

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВ

РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ:

методичні рекомендації

для практичних занять та самостійної роботи здобувачів першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП «Туризм» спеціальності 242
«Туризм» денної та заочної форм здобуття вищої освіти



Миколаїв
2026

УДК 338.48

P51

Друкується за рішенням науково-методичної комісії факультету менеджменту МНАУ від 23.04.2026 р. протокол № 8.

Укладач:

Т.Г. Олійник – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємств, Миколаївський національний аграрний університет.

Рецензенти:

Ракова Ю.М. – директор туристичної агенції «Star Tour»

Банєва І.О. – д.е.н., професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму Миколаївського національного аграрного університету

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Тема 1. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг	5
Тема 2. Етапи становлення та сучасні тенденції розвитку ринку туристичних послуг.....	9
Тема 3. Просторова структура та територіальна організація ринку туристичних послуг.....	13
Тема 4. Національні туристичні ринки: структура, типологія та особливості функціонування.....	17
Тема 5. Умови і чинники формування попиту на ринку туристичних послуг	21
Тема 6. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту.....	24
Тема 7. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг	27
Тема 8. Кон'юнктура туристичного ринку	30
Тема 9. Регіональні особливості споживання туристичних послуг	33
Тема 10. Моделі розвитку міжнародних та національних туристичних корпорацій. Географія поширення	36
Тема 11. Аналіз ринку туристичних послуг України. Регіональний аспект.....	39
Тема 12. Стратегічні маркетингові пріоритети готельно-ресторанного та туристичного підприємств у посткоронавірусному середовищі.....	42
Список рекомендованих джерел.	45

ВСТУП

Дисципліна «Ринок туристичних послуг» займає важливе місце у підготовці фахівців у сфері туризму, оскільки забезпечує формування системних знань про механізми функціонування туристичного ринку, закономірності його розвитку та сучасні тенденції трансформації. У сучасних умовах глобалізації, цифровізації та зростаючої конкуренції між туристичними DESTINATIONAMI особливого значення набуває вміння аналізувати структуру туристичного ринку, досліджувати попит і пропозицію, оцінювати кон'юнктуру та розробляти маркетингові стратегії для туристичних підприємств.

Вивчення дисципліни сприяє формуванню професійних компетентностей майбутніх фахівців, необхідних для ефективної діяльності у сфері туризму: здатності аналізувати туристичний ринок, розробляти туристичні продукти, обирати ефективні канали збуту та застосовувати сучасні маркетингові інструменти в умовах конкурентного ринкового середовища.

Методичні рекомендації призначені для допомоги здобувачам вищої освіти у підготовці до практичних занять і виконанні самостійної роботи з дисципліни «Ринок туристичних послуг». У них подано тематику практичних занять, теми доповідей та презентацій, завдання для практичного виконання (таблиці, аналітичні завдання, кейси), тестові запитання для самоперевірки, а також завдання для самостійного опрацювання та перелік основних джерел інформації.

Метою методичних рекомендацій є сприяння систематизації теоретичних знань студентів, розвитку аналітичного мислення, формуванню вмінь досліджувати туристичний ринок та застосовувати отримані знання у майбутній професійній діяльності в сфері туризму.

Тема 1. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг

Теми доповідей:

1. Ринок туристичних послуг: сутність та сучасні підходи до визначення.
2. Структура туристичного ринку та роль його учасників.
3. Функції ринку туристичних послуг в умовах глобалізації.
4. Цифровізація як чинник трансформації туристичного ринку.
5. Сталий туризм: виклики та можливості для ринку послуг.
6. Ринок туристичних послуг України: стан та перспективи розвитку.

Завдання 1. Дослідження структури ринку туристичних послуг. Заповніть таблицю, визначивши основні елементи структури ринку туристичних послуг та їх роль у функціонуванні галузі.

№	Елемент структури	Роль у функціонуванні ринку	Приклади в Україні
1	Споживачі (туристи)		
2	Туроператори		
3	Турагенти		
4	Постачальники послуг		
5	Туристична інфраструктура		
6	Органи державного управління		

Завдання 2. Аналіз функцій ринку туристичних послуг. Визначте зміст кожної функції ринку туристичних послуг та наведіть конкретний приклад її прояву. Заповніть таблицю.

Функція ринку	Зміст функції	Приклад прояву в туризмі
Регулююча		
Інформаційна		
Посередницька		
Стимулююча		
Ціноутворювальна		
Соціальна		

Інтеграційна		
Інноваційна		

Завдання 3. Аналіз особливостей туристичних послуг як товару. Охарактеризуйте специфічні риси туристичних послуг та поясніть, як кожна з них впливає на функціонування ринку. Заповніть таблицю.

Специфічна риса	Суть характеристики	Вплив на ринок туристичних послуг
Нематеріальність		
Нерозривність виробництва та споживання		
Непостійність якості		
Неможливість зберігання		
Сезонність		

Завдання 4. Дослідження попиту і пропозиції на ринку туристичних послуг. Заповніть таблицю, визначивши основні чинники, що впливають на попит та пропозицію, і наведіть конкретні приклади.

Складова ринку	Чинники впливу	Приклад (практична ситуація)	Наслідки для ринку
Попит			
Пропозиція			
Ціна (рівноважна)			

Завдання 5. Порівняльна характеристика видів туристичних ринків. Порівняйте внутрішній, в'їзний та виїзний туристичні ринки України. Заповніть таблицю.

Показник	Внутрішній туризм	В'їзний туризм	Виїзний туризм
Визначення			
Основні суб'єкти			
Вплив на платіжний баланс			
Основні дестинації (Україна)			

Тенденції розвитку			
Основні проблеми			

Завдання 6. Схема ринкового механізму в туризмі. Побудуйте схему взаємодії елементів ринкового механізму (попит – пропозиція – ціна – конкуренція). Заповніть таблицю прикладами.

Елемент механізму	Зміст	Зв'язок з іншими елементами	Приклад (туристична ситуація)
Попит			
Пропозиція			
Ціна			
Конкуренція			

Завдання 7. Аналіз тенденцій сучасного ринку туристичних послуг. Визначте ключові тенденції розвитку та оцініть їхній вплив на галузь в Україні. Заповніть таблицю.

Тенденція	Суть тенденції	Вплив на ринок туристичних послуг	Прояв в Україні
Цифровізація			
Глобалізація			
Сталий туризм			
Персоналізація послуг			
Безпека та ризик-менеджмент			

Завдання 8. Кейс «Вибір туристичного напрямку»

Ситуація. Молода українська родина (2 дорослих і 1 дитина 8 років) планує відпустку тривалістю 7 днів з бюджетом 25 000 грн. Вони розглядають: відпочинок у Карпатах, екскурсійний тур по містах Західної України та культурно-пізнавальна поїздка до Польщі (наземним транспортом).

Питання для розв'язання:

- Які чинники ринку туристичних послуг впливають на їхній вибір?
- Як співвідношення попиту, пропозиції та ціни діє в кожному з варіантів?

- Яку роль відіграють функції ринку (інформаційна, посередницька, стимулююча) при прийнятті рішення?

- Які особливості туристичних послуг (нематеріальність, сезонність) слід врахувати?

Завдання: підготуйте короткий письмовий аналіз (1 сторінка) із обґрунтуванням оптимального вибору та рекомендаціями.

Тестові завдання

1. Ринок туристичних послуг - це:

- а) сукупність туристичних підприємств країни;
- б) система економічних відносин між виробниками, посередниками та споживачами туристичних послуг;
- в) мережа туристичних агентств та операторів.

2. Яка функція ринку туристичних послуг забезпечує взаємодію між виробниками та споживачами?

- а) регулююча;
- б) соціальна;
- в) посередницька.

3. Основним товаром на туристичному ринку є:

- а) готельний номер;
- б) туристичний продукт;
- в) авіаквиток.

4. Яка характеристика туристичних послуг означає неможливість їх накопичення?

- а) нематеріальність;
- б) неможливість зберігання;
- в) нерозривність виробництва та споживання.

5. Сезонність туристичного ринку - це:

- а) нерівномірний розподіл попиту залежно від пори року;
- б) планова зупинка підприємств;
- в) коливання валютного курсу.

