослуги – це:

- a) роздрібні ціни
- b) оптові ціни
- c) демпінгові ціни
- d) посередницькі ціни

2. Практичне завдання.

Заповнити вільні колонки таблиці. Пояснити вигоди трансфертного ціноутворення.

Трансфертне ціноутворення у транснаціональній туристичній корпорації

<i>Країна</i>	<i>Ставка податку, %</i>	<i>Фактична величина витрат виробництва</i>	<i>Фактична виручка компанії</i>	<i>Фактичний прибуток компанії</i>	<i>Величина податкових платежів</i>
A	10	200	250		
B	25	310	340		
C	30	<u>450</u>	<u>510</u>		
		<i>Трансфертна ціна (об'явлені витрати виробництва) Z</i>		<i>Об'явлений прибуток Y-Z</i>	<i>Реально виплачені податки</i>
A		250			
B		290			
C		<u>480</u>			

Варіант 4

1. Тестові завдання

- 1.1. До якої категорії подорожуючих належать круїзні пасажери, що перебувають на круїзних судах та ночують на їх борту?
- а) туристи;
 - б) одноденні відвідувачі (екскурсанти);
 - в) мандрівники;
 - г) інші подорожуючі особи.
- 1.2. До сучасних тенденцій розвитку міжнародної готельної індустрії не належить:
- а) упровадження в індустрію гостинності комп'ютерних технологій;
 - б) утворення міжнародних готельних та ресторанних ланцюгів;
 - в) загальне зниження цін на готельні послуги, що надаються;
 - г) поглиблення спеціалізації готельної пропозиції.
- 1.3. В основі якої форми туризму лежить принцип: частина доходів, отриманих від обслуговування туристів, залишається на місцях та направляється на захист природи?
- а) зелений;
 - б) екологічний;
 - в) сталий;
 - г) елітарний
- 1.4. Витрати відвідувача в країні перебування можна визначити наступним чином:
- а) вартість товарів і послуг, використаних для безпосереднього задоволення потреб відвідувачів;
 - б) вартість товарів та послуг в країні призначення, що була оплачена лише готівкою;
 - в) вартість товарів та послуг в країні призначення, що була оплачена за допомогою кредитної картки відвідувача;
 - г) вартість товарів та послуг в країні призначення, що була оплачена лише дорожніми чеками.
- 1.5. Туристичні витрати, які пов'язані із подорожами громадян країни за межі власної держави мають назву ...
- а) міжнародні витрати;
 - б) внутрішні туристичні витрати;
 - в) національні витрати;
 - г) немає вірної відповіді.
- 1.6. Вкажіть, яке з наведених тверджень є невірним:
- а) туристичний попит може бути чутливий до зміни ціни;
 - б) туристичний попит може бути нееластичним;
 - в) туристичний попит може мати одиничну еластичність;
 - г) величина еластичності туристичного попиту за ціною не може бути від'ємним числом.
- 1.7. Який вид попиту на туризм відображає фактичну кількість учасників туризму, тобто тих, хто подорожує?
- а) реалізований (фактичний) попит;
 - б) прихований попит;
 - в) відсутній попит;
 - г) нееластичний попит.
- 1.8. При зниженні цін туристичні підприємства припиняють свою роботу в тому випадку, якщо:
- а) їх граничний дохід менше граничних витрат;
 - б) їх чистий прибуток менше, ніж загальні витрати;
 - в) чистий прибуток дорівнює нулю;

d) всі відповіді вірні.

1.9. Загальна туристична пропозиція на міжнародному ринку туристичних послуг складається з наступних елементів:

- a) туристична інфраструктура та супраструктура;
- b) первісна та похідна пропозиція;
- c) власне туристична інфраструктура та обумовлена розвитком туризму;
- d) характерні та додаткові туристичні послуги.

1.10. Чи зміститься точка рівноваги на туристичному ринку, якщо уряд держави підвищить податки на туристичні продукти?

- a) так, тому що зміниться положення кривої пропозиції;
- b) ні, точка рівноваги залишиться незмінною;
- c) залежно від види туризму;
- d) немає вірної відповіді.

1.11. Що, згідно із визначенням ВТО, є головним напрямком діяльності туроператора на міжнародному туристичному ринку?

