

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі
та туристичного бізнесу

Протокол № 1 від 20.08.2025 р.

ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчально-методичної роботи



Каріна НЕМАШКАЛО

СВІТОВИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань
Спеціальність
Освітній рівень
Освітня програма

**Ж "Транспорт та послуги"
ЖЗ "Туризм та рекреація"
перший (бакалаврський)
"Туризм"**

Статус дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

**обов'язкова
українська**

Розробник:
к.е.н., доцент

Олена СТРИЖАК

Завідувач кафедри
підприємництва, торгівлі та
туристичного бізнесу

Марина САЛУН

Гарант програми

Олена СТРИЖАК

**Харків
2025**

ВСТУП

Актуальність всебічного дослідження туристичного ринку зумовлена його багатогранністю та суспільною значущістю. Основна увага в дослідженнях явищ і процесів, пов'язаних з туризмом, приділяється питанням економіки та організації, правовим і екологічним аспектам функціонування туризму. Третина світової торгівлі послугами припадає саме на туризм. Світова туристична індустрія забезпечує понад 10 % світового валового національного продукту. Туризм постійно та активно впливає на ряд важливих галузей національних економік, таких як транспорт, будівництво та архітектура, зв'язок, готельний і ресторанний бізнес, сільське господарство, страховий бізнес, виробництво товарів народних промислів тощо. Значним і помітним є його вплив і на економіку нашої держави. Внаслідок постійного зростання суспільного інтересу до туристичного бізнесу підвищується і значення докладного вивчення аспектів розвитку світового ринку туристичних послуг.

Метою викладання навчальної дисципліни "Світовий ринок туристичних послуг" є формування знань і навичок щодо особливостей формування та спрямування міжнародних туристичних потоків, а також їх значення для розвитку національних економік.

Завданнями навчальної дисципліни є:

засвоєння інформації про історичні аспекти та чинники розвитку туризму в світі;

визначення особливостей державного та міжнародного регулювання руху факторів виробництва і торгівлі товарами та послугами;

аналіз проблем функціонування світового ринку туристичних послуг;

дослідження специфіки та потенціалу світового ринку туристичних послуг для оцінювання впливу туристичної галузі на економіку регіону та країни;

з'ясування принципів законодавчого забезпечення, регулювання, організації та управління туристичним бізнесом у світовому і національному масштабі;

вивчення особливостей розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень, заснованих на знанні специфіки соціально-економічного розвитку світового ринку туристичних послуг.

Об'єктом вивчення дисципліни є діяльність світового ринку туристичних послуг.

Предметом навчальної дисципліни є теоретичні та методичні засади діяльності світового ринку туристичних послуг.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна, визначено в табл. 1.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
РН2	ЗК1; ЗК2; ЗК3; ЗК7; ЗК14; СК1; СК6; СК8; СК15
РН3	ЗК5; ЗК6; ЗК7; СК1; СК2; СК5; СК7; СК10
РН5	ЗК3; ЗК4; ЗК5; ЗК6; ЗК8; СК2; СК3; СК4; СК5;
РН13	ЗК1; ЗК2; ЗК3; ЗК4; ЗК5; ЗК8; ЗК9; ЗК10; ЗК11; ЗК12; ЗК13; СК3; СК8; СК11; СК14; СК15; СК16

де:

РН2. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.

РН3. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.

РН5. Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.

РН13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК4. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.

ЗК5. Прагнення до збереження навколишнього середовища.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК7. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК8. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК9. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми.

ЗК10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК11. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК13. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК14. Здатність працювати в команді та автономно.

СК1. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

СК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

СК3. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.

СК4. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління.

СК5. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів.

СК6. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного).

СК7. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.

СК8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.

СК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

СК11. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку.

СК14. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.

СК15. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства.

СК16. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1

Теоретико-методологічні засади формування світового ринку туристичних послуг

Тема 1. Предмет і завдання дисципліни «Світовий ринок туристичних послуг»

1.1. Історичні передумови виникнення поняття «Світовий ринок»

Поняття світового ринку. Різні підходи до визначення ринку туристичних послуг. Чинники, що впливають на формування світового ринку туристичних послуг. Ринок як форма організації споживання: класифікація, структура, ієрархія. Загальна схема взаємодії ринкових сторін. Структура світового ринку. Ринок послуг як складова світового ринку.

1.2. Сутність та структура світового туристичного ринку

Структура невиробничої сфери. Поняття «послуги». Основні класифікації послуг. Специфічні ознаки послуги. Класифікаційні групи послуг. Ринок послуг у структурі світового господарства. Особливості сфери послуг на сучасному етапі економічного розвитку. Специфіка туристичної послуги, характерні ознаки туристичного ринку.