6. До структури туристичного ринку НЕ належить:

- а) туристична інфраструктура;
- б) органи державного управління;
- в) промислові підприємства.

7. Яка функція ринку туристичних послуг відповідає за формування ринкової ціни?

- а) соціальна;
- б) ціноутворювальна;
- в) інтеграційна.

8. Внутрішній туризм - це:

- а) подорожі іноземців до України;
- б) подорожі громадян України за кордон;
- в) подорожі резидентів у межах власної країни.

9. Яка тенденція пов'язана з онлайн-бронюванням та мобільними застосунками?

- а) сталий туризм;
- б) цифровізація;
- в) масовий туризм.

10. Інноваційна функція ринку туристичних послуг проявляється через:

- а) зниження цін у міжсезоння;
- б) впровадження нових технологій і цифрових сервісів;
- в) збільшення кількості туристичних агентств.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1.

Підготуйте коротку доповідь на тему «Ринок туристичних послуг України: сучасний стан та основні тенденції розвитку».

Завдання 2.

Оберіть одне туристичне підприємство (готель, туроператор, агентство) та підготуйте коротку характеристику його ролі на ринку туристичних послуг.

Завдання 3.

Проаналізуйте, як цифровізація змінила функціонування ринку туристичних послуг. Наведіть конкретні приклади.

Тема 2. Етапи становлення та сучасні тенденції розвитку ринку туристичних послуг

Теми доповідей:

1. Томас Кук і народження організованого туризму: уроки для сучасного бізнесу.
2. «Grand Tour» як прообраз сучасного культурно-пізнавального туризму.

3. Масовий туризм другої половини ХХ ст.: причини та наслідки.
4. Цифровізація туристичного ринку: виклики та можливості для підприємств.
5. Сталий туризм як стратегія розвитку туристичних дестинацій.
6. Міжнародний туристичний ринок: регіональна структура та тенденції зростання.

Завдання 1. Хронологія розвитку ринку туристичних послуг. Заповніть таблицю, визначивши ключові характеристики кожного етапу розвитку ринку туристичних послуг та фактори, що їх обумовили.

Етап / Період	Основна характеристика	Домінуючий вид туризму	Ключові фактори розвитку	Важлива подія або постать
До ХІХ ст.				
ХІХ ст.				
Перша пол. ХХ ст.				
Друга пол. ХХ ст.				
ХХІ ст. (до 2020 р.)				
2020 р. - сьогодні				

Завдання 2. Аналіз передумов виникнення ринку туристичних послуг. Визначте вплив кожної групи передумов на становлення ринку. Наведіть конкретні приклади.

Група передумов	Зміст передумов	Конкретний приклад або факт	Вплив на формування туристичного ринку
Економічні			
Соціальні			
Технологічні			
Культурно-освітні			
Політико-правові			

Завдання 3. Порівняльний аналіз масового та індивідуального туризму. Порівняйте масовий (пакетний) та індивідуальний (FIT) туризм за основними ознаками.

Критерій порівняння	Масовий (пакетний) туризм	Індивідуальний (FIT) туризм
Організація поїздки		
Рівень ціни		
Цільова аудиторія		
Гнучкість маршруту		
Роль туристичного агента		
Переваги для споживача		
Недоліки для споживача		

Завдання 4. Кейс «Вибір стратегії туристичного підприємства».

Ситуація. Невелике туристичне агентство «Мандрівник» (м. Миколаїв) до 2022 р. спеціалізувалося виключно на продажу виїзних пляжних турів. Після початку повномасштабного вторгнення попит різко впав. Директор розглядає три варіанти стратегії адаптації:

- переорієнтація на організацію маршрутів внутрішнього туризму (Карпати, Поділля);
- розвиток напряму екологічного та сільського туризму на Миколаївщині;
- перехід на суто онлайн-модель продажів з розширенням асортименту.

Завдання: підготуйте письмовий аналіз (1–1,5 сторінки) із обґрунтуванням обраної стратегії та рекомендаціями щодо її реалізації.

Тестові завдання

1. Перше туристичне агентство у світі було засноване:

- а) Карлом Бедекером у Лейпцигу;
- б) Томасом Куком в Англії у 1841 р.;
- в) Американською компанією Thomas Express у 1900 р.

2. «Grand Tour» - це:

- а) кругосвітня морська подорож XVII ст.;
 - б) тривалі освітні подорожі країнами Європи, поширені серед аристократії XVII–XVIII ст.;
 - в) перший автобусний маршрут по Франції.
3. Що характеризує етап «масового туризму» (друга пол. XX ст.)?
- а) переважання релігійного паломництва;
 - б) розвиток цивільної авіації, зростання доходів населення та міжнародних туристичних потоків;
 - в) поширення онлайн-бронювання.
4. Яка організація є провідною міжнародною інституцією у сфері туризму?
- а) IATA;
 - б) UN Tourism (UNWTO);
 - в) WTTC.
5. Що означає поняття «сталий туризм»?
- а) туризм, що не залежить від сезонності;
 - б) розвиток туристичної діяльності без шкоди для природних і культурних ресурсів майбутніх поколінь;
 - в) масовий туризм, орієнтований на бюджетних мандрівників.
6. Пандемія COVID-19 призвела до:
- а) зростання міжнародних туристичних потоків на 30%;
 - б) скорочення міжнародного туризму майже на 74% у 2020 р.;
 - в) повного припинення внутрішнього туризму у всьому світі.
7. Індивідуальний туризм (FIT) - це:
- а) тур, організований великим туроператором;
 - б) подорожі, у яких турист самостійно планує маршрут і бронює всі послуги;
 - в) пільговий туризм для студентів.
8. Яку роль відіграють соціальні мережі на сучасному туристичному ринку?
- а) лише рекламну - для туроператорів;
 - б) формують туристичні вподобання, стимулюють попит та є каналом прямих продажів;
 - в) не мають суттєвого впливу на туристичну галузь.
9. Яка тенденція пояснює зростання попиту на гастрономічний та екологічний туризм?
- а) здешевлення авіаперевезень;

- б) персоналізація туристичних послуг та відмова від стандартних пакетних турів;
- в) запровадження спрощеного візового режиму.

10. Внутрішній туризм набув особливого значення для України після 2022 р. тому що:

- а) іноземні туристи заповнили всі курорти;
- б) закриття повітряного простору та бойові дії унеможливили виїзний туризм, стимулювавши попит на вітчизняні дестинації;
- в) Карпати стали частиною ЄС.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1.

Підготуйте доповідь на тему «Ефективність маркетингових стратегій туроператорів у посткоронавірусний період».

Завдання 2.

Складіть хронологічну таблицю ключових подій в історії розвитку ринку туристичних послуг України (1991–2024 рр.).

Завдання 3.

Поясніть, чому цифровізація є ключовою тенденцією розвитку сучасного туристичного ринку. Наведіть конкретні приклади українських підприємств.

Тема 3. Просторова структура та територіальна організація ринку туристичних послуг

Теми доповідей:

1. Туристична дестинація: поняття, структура та конкурентоспроможність.
2. Туристичні кластери як форма просторової організації ринку.
3. Транскордонний туризм: можливості для України.
4. Природні чинники формування туристичних регіонів.
5. Цифровізація як інструмент просування туристичних дестинацій.
6. Сільський зелений туризм: територіальні аспекти розвитку в Україні.

Завдання 1. Аналіз чинників територіальної диференціації туристичного ринку. Охарактеризуйте кожну групу чинників та наведіть приклади для регіонів України.

Група чинників	Складові чинники	Вплив на туристичний ринок	Приклад регіону України
Природні			
Історико-культурні			
Соціально-економічні			
Інфраструктурні			
Транспортні			
Демографічні			
Політико-безпекові			
Інформаційно-цифрові			

Завдання 2. Порівняльний аналіз туристичних регіонів України. Охарактеризуйте основні туристичні регіони України за поданими критеріями.

Регіон	Ключові ресурси	Вид туристичної спеціалізації	Основні проблеми розвитку	Перспективи
Карпатський				
Причорноморський				
Подільський				
Центральний (Київський)				
Поліський				
Миколаївська обл.				