- a) надання інформаційних послуг;
- b) збут туристичних послуг;
- c) розробка туристичного продукту;
- d) немає вірної відповіді.

1.12. Оберіть вірне визначення. Готель-резиденція – це ...

- a) готель-люкс закритого типу, призначений для обслуговування державних посадових осіб;
- b) готель, розташований у будівлі, яка є історико-архітектурною пам'яткою палацової або замкової архітектури;
- c) готель, який має умови для організації і провадження конгрес-заходів;
- d) готель, розташований при клубі, у якому організують дозвілля та надають інші послуги переважно членам клубу.

1.13. Згідно із класифікацією ВТІ (Business Travel International) до найвищого класу готелів Superior Deluxe належать засоби розміщення, що відповідають наступним вимогам:

- a) надають найвищий стандарт проживання, послуг та зручностей;
- b) надають послуги виключно з метою задоволення потреб клієнта;
- c) надають стандартний набір послуг середньої якості;
- d) комфортабельні готелі зі стандартними номерами та місцями для проведення спільного дозвілля.

1.14. Дії (операції) підприємства міжнародного готельного бізнесу з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим проживанням – це ...

- a) готельна послуга;
- b) готельна справа;
- c) процес обслуговування споживача;
- d) готельна індустрія.

1.15. На сучасному етапі розвитку міжнародного готельного бізнесу найбільшу популярність в індустрії гостинності отримав:

- a) товарний франчайзинг;
- b) виробничий франчайзинг;
- c) діловий франчайзинг;
- d) регіональний франчайзинг.

1.16. Який шлях здійснення концентрації в туризмі передбачає укрупнення в рамках окремої господарської одиниці внаслідок капіталізації прибутку (внутрішнього зростання)?

- a) внутрішній;

- b) зовнішній;
- c) предметний;
- d) функціональний.

1.17. До основних засобів інтеграції в сфері туризму не належить ...

- a) поглинання конкурента;
- b) купівля контрольного пакету акцій конкурента;
- c) перехресне володіння акціями різних компаній;
- d) розширення виробництва в межах одного туристичного підприємства.

1.18. Який вид міжфірмового обміну в стратегічних союзах передбачає передачу оперативного контролю над туристичною організацією або якоюсь фазою її діяльності спеціалістам іншої фірми за певну оплату?

- a) контракт на управління;
- b) угода про франчайзинг;
- c) угода про співробітництво;
- d) контракт з маркетингу.

1.19. У міжнародному туристичному бізнесі утворення стратегічних союзів здійснюється з наступною метою:

- a) проведення маркетингових досліджень;
- b) розробка, виробництво і збут послуг;
- c) підготовка персоналу;
- d) усі наведені відповіді.

1.20. Види знижок, які надають підприємства готельного господарства:

- a) сезонні
 - b) за тимчасове зниження якості послуг проживання з різних причин
 - c) рекламні
- всі перераховані відповіді

2. Практичне завдання

Використовуючи дані таблиці, поясніть, чим зумовлене коливання у значенні середньорічних приростів ночівель внутрішнього туризму у різні періоди.

