

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

## **«РИНОК ТУРИСТИЧНИХ, РЕСТОРАННИХ ТА ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ»**

Опорний конспект лекцій  
для студентів напряму підготовки 6.140103«Туризм»

Полтава – 2016

Укладач: професор кафедри туристичного та готельного бізнесу,  
д.геогр. н., доцент Шуканов П.В.

## Зміст

### **Модуль 1. Сутність, структура та моніторинг світового ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг**

1	Світовий ринок товарів та послуг: сутність і структура	4
2	Конкуренція та монополізація на світовому ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг	5
3	Міжнародна економічна інтеграція і розвиток світового ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг	5
4	Макрорегіональна структура ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг	6
5	Міжнародне регулювання світового ринку послуг	7
6	Проблеми та перспективи формування глобального ринку	8
7	Світовий ринок послуг і капіталів	8
8	Світовий ринок праці та розвиток туристичних, ресторанних та готельних послуг	9
9	Сутність та значення моніторингу ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг	10
10	Інформаційне забезпечення кон'юнктурних досліджень на ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг	11
	Перелік інформаційних джерел.....	13

# Модуль 1. Сутність, структура та моніторинг світового ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг

Тема 1. «Світовий ринок товарів та послуг: сутність і структура».

## План

1. Внутрішній, національний і міжнародний ринок.
2. Закономірності та фактори розвитку світових товарних ринків.
3. Циклічність світового виробництва та сучасні тенденції розвитку товарних ринків.
4. Преференційний режим торгівлі.

## Стислий зміст теми:

Основні визначення, поняття та завдання дисципліни. Об'єкт та предмет як реальність, що опосередкована системою понять і категорій, а також методами її дослідження. При цьому методом повторних вимірювань збирається та аналізується інформація в динаміці та використовується порівняння з базовими та нормативними документами.

Класифікація ринків:

1. Залежно від співвідношення попиту на певний вид послуг розрізняють:
  - а) ринок продавця, коли попит значно перевищує пропозицію;
  - б) ринок покупця, який виникає при перевищуванні пропозиції над попитом.
1. З точки зору просторових характеристик (територіального охоплення) виділяють ринки:
  2. місцевий (локальний);
  3. регіональний (у середині країни);
  4. національний;
  5. макрорегіональний за групою країн (Західна Європа, країни СНД, Балтії, Північної, Америки, Латинської Америки);
  6. світовий ринок;
  7. глобальний ринок.

Проблема територіального охоплення ринку вирішується підприємством залежно від його фінансового стану і особливостей продукту, що пропонується. Великого значення набуває наявність інфраструктури. В ресорному бізнесі прийнято географічно диференціювати ринки і називати їх торговими територіями чи районами обслуговування. Фізично розміри ринку

конкретного ресторану можна визначити, якщо описати окружність певним радіусом, центром якого слугує даний ресторан. Залежно від типу ресторану і характеристик регіону торгіві території змінюються. В умовах глобальної трансформації міжнародних соціально-економічних відносин особливого значення набуває сфера туристичних та готельно-ресторанних послуг, яка на сьогоднішній день залишається однією з важливих галузей економіки України. Для того, щоб успішно працювати на світовому ринку туристичних послуг, слід відстежувати та розуміти глибинні причини і наслідки процесів, які відбуваються на ньому, мати можливість їх контролювати. А це можливо лише за умови вільного орієнтування у ситуації, що складається, насамперед, на світовому ринку різноманітних послуг.

Інформаційні джерела: Осн.: 1, 3, 5. Дод.: 23, 29, 30, 31.

Тема 2. «Конкуренція та монополізація на світовому ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг».

План

1. Конкуренція та монополізація.
2. Монополізація світових ринків.
3. Завоювання ринкової влади та розподіл сегментів світового ринку.
4. Роль ТНК у насиченні світових ринків товарами та послугами.