1.3. Територіальна структура туристичного ринку

Взаємодія туристичного ринку і території. Поняття туристичної діяльності. Стадії туристичного обслуговування. Таксономічна система рекреаційних районів. Територіальна структура туристичного ринку. Механізм формування та функціонування місцевого туристичного ринку.

Тема 2. Сутність та класифікаційні ознаки світового туристичного ринку

2.1. Економічне та географічне визначення поняття міжнародного туристичного ринку

Глобальний, регіональний та локальний рівні формування міжнародного ринку туристичних послуг. Класифікація міжнародних туристичних ринків за цілями подорожей. Туризм з метою відпочинку і розваг. Структура міжнародного ринку ділового туризму: бізнес- туризм, конгресно-виставковий туризм, інсентивтуризм.

2.2. Суб'єкти міжнародного туристичного ринку

Виконавці туристичних послуг - готелі, ресторани, транспортні компанії, екскурсійні бюро. Посередники - туроператори, турагенти. Споживачі - туристи.

Проблеми сегментування міжнародного ринку туристичних послуг. Критерії виділення ринкового сегменту: міжгрупова гетерогенність, гомогенність, вимірність, ємність, доступність для фірми. Здійснення сегментування міжнародного туристичного ринку за географічними, демографічними та соціально-економічними ознаками. Вікові групи подорожуючих (класифікація ВТО). Психологічне сегментування. Загальні та специфічні мотиви туристичних поїздок.

2.3. Фактори формування туристичного попиту

Кількісні та вартісні показники вимірювання обсягів туристичного попиту. Інтенсивність та частотність туризму. Властивості туристичного попиту: динамізм, комплексність, еластичність, сезонність. Сучасні тенденції у туристичному попиті, та його соціально-економічні модифікації. Психологічні особливості нового типу масового споживача туристичних послуг.

Тема 3. Міжнародна торгівля товарами та послугами

3.1. Міжнародна торгівля, її методи та показники

Сутність міжнародної торгівлі та її місце в системі міжнародних економічних відносин. Історичні передумови та основні чинники виникнення міжнародної торгівлі. Етапи розвитку міжнародної торгівлі. Структура міжнародної торгівлі. Форми міжнародної торгівлі. Методи міжнародної торгівлі (прямий та непрямий методи). Показники розвитку міжнародної торгівлі.

3.2. Міжнародна торгівля та її особливості на сучасному етапі

Система регулювання міжнародної торгівлі та її основні рівні. Тарифне регулювання міжнародної торгівлі. Сутність, призначення, функції та види мит. Економічні наслідки введення мита. Нетарифне регулювання міжнародної торгівлі. Кількісні, приховані та фінансові обмеження як метод регулювання міжнародної торгівлі. Сутність торговельної дискримінації.

3.3. Зовнішня торгівля України товарами та послугами

Етапи розвитку міжнародної торгівлі в Україні. Кон'юнктурна оцінка сучасного стану вітчизняного ринку міжнародного туризму. Стримуючі фактори розвитку іноземного туризму в Україні. Рекламування національного туристичного продукту на зарубіжних ринках. Статистичні показники розвитку ринку міжнародної торгівлі товарами та послугами в Україні.

Тема 4. Світова валютна система. Міжнародні розрахунки і платіжний баланс

4.1. Сутність валютних курсів на міжнародному ринку

Визначення курсу національної та іноземної валюти. Міжнародний обсяг ринків боргового капіталу за видами валют. Валюта за видами використання. Способи розрахунку валютного кошика. Визначення валютного курсу – котирування. Аналіз динаміки валютних курсів.

4.2. Типи розрахунку валютних курсів

Номінальний обмінний курс. Реальний обмінний курс. Індекс реального валютного курсу. Кросс-курс та тривалютний арбітраж.

4.3. Типи валютних курсів відповідно до ступеня гнучкості

Фіксований обмінний курс. Гнучкі або вільно плаваючі валютні курси. Компромісні валютні курси. Попит та пропозиція на іноземну валюту. Залежність ціни від зміни валютного курсу.

Тема 5. Місце України на ринку міжнародного туризму

5.1. Статистичні показники розвитку ринку міжнародного туризму в Україні

Кількісні та вартісні показники вимірювання обсягів туристичного попиту. Інтенсивність та частотність туризму. Властивості туристичного попиту: динамізм, комплексність, еластичність, сезонність. Сучасні тенденції у туристичному попиті, та його соціально-економічні модифікації.