Середній приріст ночівель внутрішнього туризму, %

1924-1929	+5,4
1929-1933	-9,5
1949-1956	+19,1

Варіант 5

1. Тестові завдання

- 1.1. Які особи традиційно не враховуються в туристичній статистиці?
- прикордонні працівники;
 - сезонні працівники;
 - тимчасові мігранти;
 - транзитні пасажери.
- 1.2. Які з наведених готельних послуг належать до додаткових або інших послуг?
- обслуговування гостей офіціантами у ресторані та готельних номерах;
 - надання конференц-залів, послуги пральні, прокат автомобілів;
 - надання послуг портьє щодо розміщення в готельному номері;
 - всі відповіді є вірними.
- 1.3. Подорожі, якими керівництво фірми винагороджує своїх працівників за високі показники в роботі, мають назву ...
- бізнес-подорожі;
 - конгресійні подорожі;
 - виставкові подорожі;
 - інсентів-туризм.
- 1.4. Інклюзив-тури найбільш поширені в країнах ...
- Західної Європи;
 - Сполучені Штати Америки;
 - Японія, країни Близького Сходу;
 - країни південної Америки.
- 1.5. Оберіть, яке з наведених тверджень є невірним:
- обсяг туристичного попиту має тенденцію збільшення при падінні ціни та зменшується при її підвищенні;
 - еластичність туристичного попиту відображає міру реакції однієї змінної на зміну іншої;
 - туристичний попит не залежить від доходу споживача;
 - туристичний попит залежить від цін на товари та послуги.
- 1.6. Який з наведених чинників безпосередньо не впливає на еластичність туристичного попиту за ціною?
- конкурентна ситуація на туристичному ринку;
 - доступність товарів-замінників;
 - часові рамки (довгостроковий або короткостроковий інтервал);
 - сезонні коливання попиту.
- 1.7. Найбільшої інтенсивності попит на туристичні послуги досягає у ...
- першому кварталі;
 - другому кварталі;
 - третьому кварталі;
 - четвертому кварталі.
- 1.8. Якщо розмір туристичної пропозиції залишається незмінним незалежно від того, наскільки збільшиться його ціна, то еластичність пропозиції по ціні...
- дорівнює одиниці;
 - дорівнює нулю;
 - є від'ємним показником;
 - прагне до нескінченності.
- 1.9. До якого елементу туристичної пропозиції належать споруди для надання посередницьких послуг?
- первісна пропозиція;

- b) туристична супраструктура;
- c) власне туристична інфраструктура;
- d) інфраструктура, обумовлена розвитком туризму.

1.10. Як зміниться обсяг туристичних подорожей до країни, якщо уряд підвищить обмінний курс її національної грошової одиниці щодо інших валют?

- a) обсяг туристичних подорожей до країни збільшиться;
- b) обсяг туристичних прибуттів зменшиться;
- c) обсяг подорожей залишиться незмінним;
- d) немає вірної відповіді.

1.11. До основних функцій турагента, згідно із визначенням ВТО, не належить:

- a) надання інформаційних послуг;
- b) збут туристичних послуг;
- c) розробка туристичного продукту;
- d) немає вірної відповіді.

1.12. Оберіть вірне визначення. Клуб-готель – це ...

- a) готель-люкс закритого типу, призначений для обслуговування державних посадових осіб;
- b) готель, розташований у будівлі, яка є історико-архітектурною пам'яткою палацової або замкової архітектури;
- c) готель, який має умови для організації і провадження конгрес-заходів;
- d) готель, розташований при клубі, у якому організують дозвілля та надають інші послуги переважно членам клубу.

1.13. Який тип тарифу у міжнародних готельних підприємствах передбачає вартість послуг з тимчасового розміщення та дворазове харчування на вибір – сніданок, обід або вечеря?

- a) „ліжко та сніданок”
- b) напівпансіон
- c) повний пансіон
- d) „усе включено”

1.14. Обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) і надається споживачеві згідно з укладеним договором – це ...

- a) основні послуги;
- b) додаткові послуги;
- c) індивідуальні послуги;
- d) спеціалізовані послуги.

1.15. Широко розповсюджений спосіб господарювання у світовому готельному господарстві, що передбачає управління власністю на терміни: п'ять, десять або двадцять років – це ...

- a) управління за контрактом;
- b) управління за допомогою договору франчайзинга;
- c) оренда;

1.16. До основних проявів концентрації в міжнародному туристичному бізнесі не належить:

- a) інтеграція;
- b) диверсифікація;
- c) конгломерація;
- d) кооперування.

1.17. Оберіть правильне визначення: „об'єднання виробництв, які створюють єдиний технологічний ланцюжок, починаючи від обробки сировини і закінчуючи випуском готових продуктів” – це ...

- a) вертикальна інтеграція;
- b) горизонтальна інтеграція;

- c) диверсифікація;
- d) зовнішня концентрація.

1.18. До позитивних сторін діяльності транснаціональних корпорацій в сфері туризму не належить:

- a) відтік доходів від міжнародного туризму з приймаючої країни;
- b) збільшення кількості туристів (в т.ч. з країни-базування ТНК);
- c) збільшення надходжень від міжнародного туризму;
- d) передача знань, досвіду, ноу-хау.

1.19. Який вид міжфірмового обміну в стратегічних союзах передбачає, що починаюча турфірма віддає великому туристичному підприємству відповідальність за всі види діяльності, які пов'язані зі збутом всього або частини її турпродукту за певну плату?