Стислий зміст теми:

Конкуренція як економічний процес взаємодії та боротьби продуцентів та постачальників продукції. Цінова та нецінова конкуренція. Зливання і поглинання фірм у процесі конкурентної боротьби на світових ринках. Види монопольної діяльності. Діяльність ТНК. Конкуренція як економічний процес взаємодії та боротьби продуцентів та постачальників продукції. Постійний контроль за процесом впровадження програми або курсу з метою своєчасного виявлення і вирішення поточних проблем.

Інформаційні джерела: Осн.: 1, 2, 6. Дод.: 23, 27, 32.

Тема 3. «Міжнародна економічна інтеграція і розвиток світового ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг».

План:

1. Соціально-економічна і політична сутність інтеграції, її причини і рушійна сила.
2. Особливості інтеграції країн у різних соціально-економічних умовах.
3. Форми інтеграційних об'єднань.
4. Регіональні (макрорегіональні) економічні об'єднання.

Стислий зміст теми:

Розвиток механізму регулювання інтеграційних процесів. Інтеграційна стратегія співробітництва, створення митного союзу і розвиток зовнішньої торгівлі країн ЄС. Західноєвропейська інтеграція і країни, що розвиваються. Створення нової моделі економічної інтеграції у країнах СНД. Поняття про фундаментальні принципи інтеграції. Основні форми та етапи міжнародної інтеграції. Методологія кон'юнктурного аналізу на ринку туристичних послуг. Моніторинг завжди характеризується спостережливістю і має превентивний характер. Методи дослідження інтеграційних процесів є аналіз, синтез, індукція, дедукція, прогнозування, форсайт-технологій та соціально-економічне моделювання. У результаті проведених досліджень виявлено такі найбільш стійкі та привабливі інтеграційні угруповання світу як макрорегіонального, так і глобального значення: АСЕАН (Асоціація держав Південно-Східної Азії), РСАДПЗ (Рада співробітництва арабських держав Перської затоки), САМ (Союз арабського Магрибу), ЄврАзЕС (Євразійське економічне співтовариство), ЄС (Європейський Союз), СААРК (Асоціація регіонального співробітництва Південної Азії), САДК (Співтовариство розвитку Півдня Африки), НАФТА (Північноамериканська угода про вільну торгівлю), МЕРКОСУР (Спільний ринок країн Південної Америки), АНЗСЕРТА (Австрало-Новозеландська угода про вільну торгівлю).

Інформаційні джерела: Осн.: 5, 6, 14. Дод.: 17, 18, 23, 28.

Тема 4. «Макрорегіональна структура ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг».

План:

1. Регіональна структура світового ринку.
2. Група найбільших експортерів світу.

3. Місце країн, що розвиваються на світовому ринку товарів та послуг.
4. Інтеграція країн з перехідною економікою у світову торгівлю.

Стислий зміст теми:

У суспільно-географічній науці існує визначення макрорегіону світу як історично сформованого комплексу сусідніх народів, які належать до однієї глокальної цивілізації та взаємозалежно розвиваються у певних географічних умовах. З точки зору цивілізаційної парадигми в основі кожного макрорегіону (МР) має бути своєрідне ядро, навколо якого відбувається концентрація і територіальна організація цивілізаційного простору. Оскільки в період глобалізації важливим процесом є міжнародна регіоналізація світу, в якості таких ядер (концентрів) розглядаються найбільш стійкі, впливові та привабливі інтеграційні структури або найбільш значущі держави світу. Експансія Японії на світовому ринку. Роль Європейського Союзу у світовій торгівлі. Зростання ролі Нових індустріальних країн у світовому експорті. Країни ОПЕК на світовому ринку. Найважливіші макрорегіональні ринки туристичних, ресторанних та готельних послуг. Прогнозування та моделювання у туризмознавчих дослідженнях.

Інформаційні джерела: Осн.: 5, 6, 11. Дод.: 22, 29, 30.

Тема 5. «Міжнародне регулювання світового ринку послуг».