Завдання 3. Аналіз туристичного кластера. Заповніть таблицю, визначивши переваги, недоліки та умови формування туристичних кластерів.

Аспект	Характеристика	Приклад або пояснення
Визначення туристичного кластера		

Переваги кластерного підходу		
Недоліки та ризики		
Учасники кластера		
Умови успішного формування		
Приклад в Україні		

Завдання 4. Кейс «Розробка туристичного маршруту регіону»

Ситуація. Місцева рада громади Березанського району (Миколаївська область) звернулася з проханням розробити пропозиції щодо туристичного використання природного та культурного потенціалу громади після завершення воєнного стану. Район має виходи до Бузького лиману, залишки козацьких зимівників, рибальські традиції та сільськогосподарські господарства.

- Які туристичні ресурси громади відносяться до природних, а які - до культурних?
- Які елементи туристичної інфраструктури необхідно розвинути в першу чергу?
- Визначте вид туристичної спеціалізації для цієї дестинації.
- Запропонуйте концепцію туристичного маршруту з урахуванням принципів сталого розвитку.

Завдання: підготуйте письмовий аналіз (1–1,5 сторінки) із пропозиціями щодо туристичного розвитку громади.

Тестові завдання

1. Просторова структура ринку туристичних послуг - це:
 - а) сукупність туристичних підприємств в одному місті;
 - б) система взаємопов'язаних територіальних елементів, які забезпечують функціонування туристичної діяльності;
 - в) перелік туристичних маршрутів країни.
2. Туристична дестинація - це:
 - а) офіс туристичного агентства;
 - б) територія, яка сприймається туристом як цілісний об'єкт подорожі з необхідним комплексом ресурсів та послуг;
 - в) готель категорії 5 зірок.

3. Туристичний кластер передбачає:
 - а) злиття туристичних підприємств в одну компанію;
 - б) територіальне об'єднання взаємопов'язаних підприємств, організацій та органів влади для спільного розвитку туристичного потенціалу;
 - в) закриття малих туристичних підприємств.
4. Яка туристична спеціалізація характерна для Карпатського регіону України?
 - а) виключно діловий туризм;
 - б) гірськолижний, оздоровчий, екологічний та сільський туризм;
 - в) морський пляжний туризм.
5. Транспортна доступність впливає на туристичний ринок тим, що:
 - а) знижує вартість туристичного продукту в 2 рази;
 - б) підвищує туристичну привабливість дестинації та збільшує туристичні потоки;
 - в) замінює туристичну інфраструктуру.
6. Що таке транскордонний туристичний регіон?
 - а) туристичний регіон, розташований далеко від кордону;
 - б) спільний туристичний простір, сформований на основі співробітництва суміжних країн;
 - в) зона митного контролю.
7. Сталий туризм передбачає:
 - а) відмову від будь-якого будівництва в туристичних зонах;
 - б) збалансоване використання природних і культурних ресурсів без шкоди для майбутніх поколінь;
 - в) туризм виключно для пенсіонерів.
8. Яким поняттям характеризується нерівномірний розвиток туристичної діяльності між регіонами?
 - а) туристична концентрація;
 - б) територіальна диференціація туристичного ринку;
 - в) туристичний кластер.
9. Цифровізація туристичних послуг впливає на просторову організацію ринку тим, що:
 - а) скорочує кількість туристичних маршрутів;
 - б) підвищує доступність малих та нових туристичних дестинацій, розширюючи географію попиту;
 - в) замінює живе спілкування туриста з персоналом.

10. Яка умова є ключовою для перетворення території на конкурентоспроможну туристичну дестинацію?

- а) наявність лише природних ресурсів;
- б) комплексна взаємодія ресурсів, розвиненої інфраструктури, ефективного управління та маркетингу;
- в) велика площа території.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1.

Підготуйте коротку характеристику туристичного потенціалу одного з регіонів України (на вибір).

Завдання 2.

Складіть порівняльну таблицю туристичних кластерів України та охарактеризуйте один із них детально.

Завдання 3.

Поясніть, чому сталий туризм є важливою тенденцією просторового розвитку туристичного ринку. Наведіть приклади.

Тема 4. Національні туристичні ринки: структура, типологія та особливості функціонування

Теми доповідей:

1. Країни-реципієнти та країни-генератори туристичних потоків: порівняльний аналіз.
2. Туристичний ринок Туреччини: структура та конкурентні переваги.
3. Цифровізація як чинник розвитку національних туристичних ринків.
4. Державне регулювання як інструмент розвитку національного туристичного ринку.
5. Брендинг країни як інструмент підвищення туристичної привабливості.
6. Туристичний ринок України: стан, виклики та перспективи.

Завдання 1. Структура національного туристичного ринку. Визначте роль кожного елемента структури національного туристичного ринку та наведіть приклади для України.

Елемент структури	Функція в національному ринку	Приклад в Україні

Споживачі туристичних послуг		
Туроператори		
Турагенти		
Засоби розміщення		
Транспортні підприємства		
Органи державного управління		
Громадські організації		

Завдання 2. Типологія національних туристичних ринків. Охарактеризуйте кожен тип та наведіть приклади країн.

Тип ринку	Характеристика	Переважаючий напрям потоків	Приклади країн
Країни-реципієнти			
Країни-генератори			
Країни змішаного типу			
Ринки, що розвиваються			

Завдання 3. Порівняльний аналіз національних туристичних ринків. Порівняйте туристичні ринки Франції, Туреччини та Польщі за основними показниками.

Показник	Франція	Туреччина	Польща
Тип ринку			
Провідні види туризму			
Ключові дестинації			
Конкурентні переваги			

Основні ринки-донори			
----------------------	--	--	--

Завдання 4. SWOT-аналіз туристичного ринку України. Проведіть SWOT-аналіз туристичного ринку України з урахуванням сучасних умов.

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1. 2. 3. 4. 5.	1. 2. 3. 4. 5.

Завдання 5. Кейс «Відновлення туристичного ринку після кризи»

Ситуація. Туристичний ринок Грузії після збройного конфлікту 2008 р. не лише відновився, а й суттєво зріс. У 2019 р. країна прийняла понад 9 мільйонів туристів. Успіх пов'язують з активною державною туристичною політикою, брендингом, лібералізацією візового режиму та розвитком гастрономічного і екотуризму.

Питання для розв'язання:

- Які тенденції розвитку використала Грузія для відновлення?
- Який тип туристичного ринку сформувався в Грузії після 2008 р.?
- Які уроки досвіду Грузії можна застосувати для відновлення туристичного ринку України?
- Розробіть 5 пріоритетних заходів для повоєнного відновлення туристичного ринку України.

Завдання: підготуйте письмовий аналіз (1–1,5 сторінки) із порівняльним аналізом та рекомендаціями.

Тестові завдання

1. Країни-реципієнти туристичних потоків - це:
 - а) держави, громадяни яких активно подорожують за кордон;
 - б) держави, що приймають значні обсяги іноземних туристів і отримують відповідні доходи;
 - в) країни без туристичної інфраструктури.
2. Що відрізняє ринки, що «активно розвиваються», від «ринків, що формуються»?
 - а) площа країни;
 - б) рівень розвитку туристичної інфраструктури та обсяги туристичних потоків;
 - в) кількість туристичних агентств.