- a) контракт на управління;
- b) угода про франчайзинг;
- c) угода про співробітництво;
- d) контракт з маркетингу.

1.20. Ціна «брутто» (пропозиції туру) НЕ включає:

- a) виробнича собівартість туру
- b) маржинальний дохід
- c) ПДВ із доходу від реалізації туру
- d) додатковий дохід

2. Практичне завдання.

У таблиці наведені дані про кількість зайнятих у сфері туризму та частки туризму в структурі ВВП по групах країн. Поясніть такий розподіл з економічної точки зору та стану економіки в групах країн.

Частка зайнятості економічно активного населення в промисловості, сільському господарстві й у сфері послуг по основних типах країн

Типи країн	Частка зайнятості економічно активного населення, %			Частка в структурі ВВП, %		
	Промисловість	Сільське господарство	Послуги	Промисловість	Сільське господарство	Послуги
Економічно розвинуті	31	5	64	34	3	63
Середньорозвинуті	28	17	55	35	7	58
Постсоціалістичні	42	16	42	42	10	48
Країни, що розвиваються	9	64	27	23	38	39

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З КУРСУ

1. Гаазька декларація з туризму Міжпарламентської конференції з туризму ООН розглядає туризм з точки зору:

- a. міжнародної
- b. статистичної
- c. інфраструктурної
- d. правової

2. Що з нижченаведеного відноситься до особливостей міжнародного туризму:

- a. міжнародний туризм оснований на обміні товарами та послугами
- b. якість туристичних послуг є постійною у часі
- c. часовий лаг між моментом оплати туристичного продукту та моментом його споживання є у більшості випадків незначним
- d. туристичні послуги є мобільними

3. Артисти, що їдуть на гастролі до Німеччини, відносяться до категорії:

- a. тимчасові міжнародні відвідувачі
- b. інші мандрівники
- c. туристи
- d. екскурсанти

4. Пасажири круїзів, що ночують на судні, відносяться до категорії:

- a. тимчасові міжнародні відвідувачі
- b. інші мандрівники
- c. туристи
- d. екскурсанти

5. Термін перебування туриста в країні по винен бути не більше:

- a. 12 місяців
- b. 6 місяців
- c. 24 місяців
- d. 3 місяців

6. Визначити, що з нижчезазначеного відноситься до критеріїв класифікації мандрівників:

- a. виїзд за межі звичайного середовища
- b. термін перебування
- c. мотив поїздки
- d. відповіді a, b, c вірні

7. Житель міста, відправляючись за покупками, попутно відвідав історичний музей. Визначити, який критерій не дотримано, щоб віднести даного жителя до категорії “тимчасові мандрівники”:

- a. виїзд за межі звичайного середовища
- b. термін перебування
- c. мотив поїздки
- d. відповіді a, c вірні

8. Яка з нижченаведених категорій належить до області статистики туризму:

- a. мандрівники
- b. відвідувачі
- c. відповіді а, b вірні
- d. відповіді а, b не вірні

9. Туроператор – це:

- a. підприємство, яке зареєстроване у встановленому порядку і має ліцензію на здійснення діяльності, яка пов'язана з наданням туристичних послуг
- b. суб'єкт підприємництва, що здійснює діяльність по просуванню і реалізації безпосередньо туристам туристичного продукту, а також надання послуг по
- c. розміщенню, харчуванню, перевезенню і іншому обслуговуванню, необхідному для реалізації туристичного продукту
- d. суб'єкт підприємництва, що здійснює діяльність по формуванню, просуванню і реалізації туристичного продукту
- e. відповіді а, b, c вірні

10. Що з нижченаведеного належить до туристичної індустрії:

- a. оздоровчі ресурси країни
- b. діяльність з надання туристичних послуг
- c. заклади культури
- d. історико-культурні ресурси

11. Національний туризм охоплює:

- a. внутрішній і виїзний туризм
- b. внутрішній і в'їзний туризм
- c. в'їзний і виїзний туризм
- d. відповіді а, b, c вірні

12. Категорія “туризм у межах країни” співвідноситься з категорією:

- a. національного виробництва
- b. валового національного продукту
- c. сукупного внутрішнього туристичного споживання
- d. чистого національного продукту

13. Стюардеси відносяться до:

- a. конгресійного туризму
- b. ділового туризму
- c. рекреаційного туризму
- d. відповіді а, b, c не вірні

14. Літня пара провела восени 2 тижні на Середземноморському узбережжі з лікувальними цілями. До яких видів туризму вони відносяться:

- a. курортний, короткостроковий туризм
- b. курортний, тривалий туризм
- c. рекреаційний, короткостроковий туризм

d. рекреаційний, тривалий туризм

15. Туристичний попит - це:

- a. сума споживчих витрат
- b. потреби клієнтури туризму
- c. сукупність матеріально-технічної бази
- d. вартість наданих послуг

16. Під час подорожей турист споживає загальні, специфічні та супутні послуги. До яких ознак туристичного попиту можна віднести даний вислів:

- a. динамізм
- b. еластичність попиту за доходом
- c. комплексність
- d. еластичність попиту за часом

17. Підприємства харчування відносяться до:

- a. туристичної супраструктури
- b. первісної пропозиції
- c. туристичної інфраструктури, що обумовлена розвитком туризму
- d. власно туристичної інфраструктури

18. Що з нижченаведеного є методом ціноутворення в туризмі:

- a. зняття вершків
- b. дискримінаційне ціноутворення
- c. престижне ціноутворення
- d. ціноутворення на основі витрат

19. Готелі тимчасово знижують ціну на товар або послуги до рівня іноді навіть нижче, ніж у прайсі, наприклад, в спеціальних випадках типу впровадження товару на ринок. Яка з нижченаведених цінових стратегій відповідає даній ситуації:

- a. ціноутворення на набір товарів
- b. цінове стимулювання збуту
- c. психологічне ціноутворення
- d. знижки за обсяг

20. Вартість харчування входить до складу:

- a. ціни нетто
- b. маржі туристичного підприємства
- c. умовно-постійних витрат підприємства
- d. прибутку туристичного підприємства

21. Виробнича собівартість туру входить до складу:

- a. ціни нетто
- b. маржинального доходу
- c. ціни бруто
- d. обмеженої собівартості

22. Комісійна винагорода може сплачуватися:

- a. туроператору
- b. турагенту
- c. відповіді а, b вірні
- d. відповіді а, b не вірні

23. Визначити, що з нижченаведеного впливає на тенденції в географічних напрямках міжнародного туризму:

- a. особливості природних умов
- b. розвиток засобів транспорту
- c. цінова політика транспортних компаній
- d. відповіді а, b, c вірні

24. Які чинники будуть впливати на розвиток міжнародного туризму у ХХІ столітті:

- a. коливання обмінних курсів
- b. зміни у візовому режимі
- c. збільшення торговельних і інвестиційних потоків
- d. відповіді а, b, c вірні

25. Всесвітня туристична організація є правонаступником:

- a. Міжнародного конгресу офіційних асоціацій пропаганди туризму
- b. Міжнародного союзу офіційних організацій і пропаганди туризму
- c. Міжнародного конгресу офіційних туристичних організацій
- d. Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій

26. Що з нижченаведеного не є функцією Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації:

- a. обрання президента
- b. скликання надзвичайних сесій
- c. обрання членів виконавчої влади
- d. затвердження фінансового регламенту ВТО

27. Державна модель управління туристичною галуззю характерна для:

- a. України
- b. Єгипту
- c. Італії
- d. США

Державна туристична адміністрація України підпорядковується:

- a. Президенту України
- b. Верховній Раді України
- c. Кабінету Міністрів України
- d. Координаційній Раді з туризму

29. Кооперація в туризмі - це:

- a. розвиток засобів розміщення, різних форм обслуговування, зміна характеру діяльності підприємств харчування і розваг, збільшення кількості нових туристичних послуг
- b. форма організація постійних економічних зв'язків між самостійними підприємствами

- з виробництва і організації туристичних послуг і товарів
- c. об'єднання технологічно однорідних виробництв
 - d. об'єднання функціонально і технологічно різнорідних підприємств

30. Що з нижченаведеного не є формою концентрації виробництва в туристичній індустрії:

- a. диверсифікація
- b. інтеграція
- c. інтернаціоналізація
- d. конгломерація

31. Комплементарна інтеграція в туризмі - це:

- a. інтеграція між готельним підприємством і авіакомпанією
- b. інтеграція між туристичними підприємствами, які знаходяться на одному ступені технологічного процесу
- c. інтеграція між авіакомпанією і постачальником продуктів харчування для авіапасажирів
- d. інтеграція між авіакомпанією і туроператором

32. Міжнародний турист витрачає на послуги компанії А 33% своїх коштів, компанії В – 33%, компанії С – 33%. Визначити, яка компанія найбільш виграла б від процесу інтернаціоналізації в галузі туризму:

- a. компанія А
- b. компанія В
- c. компанія С
- d. жодна з компаній

33. Що з нижченаведеного не є задачею стратегічних союзів:

- a. проведення маркетингових досліджень
- b. підготовка персоналу
- c. збут послуг
- d. відповіді а, b, c не вірні

34. Яка організаційна форма діяльності туристичних організацій вирішує проблему розподілу ризику, що пов'язаний з розробкою і використанням найновішої технології:

- a. тільки глобальні об'єднання
- b. тільки стратегічні союзи
- c. відповіді а, b вірні
- d. відповіді а, b не вірні

35. Трансфертне ціноутворення в туризмі використовується з метою:

- a. зниження податкових платежів
- b. збільшення прибутку
- c. відповіді а, b вірні
- d. відповіді а, b не вірні

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Теми рефератів

1. Особливості розвитку туристичної індустрії на сучасному етапі
2. Особливості функціонування тематичних парків у країнах світу
3. Сучасний стан готельної бази світу
4. Інформаційні технології у сфері туризму та гостинності
5. Основні центри розвитку ділового туризму
6. Аналіз динаміки та структури валютних надходжень від міжнародного туризму
7. Оцінка структури та динаміки витрат українських туристів
8. Перспективні напрямки формування туристичного попиту
9. Туристичні ресурси України як основна складові туристичної пропозиції
10. Транспортна інфраструктура та її роль у сфері гостинності
11. Загальна характеристика підприємств сфери розваг
12. Оцінка діяльності європейських туроператорів (на прикладі ...)
13. Оцінка діяльності американських підприємств сфери розваг (на прикладі...)
14. Оцінка діяльності готельних підприємств (на прикладі...)
15. Конкуренція на туроператорському ринку України
16. Проникнення підприємств з іноземним капіталом у сферу туристичного бізнесу України
17. Функціонування іноземних готельних підприємств на території України: сучасний стан та перспективи
18. Порівняльна характеристика послуг, що пропонуються сучасними готельними підприємствами України та країн світу
19. Особливості географічного розміщення світових лідерів сфери гостинності
20. Роль підприємств харчування для світової готельної індустрії
21. Транспортне обслуговування світової туристичної та готельної індустрії
22. Особливості глобалізації туристичного ринку України