План:

1. Сутність і структура системи регулювання світового ринку.
2. Міжнародна система регулювання світогосподарських зв'язків.
3. Ціновий механізм та валютно-фінансові інструменти регулювання світового ринку послуг.
4. Міжнародна координація економічної політики.
5. Закономірності ціноутворення на міжнародному ринку туристичних, готельних і ресторанних послуг.

Стислий зміст теми:

Національна держава як регулятор національного ринку. Зміст і механізм державної зовнішньоекономічної політики та її особливості в різних групах країн. Генеральна угода по тарифах і торгівлі (ГАТТ) та регулювання

світової торгівлі. Проблеми взаємодії України і СОТ. Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД). Особливості дослідження кон'юнктури окремих видів ринків. Методика дослідження ринку на мікрорівні. Методика дослідження ринку на макрорівні. Методика дослідження ринку на глобальному рівні. Класифікація ринкових досліджень. Літературні джерела, матеріали практики, результати наукових досліджень, нормативні документи. Первинна і вторинна наукова інформація. Сигнальна, релевантна (виправдана), бібліографічна і нова (основна) інформація.

Інформаційні джерела: Осн.: 5, 6, 14. Дод.: 15, 16, 22, 29.

## Тема 6. «Проблеми та перспективи формування глобального ринку».

### План:

1. Об'єктивні передумови розвитку основних напрямів регіональних економічних зв'язків.
2. Економічне співробітництво «Схід-Захід» та проблеми торговельно-економічної політики.
3. Проблеми розвитку економічної інтеграції у східноєвропейських країнах.
4. Україна в інтеграційних угрупованнях світу.

### Стислий зміст теми:

Використання економічних показників у кон'юнктурному аналізі. Характеристика показників кон'юнктури. Розрахунок основних показників ринкової кон'юнктури. Коливання ринкового попиту та пропозиції. Використання ПЕОМ для математичної обробки результатів моніторингових досліджень. Методи графічної обробки результатів вимірювань. Формулювання висновків та пропозицій на основі результатів моніторингового дослідження. Сутність та основні етапи організації вивчення кон'юнктури ринку туристичних послуг. Особливості емпіричного та теоретичного етапів дослідження. Об'єкт і предмет дослідження:

Інформаційні джерела: Осн.: 3, 5, 6. Дод.: 18, 22, 26, 32, 33.

## Тема 7. «Світовий ринок послуг і капіталів».

### План:

1. Міжнародна торгівля ліцензіями, патентами, «ноу-хау».
2. Світовий ринок транспортних і туристичних послуг.
3. Світовий ринок капіталів.



#### 4. Україна на світовому ринку капіталів.

Стислий зміст теми:

Головні країни-експортери ліцензій. Ринок послуг бізнесу, комп'ютерних, телефонно-телекських, рекламних, юридичних, облікових, фінансових послуг. Види міжнародних сполучень. Посилення ролі держави у вивозі капіталу. Загальне поняття про аналіз кон'юнктури на світовому ринку. Методи аналізу основних тенденцій кон'юнктури. Класифікація методів аналізу економічної кон'юнктури: загальноекономічні, економіко-статистичні, економіко-математичні. Кон'юнктурні оцінки ринкової ситуації. Оцінювання потенціалу та основних пропорцій ринку. Методи кон'юнктурного оцінювання підприємницького ризику.

Інформаційні джерела: Осн.: 1, 2, 3. Дод.: 28, 29, 30.

#### Тема 8. «Світовий ринок праці та розвиток туристичних, ресторанних та готельних послуг».

План:

1. Поняття міжнародної міграції робочої сили.
2. Економічна природа, рушійні сили і етапи міжнародної міграції робочої сили.
3. Загальні закономірності створення світового ринку робочої сили.
4. Державне і міжнародне регулювання трудової міграції.