3. Яка тенденція набула особливого значення для туристичних ринків після пандемії COVID-19?
 - а) розвиток масового пакетного туризму;
 - б) зростання ролі та обсягів внутрішнього туризму;
 - в) скорочення кількості туристичних підприємств.
4. Брендинг туристичної дестинації спрямований на:
 - а) підвищення цін на туристичні послуги;
 - б) формування впізнаваного позитивного образу країни або регіону;
 - в) зменшення конкуренції між готелями.
5. Що є основою конкурентних переваг національного туристичного ринку?
 - а) розмір ВВП;
 - б) унікальний туристичний потенціал, якість інфраструктури та ефективна державна туристична політика;
 - в) кількість туристичних виставок у країні.
6. Яку роль відіграє державне регулювання на туристичному ринку?
 - а) замінює ринкові механізми;
 - б) створює правові та організаційні умови для ефективного функціонування галузі;
 - в) забороняє конкуренцію між туристичними підприємствами.
7. Диверсифікація туристичних продуктів передбачає:
 - а) обмеження пропозиції до одного виду туризму;
 - б) розширення асортименту та розвиток нових видів туристичної діяльності;
 - в) зниження якості масового туризму.
8. Яка тенденція пов'язана з використанням AI та Big Data в туризмі?
 - а) розвиток масового неорганізованого туризму;
 - б) цифровізація туристичних послуг і персоналізація пропозицій;
 - в) скорочення ролі туристичних агентів.
9. Туристична галузь впливає на економіку через:
 - а) виключно надходження ПДВ;
 - б) мультиплікативний ефект: зайнятість, розвиток суміжних галузей, надходження до бюджетів;
 - в) зниження безробіття лише в готельному секторі.
10. Який чинник найбільше стримує розвиток туристичного ринку України?
 - а) відсутність природних ресурсів;
 - б) повномасштабна агресія Росії та пов'язані безпекові ризики;

в) надмірна кількість туристичних агентств.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Підготуйте порівняльну характеристику туристичних ринків двох країн (на вибір) за основними показниками.

Завдання 2. Заповніть розгорнуту таблицю SWOT-аналізу туристичного ринку України.

Завдання 3. Поясніть, як диверсифікація туристичного продукту підвищує конкурентоспроможність національного ринку.

Тема 5. Умови і чинники формування попиту на ринку туристичних послуг

Теми доповідей:

1. Сезонність туристичного попиту: причини, наслідки та методи регулювання.
2. Вплив цифрових технологій на поведінку сучасного туриста.
3. Еластичність туристичного попиту: економічний аспект.
4. Демографічні чинники формування попиту на туристичні послуги.
5. Безпека як визначальний фактор туристичного вибору.
6. Попит на туристичні послуги України: структура та тенденції.

Завдання 1. Дослідження основних понять теми. Охарактеризуйте кожен групу умов формування попиту на туристичні послуги та їхній вплив на туристичну поведінку. Заповніть таблицю.

Група умов	Складові умови	Характер впливу на попит	Приклад прояву
Економічні			
Соціально-демографічні			
Політико-правові			
Природно-кліматичні			
Технологічні			
Культурно-психологічні			

Завдання 2. Аналіз чинників та особливостей. Визначте чинники, особливості або порівняльні характеристики відповідно до тематики заняття. Заповніть таблицю самостійно відповідно до вивченого матеріалу.

Показник / Чинник / Критерій	Характеристика / Зміст	Приклад або пояснення	Значення для ринку

Завдання 3. Кейс-завдання.

Ситуація. Після 24 лютого 2022 р. туристичний попит в Україні зазнав кардинальних змін. Виїзний туризм скоротився майже до нуля. Попит на внутрішній туризм перерозподілився: Карпатський регіон і Поділля суттєво зросли, тоді як Причорномор'я та Схід вибули з активної туристичної пропозиції. З'явилися нові форми попиту: реабілітаційний, волонтерський.

Питання для розв'язання:

- Які умови та чинники обумовили зміни туристичного попиту?
- Як змінилась структура попиту за видами (рекреаційний, діловий, лікувальний тощо)?
- Які нові сегменти туристичного попиту сформувалися?
- Які стратегії адаптації мають обрати туристичні підприємства?

Завдання: підготуйте письмовий аналіз (1–1,5 сторінки) із обґрунтованими висновками та рекомендаціями.

Тестові завдання

1. Попит на туристичні послуги - це:
 - а) кількість готелів у країні;
 - б) кількість туристичних товарів та послуг, яку споживачі готові та здатні придбати за певний проміжок часу при певному рівні цін;
 - в) загальна сума витрат туристичних підприємств.
2. Висока еластичність туристичного попиту до доходів означає:
 - а) попит не залежить від доходів;

- б) при зростанні доходів витрати на туризм зростають швидше, ніж на товари першої необхідності;
 - в) послуги однаково доступні для всіх.
3. Відкладений попит виникає, коли:
- а) турист вже оплатив тур;
 - б) споживач бажає подорожувати, але вимушений відкласти через певні обставини;
 - в) агентство відмовило в обслуговуванні.
4. Діловий туризм (MICE) відрізняється від рекреаційного тим, що:
- а) завжди дешевший;
 - б) є менш сезонним і характеризується вищою платоспроможністю учасників;
 - в) не вимагає засобів розміщення.
5. Безвізовий режим між Україною та ЄС впливає на туристичний попит таким чином:
- а) скорочує виїзний туризм;
 - б) стимулює зростання міжнародних туристичних потоків;
 - в) не впливає на обсяги туристичного попиту.
6. Комплексність туристичного попиту означає:
- а) турист може придбати лише один вид послуги;
 - б) турист споживає пакет взаємопов'язаних послуг (транспорт, проживання, харчування, розваги);
 - в) послуги складаються лише з авіаперевезень.
7. Що стимулює розвиток самостійного (FIT) туризму?
- а) зростання цін у туристичних агентствах;
 - б) розвиток онлайн-платформ, доступність інформації та прагнення до персоналізованих подорожей;
 - в) скасування відпусток на підприємствах.
8. Яку функцію виконує туристичний попит, спонукаючи підприємства підвищувати якість послуг?
- а) соціальну;
 - б) стимулюючу;
 - в) інформаційну.
9. Природно-кліматичні умови впливають на попит через:
- а) рівень доходів туристів;
 - б) обумовлення сезонності та вибір виду туризму залежно від клімату;

в) ціноутворення в готелях.

10. Рекреаційний попит формується:

- а) потребою участі у ділових заходах;
- б) потребою у відпочинку, відновленні сил та отриманні нових вражень;
- в) виключно пенсіонерами.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Підготуйте доповідь про чинники, які суттєво вплинули на формування туристичного попиту в Україні після 2022 р.

Завдання 2. Складіть порівняльну таблицю «Реальний, потенційний та відкладений попит на туристичні послуги України».

Завдання 3. Поясніть, чому безпека стала ключовим чинником формування туристичного попиту в сучасних умовах.

Тема 6. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту

Теми доповідей:

1. Сегментація туристичного ринку за психографічними критеріями.
2. Мікросегментація як інструмент персоналізації туристичних послуг.
3. Молодіжний туризм: особливості сегмента та маркетингові стратегії.
4. Туристи 60+: зростаючий сегмент та вимоги до обслуговування.
5. Цифрові технології в сегментації туристичного ринку (Big Data, CRM).
6. Екологічний туризм як окремий ринковий сегмент.

Завдання 1. Дослідження основних понять теми. Охарактеризуйте кожен критерій сегментації, наведіть показники та приклади застосування у туристичному бізнесі.

Критерій сегментації	Показники для виміру	Типові сегменти	Приклад застосування в туризмі
Географічний			
Демографічний			
Соціально-економічний			
Психографічний			
Поведінковий			

За метою подорожі			
-------------------	--	--	--

Завдання 2. Аналіз чинників та особливостей. Визначте чинники, особливості або порівняльні характеристики відповідно до тематики заняття. Заповніть таблицю самостійно відповідно до вивченого матеріалу.

Показник / Чинник / Критерій	Характеристика / Зміст	Приклад або пояснення	Значення для ринку

Завдання 3. Кейс-завдання. Ситуація. Бутик-готель «Миколаїв Резорт» після ремонту поновлює роботу і планує обрати цільову аудиторію. Власник розглядає три варіанти: корпоративні клієнти (МІСЕ); туристи-природолюбці (Бузький лиман); реабілітаційний туризм для ветеранів та ВПО.

Питання для розв'язання:

- За якими критеріями відрізняються ці три сегменти?
- Які потреби та очікування має кожен сегмент?
- Які маркетингові канали найефективніші для кожного сегмента?
- Який сегмент є найперспективнішим? Обґрунтуйте.

Завдання: підготуйте письмовий аналіз (1–1,5 сторінки) із обґрунтованими висновками та рекомендаціями.

Тестові завдання

1. Сегментація туристичного попиту - це:

- а) поділ туристів на сезонних та позасезонних;
- б) процес поділу споживачів на однорідні групи з подібними потребами та поведінкою;
- в) поділ туристичних підприємств за розміром.