5.2. Національний туристичний ринок України

Етапи розвитку міжнародного туризму в Україні. Кон'юнктурна оцінка сучасного стану вітчизняного ринку міжнародного туризму. Стримуючі фактори розвитку іноземного туризму в Україні. Рекламування національного туристичного продукту на зарубіжних ринках. Статистичні показники розвитку ринку міжнародного туризму в Україні.

5.3. Проблеми і перспективи ринку туризму в Україні

Співробітництво України з іноземними країнами в галузі міжнародного туризму. Система міждержавних угод і домовленостей. Пріоритетні заходи державної політики щодо стимулювання іноземного туристичного потоку в

Україну. Напрями подальшого розвитку вітчизняного ринку міжнародного туризму.

Змістовий модуль 2

Аналіз світового туристичного ринку

Тема 6. Світове господарство та особливості його розвитку

6.1. Світове господарство як цілісна економічна система

Теоретичні підходи щодо визначення сутності світового господарства. Субстанціональна основа світового господарства. Кількісний та якісний аспекти аналізу світогосподарських зв'язків. Ознаки світового господарства як цілісної економічної системи.

6.2. Структура світового господарства

Основні структурні елементи світового господарства. Суб'єкти світового господарства та рівні їх економічної взаємодії. Критерії виділення підсистем світового господарства. Основні типи країн і їх економічні об'єднання в міжнародній економіці. Стандартні класифікації країн у міжнародній економіці.

6.3. Рівень економічного розвитку країни і її участь у світовому господарстві

Причини нерівномірності економічного розвитку країн в сучасній міжнародній економіці. Класифікація за рівнем економічного розвитку: високорозвинені (промислово розвинені); країни, що розвиваються; країни з перехідною економікою; найменш розвинені. Класифікація ООН: високорозвинені; країни, що розвиваються; країни з перехідною економікою.

Тема 7. Методика дослідження національного туристичного ринку

7.1. Особливості ринку туристичних послуг

Поліструктурність туристичного ринку. Сучасна класифікація туризму. Класифікаційні ознаки туристичного ринку. Типологічні ознаки національних туристичних ринків. Характеристика типів національних туристичних ринків

7.2. Методика дослідження туристичного ринку макрорівня

Визначення тенденцій, характеру міжнародних туристичних потоків і особливостей формування геопросторових структур. Схема макродослідження туристичного ринку.

7.3. Туристична пропозиція

Механізм макрорегіонального аналізу. Європа, Америка, Африка, Східна Азія і Тихоокеанський басейн, Близький Схід, Південна Азія як туристичні макрорегіони.

Тема 8. Теоретичні аспекти конкуренції на ринку туристичних послуг

8.1. Поняття конкуренції, її функції та роль у розвитку туристичної діяльності

Сутність конкуренції на ринку. Функції конкуренції. Конкурентоспроможність підприємства. Конкурентоспроможність туристичного продукту.

8.2. Ринок туристичних послуг як передумова розвитку конкуренції між підприємствами туристичного бізнесу

Класифікація ринків. Види та організаційні форми підприємств в Україні, їх загальна характеристика. Туристичні оператори. Туристичні агенти. Комерційні підприємства з надання туристичних послуг.

8.3. Види конкуренції в туризмі

Підприємство як відкрита система, вплив зовнішнього оточення на діяльність підприємства. Складові зовнішнього середовища господарювання підприємств. Складання переліку зовнішніх погроз та можливостей. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства. Чинники зовнішнього середовища.

Тема 9. Маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг

9.1. Суть і завдання маркетингових досліджень

Методи вивчення попиту. Вторинна і первинна інформація, обробка, представлення і аналіз. Макросередовище діяльності туристичного підприємства. Методи оцінки середовища ринкової діяльності. Матриця оцінки конкурентного середовища туристичного підприємства. Матриця оцінки ринку постачальників послуг і товарів туристського призначення.

9.2. Проблематика маркетингових досліджень

Обґрунтування і вибір маркетингової стратегії. Маркетингова політика туристичного підприємства. Оцінка ефективності маркетингової політики.

9.3. Інформаційні джерела даних маркетингових досліджень

Рекламна діяльність туристичного підприємства. Класифікація видів реклами в туризмі. Послідовність інформаційного забезпечення маркетингових досліджень. Етапи дослідження ринку. Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень ринку туристичних послуг.

Тема 10. Міжнародні туристичні організації

10.1. Сутність, структура і принципи діяльності міжнародних туристичних організацій.

Основна мета створення міжнародних туристичних організацій. Структура та принципи діяльності міжнародних туристичних організацій.