Стислий зміст теми:

Масштаби, форми і основні тенденції розвитку сучасних міграційних процесів. Міжнародна міграція робочої сили і платіжні баланси країн. Головні регіони і центри міжнародного притягання і експорту робочої сили. Проблеми трудової міграції і ринку робочої сили в Україні. Організація розробки кон'юнктурних прогнозів. Особливості кон'юнктурних прогнозів. Методи прогнозування: екстраполяції, експертних оцінок, економічного моделювання. Інтерпретація прогнозу, оцінка його достовірності. Упорядкування кон'юнктурного прогнозу. Організація розробки кон'юнктурних прогнозів. Особливості кон'юнктурних прогнозів. Методи прогнозування: екстраполяції, експертних оцінок, економічного моделювання. Інтерпретація прогнозу, оцінка його достовірності. Упорядкування кон'юнктурного прогнозу. Методика розрахунку економічного ефекту застосування науково-дослідної роботи на ринку туристичних послуг. Залежність стану освоєння туристичного потенціалу від загального рівня розвитку продуктивних сил регіону. Територіальні

комплекси компонентів – природних, соціальних, економічних, а також їх поєднань для потреб регіоналізації, як правило, типізують, тобто виявляють характерні типи таких комплексів.

Інформаційні джерела: Осн.: 2, 4, 8, 9. Дод.: 26, 28

Тема 9. «Сутність та значення моніторингу ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг».

План:

1. Основні поняття моніторингу.
2. Систематичний збір та обробка інформації.
3. Головні етапи моніторингового дослідження на ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг.

Стислий зміст теми:

Моніторинг як старанне спостереження, попередження та контроль за роботою. Основна сфера практичного використання моніторингу. Методи дослідження при проведенні моніторингу. Термін «моніторинг» можна розглядати з різних точок зору. Так, наприклад, Ж. Г. Ганєєва, моніторинг розуміє як безперервне стеження за яким-небудь процесом з метою виявлення його відповідності бажаному результату.

М. Ф. Реймерс, в свою чергу зазначає, що суть моніторингу полягає у виконанні двох взаємозалежних функцій - спостереження та попередження. Вчений підкреслює, що моніторинг - це визначення невеликої кількості показників, які відображають стан системи. При цьому методом повторних вимірювань збирається та аналізується інформація в динаміці та використовується порівняння з базовими та нормативними документами. На наш погляд, моніторинг можна також розглядати як систематичний збір та обробку інформації, яка може бути використана для поліпшення прийняття рішення, а також побічно, для інформування громадськості або як інструмент зворотного зв'язку з метою здійснення проектів, оцінки та планування політики та бізнесу на ринку туристичних послуг. Основна сфера практичного використання моніторингу - це управління, а точніше інформаційне обслуговування управління в різних областях діяльності. Моніторинг представляє собою доволі складне явище. Він використовується в різних сферах для вирішення різного роду завдань, але при цьому має спільні характеристики та властивості.

Отже ми можемо дати наступне визначення поняттю моніторинг- це спеціальна система збору інформації про стан господарюючих процесів, прогнозування на підставі об'єктивних даних динаміки і основних тенденцій її розвитку та розробка науково-обґрунтованих рекомендацій для прийняття управлінських рішень стосовно підвищення ефективності функціонування даної програми(проекту):

Інформаційні джерела: Осн.: 2, 4, 8, 9. Дод.: 26, 28, 30.

Тема 10. «Інформаційне забезпечення кон'юнктурних досліджень на ринку туристичних, ресторанних та готельних послуг».

План:

1. Сутність і завдання кон'юнктурних досліджень.
2. Науковий підхід до проведення кон'юнктурного дослідження.
3. Класифікація напрямів вивчення ринку.
4. Інформаційне забезпечення і кон'юнктурні дослідження.

Стислий зміст теми:

Кон'юнктура ринку - ситуація, що склалася на ринку, збіг обставин чи стан речей на ринку, здатних впливати на господарську діяльність конкретного підприємства і розвиток економіки в цілому.

Вивчення кон'юнктури країни чи окремого товарного ринку необхідне для того, щоб правильно оцінити її поточний стан, передбачити можливі зміни і розробити відповідну стратегію розвитку.