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ ДО КУРСУ

1. Сутність туристичної індустрії та готельного бізнесу.
2. Міжнародна класифікація видів діяльності у сфері туризму.
3. Колективні засоби розміщення туристів: типи та характеристики.
4. Індивідуальні засоби розміщення туристів.
5. Типи та характеристика підприємств харчування.
6. Види туристичної діяльності
7. Класифікація туристичної діяльності за метою та методом проведення подорожі
8. Сутність масового і елітарного туризму.
9. Особливості сталого і екологічного туризму.
10. Принципи сталого розвитку світової туристичної галузі.
11. Сутність та складові доходів від міжнародного туризму.
12. Концепція туристських витрат.
13. Склад туристських витрат.
14. Сегментування туристичного ринку.
15. Сутність туристичного попиту та чинники, що впливають на нього.
16. Характерні ознаки туристичного попиту.
17. Залежність попиту і пропозиції туристичних послуг.
18. Поняття туристичного продукту.
19. Особливості та життєвий цикл туристичного продукту.
20. Життєвий цикл туристичного продукту.
21. Сутність туристичної пропозиції.
22. Туристична інфраструктура та туристична супраструктура.
23. Сутність рівноваги та механізм попиту-пропозиції.
24. Зрушення точки ринкової рівноваги.
25. Рівновага на туристичному ринку в динаміці.
26. Характеристика основних суб'єктів світового туристичного ринку.
27. Туроператор і турагент. Функції турагентів.
28. Туроператор і турагент. Напрямки діяльності туроператорів.
29. Сутність та особливості міжнародної готельної справи.
30. Класифікація готелів.
31. Етапи надання готельних послуг.
32. Основні послуги готелів.
33. Характеристика додаткових послуг готельних підприємств.
34. Сутність та особливості ринку готельних послуг.
35. Сегментація ринку готельних послуг.
36. Ціноутворення у сфері міжнародного готельного бізнесу.
37. Сегментація попиту споживача на готельні послуги.
38. Особливості пропозиції у сфері міжнародного готельного бізнесу.
39. Сутність інфраструктури в готельній справі.
40. Ознаки інфраструктури сфери готельних послуг.
41. Система харчування. Характер міжнародного ресторанного бізнесу.
42. Транспортне забезпечення готельних підприємств.
43. Об'єкти інфраструктури готельного бізнесу, пов'язані з охороною навколишнього середовища.
44. Сутність спеціалізації виробництва в туризмі. Виробниче і побутове кооперування.
45. Горизонтальна, вертикальна і комплементарна інтеграція.
46. Сучасні організаційні форми підприємств в туристичній та готельній індустрії.
47. Глобальні корпорації і стратегічні союзи.
48. Види міжфірмового обміну в стратегічних союзах.
49. Вплив діяльності туристичної ТНК на економіку приймаючої країни.
50. Трансфертне ціноутворення в транснаціональній туроператорській компанії.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Александрова А.Ю. Международный туризм / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с.
2. Булатова О.В. Міжнародний туризм [навч. посіб.] / О.В. Булатова, Я.А. Дубенюк. – Маріуполь: МДГУ, 2009. – 244 с.
3. Вачевський М.В. Маркетинг в сферах послуг: [навч. посіб.] / М.В. Вачевський, В.Г. Скотний – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 232 с.
4. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2014.pdf.
5. Державна служба туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/>.
6. Кифяк В.Ф. Організація туризму: навч. посібник / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2008. – 344 с.
7. Лавриненко Г. Формування міжнародного іміджу України в Західному світі (на прикладі Польщі) / Г. Лавриненко / Журнал «Схід» - 2011. – № 4.
8. Леонт'єв В.А. Ретроспектива розвитку міжнародного туризму як складової економіки країни / В.А. Леонт'єв // Економічні науки. – 2014. - №2. – С. 206-209
9. Ладиченко К.І. Перспективи розвитку готельних консорціумів за умов глобалізації / К.І. Ладиченко // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2007. - № 3. – С. 54-59
10. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підруч. для студ. ВНЗ / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
11. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
12. Москаленко М.А. Туристичний імідж України / М.А. Москаленко // Географія та туризм. – 2011. – Вип. 12. – С. 83–87.
13. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент: [навч. посіб.] / Л.І. Нечаюк, Н.О. Телеш. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 348 с.
14. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua>
15. Офіційний сайт Національної академії наук України [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://www.nas.gov.ua/>
16. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>
17. Писаревський І.М. Матеріально-технічна база готелів: підручник / І.М. Писаревський, А.А. Рябев. – Х.: ХНАМГ, 2009. – 276 с.
18. Писаревський І.М. Планування та організація туристських маршрутів: Підручник / І.М. Писаревський, М.В. Тонкошкур; Харк. нац. акад. міськ госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 304 с.
19. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: [зб. наук. пр.]. – К.: КНТЕУ, 2003. – 303 с.
20. Румянцев А.П. Міжнародна торгівля послугами: [навч. посіб.] / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко. – Центр навчальної літератури, 2003. – 112 с
21. Спілка сприяння розвитку сільського та зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/ukrainian>.

22. Стецько Н. Туризм у системі міжнародних економічних відносин / Н.Стецько // Рекреаційна географія і туризм. Наукові записки. – 2013. - №2. – С.22-30
23. Туризм и гостиничное хозяйство: [учеб. пособ.] / Ред. Л.П. Шматько. – М.; Ростов н/Д.: МарТ, 2005. – 352 с.
24. Туризм и гостиничное хозяйство: [учеб.] / Ред. А.Д. Чудновский. – М.: Юркнига, 2003. – 448 с.
25. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії / Н.В. Чорненька. – К.: Атака, 2006. – 264 с.