2. Психографічний критерій сегментації базується на:

- а) кількості подорожей на рік;
 - б) стилі життя, цінностях та особистісних характеристиках туристів;
 - в) географії проживання.
3. На якому етапі сегментації оцінюється прибутковість виділених груп?
- а) перший - дослідження ринку;
 - б) четвертий - оцінка сегментів;
 - в) п'ятий - вибір цільового сегмента.
4. Реабілітаційний туризм набув особливого значення для України у зв'язку з:
- а) зростанням кількості готелів;
 - б) необхідністю відновлення здоров'я учасників бойових дій та постраждалих від війни;
 - в) розвитком гірськолижного туризму.
5. Що таке поведінковий критерій сегментації?
- а) аналіз місця народження туриста;
 - б) аналіз лояльності, частоти подорожей, мети візиту та способу бронювання;
 - в) аналіз фізичних характеристик туриста.
6. Цифрові технології у сегментації дозволяють:
- а) повністю відмовитись від турагентів;
 - б) аналізувати великі масиви даних про поведінку туристів для точнішого виділення сегментів;
 - в) замінити маркетингові дослідження.
7. Персоналізація туристичних послуг означає:
- а) зниження цін для всіх туристів;
 - б) формування індивідуальних пропозицій, що відповідають унікальним потребам конкретного туриста;
 - в) однакове обслуговування для всіх клієнтів.
8. Зростання сегмента туристів 60+ стимулює розвиток:
- а) пригодницького та екстремального туризму;
 - б) лікувально-оздоровчого, культурно-пізнавального та рекреаційного туризму;
 - в) молодіжного хостел-руху.
9. Регіони-донори туристичних потоків - це:
- а) регіони з найбільшою кількістю готелів;
 - б) регіони, звідки формуються основні туристичні потоки;
 - в) регіони, де концентруються туристичні ресурси.

10. Що є ознакою ефективно виділеного сегмента туристичного ринку?

- а) необмежена кількість учасників;
- б) вимірність, достатній розмір, доступність для маркетингу та внутрішня однорідність;
- в) відсутність конкуренції в сегменті.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Підготуйте доповідь про психографічну сегментацію туристичного ринку та її практичне застосування.

Завдання 2. Складіть профіль типового туриста для одного з регіонів України.

Завдання 3. Поясніть, чому мікросегментація є важливою тенденцією сучасного туристичного ринку.

Тема 7. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг

Теми доповідей:

1. Державна туристична політика України: сучасний стан і пріоритети.
2. Ліцензування як інструмент регулювання туристичної діяльності.
3. Державно-приватне партнерство в туристичній галузі.
4. Регуляторна роль міжнародних туристичних організацій.
5. Кластерний підхід у державній туристичній політиці.
6. Правовий захист туристів: українське та міжнародне законодавство.

Завдання 1. Дослідження основних понять теми

Охарактеризуйте кожну функцію державного регулювання туристичного ринку та визначте відповідні інструменти.

Функція регулювання	Зміст функції	Інструменти реалізації	Приклад в Україні
Правова			
Організаційна			
Контрольна			
Економічна			
Соціальна			
Екологічна			

Завдання 2. Аналіз чинників та особливостей. Визначте чинники, особливості або порівняльні характеристики відповідно до тематики заняття. Заповніть таблицю самостійно відповідно до вивченого матеріалу.

Показник / Чинник / Критерій	Характеристика / Зміст	Приклад або пояснення	Значення для ринку

Завдання 3. Кейс-завдання. Ситуація. У 2020 р. в Україні було створено Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). У 2022 р. агентство зіткнулося з безпрецедентними викликами через повномасштабне вторгнення Росії.

Питання для розв'язання:

- Які функції державного регулювання туризму виконує ДАРТ?
- Які пріоритети туристичної політики актуальні для України в умовах воєнного стану?
- Які нові інструменти державної підтримки туристичного бізнесу доцільно запровадити?
- Розробіть 5 конкретних пропозицій щодо вдосконалення регуляторних механізмів після перемоги.

Завдання: підготуйте письмовий аналіз (1–1,5 сторінки) із обґрунтованими висновками та рекомендаціями.

Тестові завдання

1. Державне регулювання ринку туристичних послуг - це:
 - а) заборона приватного туристичного бізнесу;
 - б) цілеспрямований вплив органів влади на суб'єктів туристичної діяльності для забезпечення ефективного функціонування ринку;
 - в) встановлення фіксованих цін на туристичні послуги.
2. Яка функція держрегулювання передбачає розробку нормативно-правових актів?
 - а) економічна;

- б) правова;
 - в) соціальна.
3. Ліцензування туристичної діяльності є прикладом:
- а) економічного інструменту;
 - б) адміністративного (прямого) інструменту регулювання;
 - в) маркетингового інструменту.
4. Яке агентство є спеціалізованим органом держуправління у сфері туризму в Україні?
- а) Міністерство закордонних справ;
 - б) Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ);
 - в) Державна туристична інспекція.
5. Основним законом, що регулює туристичну діяльність в Україні, є:
- а) Закон «Про підприємництво»;
 - б) Закон «Про туризм»;
 - в) Господарський кодекс України.
6. Децентралізація у сфері туризму передбачає:
- а) скасування місцевих органів влади;
 - б) передачу повноважень з розвитку туризму до місцевих громад;
 - в) об'єднання всіх туристичних підприємств.
7. Яка тенденція пов'язана зі спільними проектами держорганів і приватного бізнесу?
- а) ліцензування;
 - б) державно-приватне партнерство;
 - в) монополізація ринку.
8. Контрольна функція держрегулювання забезпечує:
- а) фінансування туристичних підприємств;
 - б) перевірку відповідності послуг законодавчим вимогам та стандартам безпеки і якості;
 - в) просування туристичних продуктів за кордоном.
9. Кластерний підхід у туристичній галузі передбачає:
- а) злиття всіх туристичних підприємств в одну компанію;
 - б) об'єднання взаємопов'язаних підприємств для спільного розвитку туристичного потенціалу;
 - в) закриття малих підприємств.
10. Необхідність держрегулювання туристичного ринку обумовлена:
- а) невмінням підприємців вести бізнес;

- б) природою туризму, що використовує суспільні ресурси та впливає на соціальну сферу і довкілля;
- в) відсутністю конкуренції на ринку.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Підготуйте короткий огляд основних нормативно-правових актів, що регулюють туристичну діяльність в Україні.

Завдання 2. Порівняйте досвід державного регулювання туристичного ринку в Іспанії та Грузії.

Завдання 3. Поясніть роль місцевих громад у регулюванні та розвитку туристичного ринку регіону.

Тема 8. Кон'юнктура туристичного ринку

Теми доповідей:

1. Методи прогнозування кон'юнктури туристичного ринку.
2. Вплив цифровізації на формування кон'юнктури.
3. Сезонність кон'юнктури туристичного ринку: причини та регулювання.
4. Глобальні кризи та їхній вплив на кон'юнктуру.
5. Big Data та штучний інтелект у дослідженні кон'юнктури.
6. Кон'юнктура туристичного ринку України: тенденції та виклики.

Завдання 1. Дослідження основних понять теми. Охарактеризуйте кожен елемент кон'юнктури та визначте, як він впливає на загальний стан туристичного ринку.

Елемент кон'юнктури	Зміст та характеристика	Показники вимірювання	Вплив на туристичний ринок
Туристичний попит			
Туристична пропозиція			
Рівень цін			
Туристичні потоки			
Конкуренція			

Інвестиційна активність			
-------------------------	--	--	--

Завдання 2. Аналіз чинників та особливостей. Визначте чинники, особливості або порівняльні характеристики відповідно до тематики заняття. Заповніть таблицю самостійно відповідно до вивченого матеріалу.

Показник / Чинник / Критерій	Характеристика / Зміст	Приклад або пояснення	Значення для ринку

Завдання 3. Кейс-завдання

Ситуація. Туристично-інформаційний центр Миколаєва отримав завдання провести аналіз кон'юнктури туристичного ринку міста для розробки стратегії розвитку туристичної галузі регіону.