Особливостями вивчення кон'юнктури міжнародного ринку туристичних, готельних і ресторанних послуг є визначення характеру і ступеня його збалансованості, насамперед співвідношення попиту і пропозиції, які виявляють себе в прагненні до рівноваги. Проте цей процес має стохастичний характер і відбувається під постійним впливом комплексу суперечливих чинників, які обумовлюють постійні коливання і відхилення від основної тенденції розвитку ринку.

Характерні риси кон'юнктури ринку:

1. динамічність;
2. пропорційність;
3. варіабельність;
4. циклічність.

Виходячи з цього, концептуальними завданнями дослідження кон'юнктури ринку є:

1. аналіз динамічних закономірностей, тенденцій;
2. визначення ступеня пропорційності розвитку ринку;
3. оцінка стійкості ринку на теперішній час і в перспективі;
4. аналіз періодичності розвитку ринку, виділення циклів.

При вивченні кон'юнктури конкретного ринку необхідно враховувати загальноекономічну ситуацію, яка може знаходитись в різній стадії циклу розвитку економіки - кризи, депресії, поживлення, підйому. Також ситуація на конкретному ринку товарів і послуг може в значній мірі залежати від положення на інших ринках: наприклад, інвестицій, нерухомості, цінних паперів та інше. Кон'юнктура ринку формується і розвивається під впливом ряду чинників, які можна поділити на дві групи: постійні і непостійні. До постійних відносяться науково-технічний прогрес, рівень монополізації, державне і між державне регулювання, стан інформаційних систем, валютна і кредитно-грошова ситуація. Непостійні чинники включають політичні та соціальні конфлікти, сезонність, стихійні лиха, крупні аварії та ін. Специфікою функціонування індустрії надання ресторанних і готельних послуг є нерівномірність завантаження закладів, яка коливається і залежить від загальноекономічної ситуації регіону, сезонності туристичного попиту, свят та інше.

Точність і правильність прогнозу при аналізі кон'юнктури ринку залежить від виявлення провідних факторів, які визначають кон'юнктуру. Дослідження кон'юнктури ринку складається із декількох етапів:

1. аналіз кон'юнктури;
2. прогноз кон'юнктури;
3. оцінка ефективності дослідження кон'юнктури.

Для аналізу кон'юнктури ринку туристичних, готельних і ресторанних послуг із сукупності факторів виділяють складові елементи, статистичні показники, які впливають на коливання кон'юнктури, як наслідок будуються динамічні ряди впливу факторів, визначається результат їх комплексного впливу та місце і роль кожного з них у формуванні кон'юнктури ринку.

Інформаційні джерела: Осн.: 1, 5, 8, 9. Дод.: 26, 28, 31.

## Перелік інформаційних джерел

### Основні:

1. Заблоцька Р.О. Світовий ринок послуг: Підручник. 2-е вид. – К.: Знання України, 2005. – 280 с.
2. Іванова Л. О. Моніторинг світового ринку туристичних послуг: навч. посібник / Л. О. Іванова, О. М. Музика. – Львів : Магнолія-2006, 2012. – 226 с.
3. Логвин М. М. Світовий ринок товарів та послуг [Електронний ресурс] : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни за кредитно-модульною системою організації навчального процесу / М. М. Логвин, П. В. Шуканов. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011 . – Спосіб доступу: локальна мережа ПУЕТ.
4. Михеева Н. А. Региональный мониторинг гостиничных услуг и прогнозирование / Н. А. Михеева. – М: Троицкий мост, 2013. – 184 с.
5. Шуканов П. В. Мировой рынок товаров и услуг [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / П. В. Шуканов, М. М. Логвин. – Полтава : ПУЭТ, 2012. – Режим доступу: локальна мережа ПУЕТ.
6. Шуканов П.В. Геоeкономічні основи міжнародного туризму : методичні рекомендації з освоєння теми дисципліни «Основи геоeкономіки та проблеми глобалізації» [для студентів напрямів підготовки: 6.030504 «Економіка підприємства»; 6.140103 «Туризм»] / П.В. Шуканов. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2012. – 15 с.
7. Державний служба статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. Маркетингове дослідження готельного ринку [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.cityadm.lviv.ua/zed/images/stories/zed/presentations\\_hotel/hotelstudy.pdf](http://www.cityadm.lviv.ua/zed/images/stories/zed/presentations_hotel/hotelstudy.pdf)
9. О сервисе PRO.Statistics ProHotel Statistics Барометр гостиничного бизнеса Загрузка и цены. [Електронний ресурс] – Режим доступу:<http://stat.prohotel.ru/about/>
10. Парфiненко А.Ю. Туристичне країнознавство : навчальний посiбник / А.Ю. Парфiненко. – Х. : Бурун Книга, 2009. – 288 с.
11. Світовий банк: <http://www.worldbank.org.ru>
12. Туристичні потоки // Державний комітет статистики України // [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
13. HOTSTATS 2011 - UK & EUROPEAN HOTEL INDUSTRY [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://rss.hsyndicate.com/file/152004594.pdf> 3М 1.2
14. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitivenessreport-2011>