10.2. Класифікація міжнародних туристичних організацій

Типи і види: урядові та неурядові, глобальні і регіональні, універсальні та спеціалізовані. Характеристика діяльності найбільших всесвітніх та європейських туристичних організацій

10.3. Норми міжнародного туристичного права

Загальна резолюція римської конференції ООН з міжнародного туризму та подорожей 1963 року. Заключний акт Наради з безпеки та співробітництва у Європі 1975 року. Манільська декларація ВТО зі світового туризму 1980 року. Документ Акапулько Всесвітньої наради з туризму 1982 року. Кодекс туриста та Хартія туризму.

Перелік практичних (семінарських) занять за навчальною дисципліною наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Перелік практичних (семінарських) занять за навчальною дисципліною

Назва завдання	Зміст
<i>Тема 1. Предмет і завдання дисципліни "Світовий ринок туристичних послуг"</i>	
<i>Міні-лекція</i>	Питання "Становлення світового ринку туристичних послуг".
<i>Практичне завдання 1.1</i>	Етапи розвитку світового ринку туристичних послуг.
<i>Домашнє завдання 1.2</i>	Підготовка реферату. <i>Презентація</i> результатів роботи в малих групах.
<i>Тема 2. Сутність та класифікаційні ознаки світового туристичного ринку</i>	
<i>Міні-лекція</i>	Питання "Роль, значення та сутність світового туристичного ринку".
<i>Практичне завдання 2.1</i>	Суспільний феномен туризму.
<i>Тема 3. Міжнародна торгівля товарами та послугами</i>	
<i>Практичне завдання 3.1</i>	Семінар-дискусія "Становлення сучасних форм розвитку міжнародної торгівлі товарами та послугами".
<i>Домашнє завдання 3.2</i>	<i>Презентація</i> результатів роботи в малих групах з домашнього компетентісно-орієнтованого завдання "Структура, форми, та методи міжнародної торгівлі".
<i>Тема 4. Світова валютна система. Міжнародні розрахунки і платіжний баланс</i>	
<i>Лекція проблемного характеру</i>	Питання "Сутність світової валютної системи та міжнародних розрахунків".
<i>Практичне завдання 4.1</i>	Індивідуальне завдання за темою "Форми концентрації капіталу у міжнародному туристичному бізнесі".
<i>Тема 5. Місце України на ринку міжнародного туризму</i>	
<i>Міні-лекція</i>	Питання "Етапи розвитку міжнародного туризму в Україні".
<i>Практичне завдання 5.1</i>	Співробітництво України з іноземними країнами в галузі міжнародного туризму.
<i>Тема 6. Світове господарство та особливості його розвитку</i>	
<i>Лекція проблемного характеру</i>	Питання "Характеристика та аналіз структури світового господарства".
<i>Практичне завдання 6.1</i>	Джерела виникнення протиріч у світовому господарстві.
<i>Тема 7. Методика дослідження національного туристичного ринку</i>	
<i>Семінар-дискусія</i>	Питання "Комплексний аналіз національного туристичного ринку".
<i>Практичне завдання 7.1</i>	Використання статистичних баз даних для дослідження динаміки світових туристичних потоків.
<i>Практичне завдання 7.2</i>	Усне опитування за темою.
<i>Тема 8. Теоретичні аспекти конкуренції на ринку туристичних послуг</i>	
<i>Міні-лекція</i>	Питання "Туристичні потоки, загальні тенденції переміщень".
<i>Практичне завдання 8.1</i>	Стримуючі фактори розвитку іноземного туризму в Україні.
<i>Практичне завдання 8.2</i>	Транснаціональні компанії в туризмі. <i>Презентація</i> результатів роботи в малих групах.
<i>Тема 9. Маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг</i>	
<i>Практичне завдання 9.1</i>	Методи вивчення попиту. <i>Презентація</i> результатів роботи в малих групах.

<i>Практичне завдання 9.2</i>	Стиль життя як інтегральний чинник туристичного попиту. <i>Презентація</i> результатів роботи в малих групах.
<i>Тема 10. Міжнародні організації</i>	
<i>Практичне завдання 10.1</i>	Класифікація міжнародних туристичних організацій, їх типи і види.
<i>Практичне завдання 10.2</i>	Характеристика діяльності найбільших всесвітніх та європейських туристичних організацій. <i>Презентація</i> результатів роботи в малих групах.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми	Зміст
<i>Тема 1. Предмет і завдання дисципліни «Світовий ринок туристичних послуг»</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; виконання практичних завдань за темою
<i>Тема 2. Сутність та класифікаційні ознаки світового туристичного ринку</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; виконання практичних завдань за темою
<i>Тема 3. Міжнародна торгівля товарами та послугами</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; виконання практичних завдань за темою
<i>Тема 4. Світова валютна система. Міжнародні розрахунки і платіжний баланс</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; виконання практичних завдань за темою
<i>Тема 5. Місце України на ринку міжнародного туризму</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; виконання практичних завдань за темою
<i>Тема 6. Світове господарство та особливості його розвитку</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; виконання практичних завдань за темою
<i>Тема 7. Методика дослідження національного туристичного ринку</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; виконання практичних завдань за темою
<i>Тема 8. Теоретичні аспекти конкуренції на ринку туристичних послуг</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; виконання практичних завдань за темою
<i>Тема 9. Маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; виконання практичних завдань за темою
<i>Тема 10. Міжнародні організації</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; виконання практичних завдань за темою