Питання для розв'язання:

- За якими показниками варто оцінювати кон'юнктуру туристичного ринку Миколаєва?
- Які методи дослідження є найбільш доцільними?
- Які чинники найбільше впливають на кон'юнктуру туристичного ринку прифронтового регіону?
- Розробіть план кон'юнктурного дослідження туристичного ринку міста.

Завдання: підготуйте письмовий аналіз (1–1,5 сторінки) із обґрунтованими висновками та рекомендаціями.

Тестові завдання

1. Кон'юнктура туристичного ринку - це:

- а) сукупність туристичних ресурсів країни;
- б) сукупність умов, показників і факторів, які характеризують поточний стан та тенденції розвитку ринку туристичних послуг;
- в) рівень цін на туристичні послуги.

2. Яка функція кон'юнктури дозволяє передбачати майбутні зміни?
 - а) інформаційна;
 - б) прогнозна;
 - в) управлінська.
3. Метод Дельфі відноситься до групи:
 - а) статистичних методів;
 - б) соціологічних методів;
 - в) експертних методів.
4. SWOT-аналіз дозволяє оцінити:
 - а) виключно фінансові показники підприємства;
 - б) сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози;
 - в) лише конкурентів.
5. Big Data у туризмі використовується для:
 - а) заміни туристичних агентів;
 - б) аналізу великих масивів даних про поведінку туристів та попит;
 - в) зниження цін на авіаквитки.
6. Сезонна нестабільність кон'юнктури туристичного ринку проявляється в:
 - а) рівномірному розподілі попиту протягом року;
 - б) значних коливаннях попиту, цін та завантаженості залежно від пори року;
 - в) стабільності туристичних потоків.
7. Зростання туристичних доходів свідчить про:
 - а) скорочення кількості туристів;
 - б) підвищення економічної ефективності туристичної галузі;
 - в) зниження якості туристичних послуг.
8. Несприятлива кон'юнктура туристичного ринку характеризується:
 - а) зростанням числа туристів та інвестицій;
 - б) скороченням попиту, зниженням туристичної активності та погіршенням показників галузі;
 - в) рівновагою між попитом та пропозицією.
9. Порівняльний метод дослідження кон'юнктури використовується для:
 - а) встановлення цін на послуги;
 - б) зіставлення показників різних регіонів, підприємств або часових періодів;
 - в) реклами туристичних продуктів.
10. Прогнозування кон'юнктури ринку здійснюється за допомогою:

- а) виключно опитувань туристів;
- б) трендового аналізу, економіко-математичних моделей, сценарного прогнозування та експертних оцінок;
- в) рекламних кампаній дестинацій.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Підготуйте коротку аналітичну записку про поточну кон'юнктуру туристичного ринку одного з регіонів України.

Завдання 2. Заповніть таблицю основних методів дослідження кон'юнктури туристичного ринку з прикладами їх застосування.

Завдання 3. Поясніть, чому вивчення кон'юнктури туристичного ринку є необхідною умовою ефективного управління туристичним підприємством.

Тема 9. Регіональні особливості споживання туристичних послуг

Теми доповідей:

1. Структура туристичних витрат: особливості споживання в різних регіонах.
2. Гастрономічний туризм як форма регіонального споживання.
3. Причорноморський туристичний регіон: виклики та перспективи.
4. Сільський зелений туризм: регіональні особливості розвитку в Україні.
5. Безпекові чинники та їх вплив на регіональне туристичне споживання.
6. Цифровізація як інструмент просування регіональних туристичних продуктів.

Завдання 1. Дослідження основних понять теми. Охарактеризуйте кожен особливість процесу споживання туристичних послуг та поясніть її значення для управління туристичним бізнесом.

Особливість споживання	Зміст характеристики	Наслідки для туристичного бізнесу	Приклад прояву
Комплексність			
Сезонність			
Територіальна мобільність			
Невідчутність			

Висока залежність від якості			
------------------------------	--	--	--

Завдання 2. Аналіз чинників та особливостей. Визначте чинники, особливості або порівняльні характеристики відповідно до тематики заняття. Заповніть таблицю самостійно відповідно до вивченого матеріалу.

Показник / Критерій	Характеристика / Зміст	Приклад або пояснення	Значення для ринку

Завдання 3. Кейс-завдання. Ситуація. Миколаївська область традиційно спеціалізувалася на рекреаційному морському туризмі. Проте повномасштабна агресія суттєво обмежила цей напрям. Обласна рада розглядає: гастрономічний туризм, сільський зелений туризм та реабілітаційний туризм для ветеранів.

Питання для розв'язання:

- Які чинники регіонального споживання актуальні для Миколаївщини?
- Яка структура туристичного споживання формується при кожному альтернативному напрямі?
- Яка цільова аудиторія для кожного з трьох напрямів?
- Який напрям є найбільш перспективним? Обґрунтуйте.

Завдання: підготуйте письмовий аналіз (1–1,5 сторінки) із обґрунтованими висновками та рекомендаціями.

Тестові завдання

1. Споживання туристичних послуг - це:

- а) процес купівлі туристичного путівки;
- б) процес використання туристами комплексу послуг для задоволення їх потреб під час подорожі;
- в) реєстрація туристів у готелі.

2. Яка особливість туристичного споживання означає, що послуга не може бути збережена?
 - а) сезонність;
 - б) невідчутність та нерозривність виробництва і споживання;
 - в) комплексність.
3. Чому рівень урбанізації впливає на туристичне споживання?
 - а) жителі міст заробляють менше;
 - б) мешканці великих міст частіше подорожують, відчуваючи потребу у зміні середовища;
 - в) урбанізація скорочує кількість туристичних об'єктів.
4. Яка туристична спеціалізація характерна для Карпатського регіону?
 - а) виключно пляжний туризм;
 - б) гірськолижний, екологічний, сільський та лікувально-оздоровчий туризм;
 - в) промисловий та діловий туризм.
5. Регіональна диференціація туристичного споживання означає:
 - а) однаковий рівень розвитку туризму в усіх регіонах;
 - б) відмінності у масштабах, структурі та інтенсивності туристичного споживання між окремими регіонами;
 - в) відмінності в ціні авіаквитків.
6. Яка тенденція сприяє розвитку туристичного споживання в сільських регіонах?
 - а) зростання міського туризму;
 - б) посилення ролі внутрішнього туризму та попит на автентичний відпочинок;
 - в) зростання кількості аеропортів.
7. Як безпековий чинник впливає на регіональне туристичне споживання?
 - а) не впливає взагалі;
 - б) регіони з вищим рівнем безпеки отримують конкурентні переваги та більший туристичний потік;
 - в) підвищує вартість проживання в готелях.
8. Брендинг туристичної дестинації сприяє:
 - а) підвищенню мит на ввезення туристичних товарів;
 - б) формуванню впізнаваного образу регіону та залученню більших туристичних потоків;
 - в) скороченню конкуренції між готелями.

9. Яку роль відіграє місцева громада у розвитку регіонального туризму?
- лише споживача туристичних послуг;
 - активного учасника формування туристичного продукту та хранителя місцевої ідентичності;
 - виключно контролюючого органу.
10. Яка тенденція передбачає збалансоване використання туристичних ресурсів без шкоди для майбутніх поколінь?
- масовий туризм;
 - сталий розвиток туризму;
 - диверсифікація туристичного продукту.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Підготуйте коротку порівняльну характеристику структури туристичних витрат для двох різних видів туризму.

Завдання 2. Заповніть таблицю регіональних особливостей споживання туристичних послуг в Україні.

Завдання 3. Поясніть, які чинники найбільше впливають на регіональне споживання туристичних послуг в Україні в сучасних умовах.

Тема 10. Моделі розвитку міжнародних та національних туристичних корпорацій. Географія поширення

Теми доповідей:

- TUI Group як приклад вертикально інтегрованої туристичної корпорації.
- Готельні мережі Marriott та Hilton: порівняльний аналіз моделей розвитку.
- Airbnb та платформена економіка у туризмі.
- Франчайзинг як модель розвитку туристичних корпорацій.
- Штучний інтелект та Big Data у стратегіях туристичних корпорацій.
- Вплив транснаціональних корпорацій на національні туристичні ринки.

Завдання 1. Дослідження основних понять теми. Визначте основні ознаки туристичної корпорації та порівняйте її з малим туристичним підприємством.