### Додаткові:

15. Внешнеторговые сделки / Составитель И.С. Гринько. – Сумы: ОРИОН, 1994. – 464 с.
16. Герчигова И.Н. Международное коммерческое дело: Учебник. – М.: Банки и Биржи, 1996. – 382 с.
17. Дадалко В.А. Мировая экономика: Учеб. пособие. – Мн.: «Ураджай», 2001. – 592 с.
18. Делягин М.Г. Мировой кризис: Общая теория глобализации: Курс лекций. – 3-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 768 с.
19. Економіка зарубіжних країн: Навчальний посібник / За ред. Ю.Г.Козака, В.В.Ковалевського, К.І.Ржепішевського. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 353 с.
20. Економічна і соціальна географія світу: Геоінформаційний атлас. – Київ: ЗАТ «Інститут передових технологій», 2015. – 50 с.
21. Есипов В.Е., Маховиков Г.А. Ценообразование на мировом рынке. – М.: «Финансы», 1992. – 374 с.
22. Кочетов Э.Г. Геоэкономика (Освоение мирового экономического пространства). Учебник: – М.:БЕК, 1999.– 480 с.
23. Левшин Ф.М. Мировой рынок: конъюнктура, цены, маркетинг. – М.: «Финансы», 1993. – 412 с.
24. Линдерт П.Х. Экономика мирохозяйственных связей. М.: Прогресс, 1992.– 517 с.
25. Міжнародні ринки ресурсів: Навчальний посібник / А.Б.Яценко, Я.А.Дубинюк, Т.В.Марена, К.С.Мітюшкіна. Під заг.ред. проф. Ю.В.Макогона. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 194 с.
26. Панарин А.С. Глобальное политическое прогнозирование: Учебник для вузов. – М.: Алгоритм, 2000. – 352 с.
27. Портер М. Международная конкуренция. – М.: «Международные отношения», 1993. – 896 с.
28. Румянцев А.П., Башинська А.І., Корнилова І.М., Коваленко Ю.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 376 с.
29. Світовий ринок товарів та послуг: Навчальний посібник / Під загальн. ред. А.А. Мазаракі, – К.: КДТЕУ, 1994. – 80 с.
30. Світовий ринок товарів та послуг: регіональна структура: Навчальний посібник / Під загальн. ред. А.А. Мазаракі. – К.: Видавн. Центр КДТУ, 1998. – 168 с.
31. Світовий ринок товарів та послуг: товарна структура: Навчальний посібник / Під загальн. ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київськ. Держави. Торгов. – економ. Університет, 1996. – 82 с
32. Соколенко С.И. Глобальные рынки XXI столетия: перспективы Украины. – К.: Логос, 1998. – 568 с.
33. Соколенко СІ. Глобалізація і економіка України. – К.: Логос, 1999.– 790 с.
34. Хойер В. Как делать бизнес в Европе. – М.: Прогресс, 1992.– 253 с.