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

словесні (лекція (тема 1-10), лекція проблемного характеру (тема 4; 5), міні-лекція (тема 1; 2; 8));

наочні (демонстрація (тема 1-10));

практичні (практичні завдання (тема 1-10), семінар-дискусія (тема 7)).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних та практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів: максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти екзамен (іспит) – 35 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формах семестрового екзамену (іспиту). Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається підсумовуванням балів за поточний та підсумковий контроль.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: завдання за темами (робота на практичних заняттях) (30 балів), презентації, індивідуальні опитування (20 балів), компетентнісно-орієнтовані завдання (10 балів).

Семестровий контроль: Екзамен (40 балів).

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Екзаменаційний білет охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

Кожен екзаменаційний білет складається із 20 тестів та 3 практичних завдань (ситуаційного, діагностичного та евристичного), які передбачають вирішення типових професійних завдань фахівця на робочому місці та дозволяють діагностувати рівень теоретичної підготовки здобувача і рівень його компетентності з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність ІЗ «Туризм та рекреація»

Освітньо-професійна програма «Туризм».

Семестр І

Навчальна дисципліна «Світовий ринок туристичних послуг»

ЗАВДАННЯ 1 (тестове) (20 балів)

1. Бурхливому розвитку міжнародного туризму починаючи з 1950-х років сприяли:

- a. підтримка державних органів;
- b. скорочення суспільного багатства та доходів на душу населення;
- c. тероризм;
- d. «Холодна війна».

2. Складова частина платіжного балансу країни - рахунок поточних платежів включає:

- a. прямі інвестиції;
- b. капітальні трансферти;
- c. товарний експорт;
- d. поточні трансферти.

3. Туроператор - це:

- a. фізична особа, яка комплектують тури і програми обслуговування в місцях прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі угоди з постачальниками послуг;
- b. юридична або фізична особа (підприємець), яка здійснює на основі ліцензії діяльність по просуванню і реалізації сформованого туроператором туру (туристичного продукту);
- c. юридична або фізична особа (мається на увазі підприємець), яка здійснює на основі ліцензії діяльність по формуванню, просуванню та реалізації туристичного продукту.

4. Туристичний попит – це:

- a. суспільна потреба в туристичному продукті;
- b. потреба у оздоровленні;
- c. потреба у відпочинку.

5. Підприємства, що надають засоби розміщення, харчування, перевезення, належать до:

- a. туроператорів;
- b. постачальників послуг;
- c. турагенств.

6. Яким вимогам повинен відповідати ринковий сегмент:

- a. сегмент не повинен бути великим, його розмір ніяк не впливає на обсяги продажів;
- b. сегмент має бути рухливим і постійно змінюватися;

- c. усередині кожної групи споживачі повинні мати певну подібність;
- d. всі сегменти мають бути схожими але відображати різні потреби людей.

7. За співвідношенням між попитом і пропозицією туристичні ринки бувають:

- a. монополістичний, олігополістичний і ринок вільної конкуренції;
- b. ринок продавця, ринок покупця;
- c. ринки, що генерують туристичні потоки, і ринки, які приймають туристів;
- d. світовий, регіональний, ринок окремої країни, регіону всередині країни, міста.

8. Індустрія туризму – це:

- a. комплекс галузей та видів діяльності, пов'язаних спільністю мети функціонування;
- b. міжгалузевий господарський комплекс, який спеціалізується на створенні турпродукту;
- c. матеріально-речова складова туризму, яка включає заклади розміщення, харчування, дозвілля, транспорту тощо.

9. Якого типу регіонів не існує в туристичній сфері:

- a. географічні;
- b. адміністративні;
- c. природно-кліматичні;
- d. політичні.

10. Туристична пропозиція – це:

- a. сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності, які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів";
- b. специфічні споживчі блага які задовольняють потребу подорожуючої людини і сприяють здійсненню мети подорожі;
- c. сукупність виробничих можливостей підприємств, спроможних надати туристичний продукт.