Критерій порівняння	Туристична корпорація	Мале туристичне підприємство
---------------------	-----------------------	------------------------------

Масштаб діяльності		
Охоплення ринків		
Рівень капіталізації		
Асортимент послуг		
Можливості інвестування		
Вплив на ринок		
Ризики діяльності		

Завдання 2. Аналіз чинників та особливостей. Визначте чинники, особливості або порівняльні характеристики відповідно до тематики заняття. Заповніть таблицю самостійно відповідно до вивченого матеріалу.

Показник / Чинник / Критерій	Характеристика / Зміст	Приклад або пояснення	Значення для ринку

Завдання 3. Кейс-завдання. Ситуація. Міжнародна готельна мережа «EuroStay» (Варшава) розглядає можливість виходу на ринок України після завершення активних бойових дій. Мережа спеціалізується на готелях 3–4 зірки. Аналізуються три міста: Київ, Львів та Одеса.

Питання для розв'язання:

- Яку модель розвитку (власна мережа, франчайзинг чи управлінський контракт) доцільно обрати для кожного міста?
- Які переваги та ризики існують для входу на ринок України?
- Як діяльність корпорації вплине на конкурентне середовище?
- Які умови держава має створити для залучення таких інвестицій?

Завдання: підготуйте письмовий аналіз (1–1,5 сторінки) із обґрунтованими висновками та рекомендаціями.

Тестові завдання

1. Туристична корпорація - це:
 - а) будь-яке туристичне агентство з ліцензією;
 - б) велике підприємство або група підприємств у сфері туризму зі значними ресурсами та міжнародною присутністю;
 - в) державний орган управління туризмом.
2. Вертикальна інтеграція туристичної корпорації передбачає:
 - а) злиття з підприємством того самого виду діяльності;
 - б) об'єднання підприємств різних ланок туристичного ланцюга;
 - в) вихід на нові географічні ринки.
3. Франчайзингова модель розвитку передбачає:
 - а) пряме управління всіма готелями мережею;
 - б) надання права незалежним підприємствам використовувати бренд за певну плату;
 - в) злиття з конкурентами.
4. Яка корпорація є прикладом платформенної моделі розвитку?
 - а) TUI Group;
 - б) Airbnb та Booking.com;
 - в) Marriott International.
5. До переваг великих туристичних корпорацій відносяться:
 - а) відсутність конкуренції;
 - б) фінансова стійкість, доступ до міжнародних ринків та висока впізнаваність бренду;
 - в) мала кількість клієнтів.
6. TUI Group є прикладом:
 - а) платформенної компанії;
 - б) вертикально інтегрованого туристичного холдингу (туроператор + авіакомпанія + мережа готелів);
 - в) малого туристичного підприємства.
7. Антикризове управління у корпораціях після COVID-19 включає:
 - а) повне припинення діяльності;
 - б) диверсифікацію ринків, цифровізацію бізнесу та страхування ризиків;
 - в) відмову від міжнародних ринків.

8. Концепція сталого розвитку в корпораціях передбачає:
- максимізацію прибутку будь-якими засобами;
 - екологічно відповідальне використання ресурсів та підтримку місцевих громад;
 - відмову від інноваційних технологій.
9. Географічна концентрація штаб-квартир туристичних корпорацій - переважно в:
- країнах Африки;
 - Північній Америці та Західній Європі;
 - Латинській Америці.
10. Штучний інтелект у діяльності туристичних корпорацій застосовується для:
- замінення туристичних гідів;
 - автоматизації бронювань, персоналізації пропозицій та прогнозування потоків;
 - оподаткування підприємств.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Підготуйте порівняльний аналіз готельних мереж Marriott та Hilton за основними параметрами діяльності.

Завдання 2. Охарактеризуйте франчайзинг як модель розвитку туристичних корпорацій на прикладі конкретної компанії.

Завдання 3. Поясніть, як платформенна економіка змінила конкурентне середовище туристичного ринку.

Тема 11. Аналіз ринку туристичних послуг України. Регіональний аспект

Теми доповідей:

- Туристичний потенціал України: сильні сторони та перешкоди реалізації.
- Гастрономічний туризм як перспективний напрям для регіонів України.
- Миколаївська область: туристичний потенціал та стратегія відновлення.
- Цифрові технології в розвитку туристичного ринку України.
- Єврорегіони та транскордонне туристичне співробітництво України.
- Туристичний ринок України після перемоги: потенціал меморіального туризму.

Завдання 1. Дослідження основних понять теми. Систематизуйте туристичні ресурси України за видами та оцініть їх значення для розвитку туристичного ринку.

Вид ресурсів	Ключові об'єкти та ресурси	Регіони концентрації	Вид туризму, що розвивається
Природно-рекреаційні			
Бальнеологічні			
Культурно-історичні			
Сакральні (релігійні)			
Подієві			
Гастрономічні			

Завдання 2. Аналіз чинників та особливостей. Визначте чинники, особливості або порівняльні характеристики відповідно до тематики заняття. Заповніть таблицю самостійно відповідно до вивченого матеріалу.

Показник / Чинник / Критерій	Характеристика / Зміст	Приклад або пояснення	Значення для ринку

Завдання 3. Кейс-завдання. Ситуація. Миколаївська область зберігає значний туристичний потенціал: Бузький лиман, степові ландшафти, козацька спадщина, розвинене сільське господарство та виноробство. Обласна адміністрація звернулася із завданням розробити Концепцію розвитку туристичного ринку регіону на 3 роки після встановлення миру.

Питання для розв'язання:

- Які туристичні ресурси Миколаївщини мають найбільший потенціал?
- Які напрями туризму варто визначити пріоритетними?
- Які суб'єкти туристичного ринку необхідно залучити до реалізації стратегії?
- Запропонуйте 5 конкретних проєктів для розвитку туристичного ринку регіону.

Завдання: підготуйте письмовий аналіз (1–1,5 сторінки) із обґрунтованими висновками та рекомендаціями.

Тестові завдання

1. Яким є один із головних природних туристичних ресурсів України?
 - а) тропічні ліси;
 - б) Карпатські гори, узбережжя Чорного моря, річки та природні парки;
 - в) арктичні ландшафти.
2. Яка тенденція набула особливого значення для туристичного ринку після 2022 р.?
 - а) розвиток масового виїзного туризму;
 - б) переорієнтація на внутрішній туризм, реабілітаційний та волонтерський туризм;
 - в) залучення китайських туристів.
3. Карпатський туристичний регіон включає:
 - а) Одеську, Херсонську та Миколаївську обл.;
 - б) Львівську, Івано-Франківську, Закарпатську та Чернівецьку обл.;
 - в) Вінницьку, Хмельницьку та Тернопільську обл.
4. Що таке меморіальний туризм у контексті України?
 - а) відвідування цвинтарів;
 - б) вид туризму, пов'язаний з вшануванням пам'яті та відвідуванням місць значущих подій;
 - в) релігійне паломництво.
5. Яку перевагу має розвиток сільського зеленого туризму?
 - а) вимагає значних капіталовкладень;
 - б) диверсифікує місцеву економіку, зберігає культурну спадщину та створює робочі місця;
 - в) обмежує доступ туристів до природних ресурсів.
6. Яку роль відіграє євроінтеграція для туристичного ринку України?

- а) ускладнює доступ іноземних туристів;
 - б) відкриває можливості для залучення інвестицій та впровадження стандартів ЄС;
 - в) зменшує кількість туристичних підприємств.
7. Реабілітаційний туризм в Україні передбачає:
- а) туристичні поїздки в зони бойових дій;
 - б) програми відновлення фізичного та психічного здоров'я для ветеранів та постраждалих;
 - в) відпочинок виключно для дітей.
8. Яка конкурентна перевага Подільського туристичного регіону?
- а) морське узбережжя;
 - б) унікальна концентрація фортець та замків;
 - в) гірськолижні курорти.
9. Що є перешкодою для повноцінного розвитку туристичного ринку Миколаївської обл.?
- а) відсутність туристичних ресурсів;
 - б) безпекові ризики, пов'язані з повномасштабним вторгненням;
 - в) надмірна конкуренція між готелями.
10. Яку стратегію доцільно обрати для розвитку туризму України після перемоги?
- а) відновити лише виїзний туризм;
 - б) комплексну: відбудова інфраструктури, розвиток меморіального туризму, міжнародний маркетинг та євроінтеграція;
 - в) відмовитися від розвитку туризму на 10 років.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Підготуйте коротку характеристику туристичного потенціалу одного з регіонів України (на вибір), включаючи аналіз перспектив його розвитку.

Завдання 2. Складіть розгорнутий SWOT-аналіз туристичного ринку України у сучасних умовах.

Завдання 3. Запропонуйте концепцію туристичного маршруту одним із регіонів України, що поєднує природні та культурно-історичні ресурси.

Тема 12. Стратегічні маркетингові пріоритети готельно-ресторанного та туристичного підприємств у посткоронавірусному середовищі

Теми доповідей:

1. Digital-маркетинг у туристичній галузі: інструменти та ефективність.
2. SMM-маркетинг для туристичних підприємств: стратегії та кейси.
3. CRM-системи в управлінні туристичним підприємством.
4. Інфлюенсер-маркетинг у туризмі: переваги та ризики.
5. Брендинг готельного підприємства в умовах конкуренції.
6. Маркетинг туристичного підприємства в умовах воєнного часу.

Завдання 1. Дослідження основних понять теми. Охарактеризуйте наслідки пандемії для різних сегментів туристичного бізнесу та визначте заходи адаптації.

Сегмент бізнесу	Основні наслідки пандемії	Заходи адаптації	Довгострокові зміни
Туроператори			
Турагентства			
Готельний бізнес			
Ресторанний бізнес			
Санаторно-курортні заклади			

Завдання 2. Аналіз чинників та особливостей. Визначте чинники, особливості або порівняльні характеристики відповідно до тематики заняття. Заповніть таблицю самостійно відповідно до вивченого матеріалу.

Показник / Критерій	Характеристика / Зміст	Приклад або пояснення	Значення для ринку

Завдання 3. Кейс-завдання

Ситуація. Туристичне агентство «Причорноморський відпочинок» (м. Миколаїв) до 2022 р. спеціалізувалося на реалізації пляжних турів до Одещини та виїзних турів до Туреччини. Після початку повномасштабного вторгнення попит різко впав. Власниця вирішила трансформувати бізнес-модель та розробити нову маркетингову стратегію.

Питання для розв'язання:

- Які нові напрями та продукти може запропонувати агентство?
- Яку цільову аудиторію варто обрати для нової стратегії?
- Які цифрові маркетингові інструменти є найефективнішими?
- Як агентство може позиціонувати себе в умовах воєнного стану?

Завдання: підготуйте письмовий аналіз (1–1,5 сторінки) із обґрунтованими висновками та рекомендаціями.

Тестові завдання

1. Що стало одним із найбільших викликів для туристичного бізнесу від пандемії COVID-19?
 - а) зростання попиту на міжнародні тури;
 - б) різке падіння попиту, скорочення доходів і необхідність адаптації бізнес-моделей;
 - в) збільшення кількості туристичних агентств.
2. Digital-маркетинг у туризмі включає:
 - а) виключно рекламу на телебаченні;
 - б) SEO, SMM, контент-маркетинг, email-розсилки та таргетовану рекламу;
 - в) роздачу листівок туристам.
3. CRM-система в туристичному підприємстві дозволяє:
 - а) замінити персонал готелю;
 - б) накопичувати інформацію про клієнтів та автоматизувати маркетинг;
 - в) будувати готелі.
4. SMM-маркетинг для туристичних підприємств - це:
 - а) управління запасами готельних номерів;
 - б) використання соціальних мереж для просування послуг та взаємодії з клієнтами;
 - в) система безготівкових розрахунків.
5. Яку мету переслідує брендинг туристичного підприємства?
 - а) підвищення цін;

- б) формування впізнаваного образу підприємства та підвищення лояльності клієнтів;
 - в) скорочення асортименту послуг.
6. Програма лояльності в туристичному бізнесі спрямована на:
- а) залучення виключно нових клієнтів;
 - б) утримання існуючих клієнтів через систему бонусів та персоналізованих пропозицій;
 - в) зниження якості послуг.
7. Big Data у туристичному маркетингу використовується для:
- а) збільшення кількості готельних номерів;
 - б) аналізу поведінки споживачів, прогнозування попиту та персоналізації пропозицій;
 - в) оформлення туристичних документів.
8. Технологія VR у туризмі використовується для:
- а) заміни реальних подорожей;
 - б) ознайомлення потенційних туристів з об'єктами ще до прийняття рішення про купівлю;
 - в) розрахунку вартості туру.
9. Яка специфіка маркетингу туристичного підприємства в умовах воєнного стану?
- а) маркетинг взагалі не потрібен;
 - б) акцент на безпеці, чесна комунікація, адаптація продукту до нових потреб (ВПО, ветерани);
 - в) проведення масштабних розважальних заходів.
10. Штучний інтелект у маркетингу застосовується для:
- а) повної заміни персоналу;
 - б) автоматизації бронювань, персоналізації рекомендацій та аналізу попиту;
 - в) виключно розрахунку заробітної плати.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Розробіть план digital-маркетингу для умовного туристичного підприємства (на вибір: готель, агентство, санаторій).

Завдання 2. Підготуйте порівняльну характеристику ефективності різних інструментів digital-маркетингу для туристичних підприємств.

Завдання 3. Проаналізуйте, як маркетингова стратегія туристичного підприємства в Миколаєві має відрізнятися в умовах воєнного стану від стратегії мирного часу.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Бугас В. В., Ковальчук Е. В. Інтеграція України у світовий ринок туристичних послуг. *European scientific journal of economic and financial innovation*. 2024. № 2. С. 76-85.
2. Горіна Г. О. Ринок туристичних послуг. Львів : Магнолія 2006, 2025. 180 с.
3. Городня Т. А., Щербак А. Ф. Економіка туризму: теорія і практика : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2025. 436 с.
4. Грановська В. Г., Крикунова В. М., Морозова О. С. Економіка туризму : навчальний посібник. Одеса : Олді+, 2021. 316 с.
5. Економіка рекреації та туризму : навчальний посібник / О. А. Сущенко, О. О. Стрижак, Н. А. Дехтяр та ін. Харків : ХНЕУ, 2021. 345 с.
6. Іванова Л. О., Музика О. М. Моніторинг світового ринку готельних і ресторанних послуг. Львів : Магнолія 2006, 2025. 226 с.
7. Лаврухіна К. О., Титок В. В. Ціноутворення в туризмі : конспект лекцій. Київ: КНУБА, 2024. 116 с.
8. Лаврухіна К. О., Титок В. В. Ціноутворення в туризмі : конспект лекцій. Київ: КНУБА, 2024. 116 с.
9. Липчук В. В., Вислободська Г. П. Особливості формування попиту на ринку туристичних послуг. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 61. С. 53-57.
10. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму : підручник. Київ : ЦУЛ, 2021. 544 с.
11. Марусей Т. В. Інноваційні технології як інструмент розвитку ринку туристичних послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 12. С. 117-122.
12. Рига І. І., Рошко С. М. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2023. № 4. С. 396–400.
13. Світлична В. Ю., Александрова С. А. Економіка туризму : підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 167 с.
14. Смирнов І. Г., Любіцева О. О. Міжнародний туристичний бізнес : навчальний посібник. Київ : Ліра-К, 2024. 288 с.
15. Федорченко В. К., Мініч І. М. Організація туризму в Україні: регіональні аспекти : навчальний посібник. Київ : Ліра-К, 2021. 338 с.
16. Якименко-Терещенко Н. В., Чайка Т. Ю., Мартинова В. В. Економіка туризму: навч. посібн. Харків : НТУ ХПІ, 2024. 185 с.

Навчальне видання

РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ:

Методичні рекомендації

Укладач: **Олійник** Тетяна Георгіївна

Формат 60*84 1/16. Ум.друк.арк. ____

Тираж ____ прим. Зам №__

Надруковано у видавничому відділі
Миколаївського національного аграрного університету
54020, м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №4490 від 20.02.2013 р.