ЗАВДАННЯ 2 (стереотипне) (2 бали)

Яку роль міжнародний туризм відіграє у міжнародній торгівлі?

ЗАВДАННЯ 3 (стереотипне) (2 бали)

Які фактори сприяють бурхливому розвитку туризму, а які навпаки стримують його?

ЗАВДАННЯ 4 (евристичне) (8 балів)

У базовому році вартість споживчого кошика в Україні становила 1200 грн, а в США – 340 дол. В аналізованому періоді темпи інфляції в Україні становили 25%, в США – 4 %.

Визначте, чому дорівнює курс гривні у формі прямого котирування згідно з паритетом купівельної спроможності. Що таке валютний курс країни та паритетом купівельної спроможності.

ЗАВДАННЯ 5 (евристичне) (8 балів)

Країна Е може виробляти 1000 автомобілів або 400 мотоциклів. Країна Д може виробляти 500 автомобілів або 100 мотоциклів. Визначте, яка країна і за якого товару має абсолютну й порівняльну перевагу. Обчисліть можливу вигоду від спеціалізації та торгівлі. Пояснить, що таке абсолютна та відносна перевага. В чому полягають особливості спеціалізації?

Критерії оцінювання

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Завдання 1 (тестове) (20 балів).

За кожний правильний тест – 2 бали.

Таблиця 4

Завдання	Бал	Критерії оцінювання
Завдання 2 (стереотипне) (2 бали)	0	Відповідь не надано, питання не розкрито.
	1	Питання розкрито не повністю, а відповідь надано, але не обґрунтовано.
	2	Теорію питання розкрито повністю (демонструється здатність до вивчення, розуміння та переказу матеріалу), а відповідь проілюстровано прикладами з практики та реальними даними.
Завдання 3 (стереотипне) (2 бали)	0	Відповідь не надано, питання не розкрито.
	1	Питання розкрито не повністю, а відповідь надано, але не обґрунтовано.
	2	Теорію питання розкрито повністю (демонструється здатність до вивчення, розуміння та переказу матеріалу), а відповідь проілюстровано прикладами з практики та реальними даними.
Завдання 4 (евристичне) (8 балів)	1	Завдання частково виконано, проте наведені не вірні поняття та класифікації, запропоновані шляхи вирішення не є логічними, надано невірні висновки, відсутнє логічне обґрунтування.
	2	Завдання виконано не повністю, наведені вірні поняття, але допущені помилки в класифікації, не здійснено обґрунтування, надано невірні висновки, відсутній обґрунтований аналіз отриманих результатів.
	3-4	Завдання виконано, наведений вірний понятійно-категоріальний апарат, але надано невірні висновки, відсутній обґрунтований аналіз запропонованих рішень.
	5-6	Завдання виконано, наведені вірні шляхи вирішення завдання, використаний понятійно-категоріальний апарат, розкрита сутність їх складових, здійснено обґрунтування, але відсутня відповідь та/або висновки
	7-8	Завдання виконано, наведені вірні поняття та їх визначення, розкрита сутність складових за класифікацією, здобувач демонструє ґрунтовні знання теоретико-методичних положень, показує вміння ґрунтовно та грамотно формулювати та обґрунтування пропозиції та висновки.

Завдання 5 (евристичне) (8 балів)	1	Завдання частково виконано, проте наведені не вірні поняття та класифікації, запропоновані шляхи вирішення не є логічними, надано невірні висновки, відсутнє логічне обґрунтування.
	2	Завдання виконано не повністю, наведені вірні поняття, але допущені помилки в класифікації, не здійснено обґрунтування, надано невірні висновки, відсутній обґрунтований аналіз отриманих результатів.
	3-4	Завдання виконано, наведений вірний понятійно-категоріальний апарат, але надано невірні висновки, відсутній обґрунтований аналіз запропонованих рішень.
	5-6	Завдання виконано, наведені вірні шляхи вирішення завдання, використаний понятійно-категоріальний апарат, розкрита сутність їх складових, здійснено обґрунтування, але відсутня відповідь та/або висновки
	7-8	Завдання виконано, наведені вірні поняття та їх визначення, розкрита сутність складових за класифікацією, здобувач демонструє ґрунтовні знання теоретико-методичних положень, показує вміння ґрунтовно та грамотно формулювати та обґрунтування пропозиції та висновки.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Горіна Г. О. Ринок туристичних послуг : метод. рек. до вивч. дисц. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. – 49 с.
2. Джинджоян В. В. Економіка та менеджмент міжнародного туризму : навч. посіб. / В. В. Джинджоян, М. В. Корнєєв, О. В. Ходак, Н. О. Небаба. - К.: Видавництво "Каравела", 2024. - 376 с.
3. Економіка рекреації та туризму : навч. посіб. / О. А. Сущенко, О. О. Стрижак, Н. А. Дехтяр [та ін.] : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. - 346 с.
<http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26223>
4. Економіка туризму : підручник / В. Ю. Світлична, С. А. Александрова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 167 с.

Додаткова

5. Ахмедова О. О., Стрижак О. О. Державне регулювання розвитку морського та прибережного туризму в Україні // Вісник Національного університету цивільного захисту України: зб. наук. пр. – Х.: Вид-во НУЦЗУ, 2020. – Вип. 1 (12). – С. 180-196.
<http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27915>
6. Погуда Н. В., Стрижак О. О. Туризм 2022 року: аналіз та перспективи розвитку // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2023. – Т. 34(73). – № 1. – С. 23-32.
https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/34_73_1/6.pdf

7. Стрижак О. О. Розвиток туризму в контексті формування Індустрії 4.0: визначення взаємозв'язку // Економічний вісник НТУУ "КПІ". – 2021 - № 18. <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/238104>
8. Стрижак О. О. Вплив пандемії коронавірусу Covid-19 на туристичну галузь // Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі», 19 - 20 травня 2020 р. – К.: НУХТ, 2020 р. – С. 84-85. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/23618>
9. Стрижак О. О. Діяльність туристичного сектору в умовах пандемії COVID-19 // Матеріали ІV науково-практичної конференції Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні, м. Вінниця, ВНТУ, 2021. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27905>
10. Стрижак О. О. Трансформації індустрії туризму в умовах цифрової економіки // Економіка та управління АПК. – 2021 - № 2. – С. 41-49. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27874>
11. Стрижак О. О. Туристичний бізнес в умовах Індустрії 4.0 // «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»: Матеріали ІІІ міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2024. – с. 274-276. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/32989>
12. Стрижак О. О. Вимірювання трансакційних витрат в українській економіці // Науковий вісник Полісся. – 2020. – № 1 (20). – С. 20-27. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27914>
13. Стрижак О. О. Особливості розвитку сфери послуг в умовах Індустрії 4.0 // Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики: матер. VI Всеукр. наук.-практ. конф. кафедри маркетингу Уманського нац. ун-ту садівництва, м. Умань, 25 жовт. 2021 р.: тези допов. – Умань: УНУС, 2021. – С. 151-152. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27907>
14. Стрижак О. О., Алдошина М. В. Взаємозв'язок сфери туризму та економічного розвитку суспільства // Традиції та інновації харчування туристів: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, 10 жовтня 2019 р.: тези допов. / редкол.: О. І. Черевко [та ін.]. – Харків : ХДУХТ, 2019. – С. 87-90. <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28548>
15. Стрижак О. О., Алдошина М. В. Особливості діяльності туристичних підприємств України // International Scientific Conference "Digital and Innovative Economy: Processes, Strategies, Technologies": Conference Proceedings, January 25th, 2019. Kielce, Poland: Baltija Publishing. – 119-121 pp.
16. Стрижак О. О., Алдошина М. В. Проектування бізнес-процесів туристичного підприємства // Бізнес-Інформ. – 2019. – №3. – С. 170-175. https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-3_0-pages-170_175.pdf
17. Стрижак О. О., Нестеров М. С. Система комунікацій в індустрії туризму: когнітивний підхід та соціально-психологічні аспекти //

Причорноморські економічні студії. - 2025. - №91. - С. 276-282.
http://bses.in.ua/journals/2025/91_2025/48.pdf

18. Стрижак О., Панченко Ю. Інтернет-технології в діяльності сучасного туристичного агентства // Тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції-фестивалю «Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації» (м. Київ, 19-20 травня 2022 р.), К.: Вид. центр КНУКиМ, 2022. - С.264-268.
https://tourlib.net/statti_ukr/stryzhak2.htm

19. Стрижак О., Собакарь А. Вплив пандемії covid-19 на ресторанну галузь // Проблеми, пріоритети та перспективи сталого розвитку в ХХІ столітті: матеріали XVI міжнародної науково-практичної конференції [Електронний ресурс]. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2024. - С. 266-268.
<http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/8086>

20. Стрижак О., Чайковський С. Тенденції та перспективи розвитку міжнародного ділового туризму // Економіка та суспільство. - 2024. - № 60.
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-116>

21. Aldoshyna M., Stryzhak O. Relationship marketing in tourism // Інфраструктура ринку. - 2020. - № 43. - С. 108-113. http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/43_2020_ukr/22.pdf

22. Dekhtyar N., Stryzhak O. Digital technologies in the tourism services // II International Symposium and Workshop of Applied Business Management and Economics Researches, 12-14 May 2022, Bayburt. - p. 49.
<http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27872>

23. Pohuda N., Stryzhak O. The Feasibility of Assessing The Country's Tourism Development Based on the Use of International Indices // International Journal of Hospitality and Tourism Systems. - 2025. - Vol. 18. - Iss. 1. - P. 133-146.
<http://publishingindia.com/ijhts/24/the-feasibility-of-assessing-the-country-tourism-development-based-on-the-use-of-international-indices/32198/87912/>

24. Pugachova M., Stryzhak O. Advertising in restaurant business // Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії і перспективи [Електронне видання]: тези доповідей VII Всеукр. студ. наук. конф. (Київ, 18 березня 2021 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. - Київ : Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2021. - С. 380-383.
<http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27879>

25. Sayar R., Stryzhak O., Ari Y. O. Jeopolitik riskler, turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi: Ukrayna örneği (The relationship between geopolitic risks, tourism and economic growth: the case of Ukraine) // Uluslararası İzmir iktisat kongresi, 12-13 Mart 2021, İzmir. - pp. 5-6. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27906>

26. Stryzhak O. Assessment of the relationship between the tourism sector development and other sectors of economy // Economics of Development (Економіка розвитку). - 2019. - Vol. 2. - 10-18 pp.
<http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27926>

27. Stryzhak O. Tourism and digital technologies: analysis of the relationship // Economic of Development. - 2022. - Vol. 21(2). - P. 42-49.
<https://ecdev.com.ua/uk/journals/t-21-2-2022/turizm-i-tsifrovi-tyekhnologiyi-analiz->

[vzayemozv-yazku](#)

28. Stryzhak O., Ahmedova O., Aldoshyna M. The prospects of the marine and coastal tourism development in Ukraine // International Conference on Sustainability Science and Management: Advanced Technology in Environmental Research (CORECT-IJSS 2019). – 2020. – Vol. 153. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202015303009>

29. Stryzhak O., Akhmedova O., Leonenko N., Lopatchenko I., Hrabar N. Transformation of human capital strategies in the tourism industry under the influence of Economy 4.0 // Problems and Perspectives in Management. – 2021. – Vol. 19. – Is. 2. – P. 145-156. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(2\).2021.12](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(2).2021.12)

30. Stryzhak O., Akhmedova O., Postupna O., Shchepanskiy E., Tiurina D. National Brand, Tourism and Human Development: Analysis of the Relationship and Distribution // Journal of Distribution Science. – 2021. – Vol. 19. – Is. 12. – P. 33-43. <http://koreascience.or.kr/article/JAKO202135154064594.pdf>

31. Stryzhak O., Cibák L., Sidak M., Yermachenko, V. Socio-economic development of tourist destinations: a cross-country analysis // Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR). – 2024. - Vol.11. - No.1. – P. 79-96. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v11i1.1442>

32. Stryzhak O., Pohuda N. Restaurant brand management in wartime // Economics of Development. - 2023. - Vol. 22. - No. 3. – P. 21-31. <https://ecdev.com.ua/uk/journals/t-22-3-2023/upravlinnya-brendom-restoranu-v-umovakh-viyni>

33. Stryzhak O., Sayar R., Ari Y. O. Geopolitical risks, GDP and tourism: an ARDL-ECM cointegration study on Ukraine // CES Working Papers. – 2022. – XIV(1). – pp. 85-113. https://ceswp.uaic.ro/articles/CESWP2022_XIV1_STR.pdf

34. Stryzhak O., Yermachenko V., Cibák L., Sidak M. (2025). Digitalisation of the Tourism Industry and Self-Employment: Challenges of the Gig-Economy // Tourism and Hospitality, 6(1), 4. <https://www.mdpi.com/2673-5768/6/1/4>

35. Tourism and Hospitality in Conditions of Digital Economy: Problems and Perspectives [Electronic resource] : monograph / K. Naumik-Gladka, O. Sushchenko, O. Stryzhak [et al.]; Simon Kuznets Kharkiv national university of economics. — Kharkiv : S. Kuznets KhNUE, 2023. — 233 p. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30157>

Інформаційні ресурси

36. Інформаційний розділ Всесвітньої Туристичної Організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.world-tourism.org.

37. Інформаційний розділ з туризму в Internet. – Режим доступу : www.travel.net.

38. ПНС з навчальної дисципліни «Світовий ринок туристичних послуг». – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6976>