

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ПАРАСА ШЕВЧЕНКА
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ



www.lgtinfo.com.ua

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС
«Методи регіональних досліджень в туризмі»

КИЇВ

УДК 338.483(082)

Сировець С.Ю. Навчально-методичний комплекс «*Методи регіональних досліджень в туризмі*». – Київ: «Альфа-ПК», 2017. – 40 с.

Рекомендовано до друку Вченою радою географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка 19 грудня 2016 р., протокол №5. *Затверджено* Науково-методичною радою географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 1 від «30» січня 2017 р.)

Рецензенти:

Смирнов І.Г., д. геогр. н., проф., проф. кафедри країнознавства та туризму географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Шпарага Т.І., к. геогр. н., доц., доц. кафедри країнознавства та туризму географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Сировець С.Ю. Навчально-методичний комплекс «*Методи регіональних досліджень в туризмі*» для студентів програми підготовки фахівців за науково-освітньою програмою «Туризм». – Київ: «Альфа-ПК», 2017. – 40 с.

УДК 338.483(082)

Зміст

<i>Вступ</i>	4
<i>Тема 1. Поняття про ринок туристичних послуг та його класифікаційні ознаки</i>	5
Завдання для самостійної роботи.....	6
<i>Практична робота № 1. Характеристика стану внутрішнього ринку країни-партнера</i>	10
<i>Тема 2. Принципи сегментації ринку туристичних послуг</i>	11
Завдання для самостійної роботи.....	12
<i>Семінарське заняття № 1. Теоретико-методичні положення дослідження туристичного ринку</i>	14
<i>Практичне заняття № 2. Оцінка туристсько-рекреаційних ресурсів</i>	14
<i>Тема 3. Оцінка ринкового середовища</i>	16
Завдання для самостійної роботи.....	17
<i>Практичні завдання № 3. Туристсько-рекреаційне районування країни-партнера</i>	18
<i>Практичне завдання № 4. Оцінка сфери гостинності країни-партнера</i>	19
<i>Тема 4. Структура та типологія національних туристичних ринків. Геопросторова організація туристичного ринку</i>	21
<i>Семінарське заняття № 2. Геопросторова організація туристичного процесу</i>	22
<i>Практичне заняття № 5-6. Оцінка туристичного процесу і місця країни-партнера у ньому</i>	22
<i>Тема 5. Методика дослідження туристичних ринків різного ієрархічного рівня</i>	24
<i>Семінарське заняття № 3. Методика дослідження туристичних ринків різного рівня, виду та типу</i>	25
<i>Практичні заняття № 7-8. Комплексний аналіз туристичного ринку країни-партнера</i>	25
<i>Практичне заняття № 9. Аналіз туристичного ринку на прикладі країн Африки</i>	26
<i>Тема 6. Маркетингові дослідження туристичного ринку</i>	27
<i>Практичне заняття № 10. Оцінка стану двосторонніх відносин України і країни-партнера</i>	28
<i>Тема 7. Макрорегіональні структури світового туристичного ринку</i>	29
<i>Практичні заняття №№ 11-12-13. Визначення рівня розвитку туристичного ринку України</i>	31
<i>Тема 8. Субрегіональні ринки туристичних послуг</i>	32
<i>Семінарське заняття № 4. Стан та перспективи розвитку туристичного ринку України</i>	32
<i>Тема 9. Національний ринок туристичних послуг України</i>	33
<i>Семінарське заняття № 5. Характеристика туристичного ринку країни та можливості розширення співробітництва</i>	33
Контрольні запитання та завдання.....	34
<i>Перелік питань, які виносяться на іспит</i>	36
<i>Перелік рекомендованої літератури</i>	38

Вступ

Дослідження геопросторової організації функціонування міжнародного туризму ґрунтується на положеннях про туризм як явище суспільного життя та функціонування ринку туристичних послуг як процесу структурного узгодження в часі та просторі попиту на туристичні блага, послуги та товари і їх пропозиції. Опанування функціонування міжнародного туризму на регіональному рівні є науково-практичним завданням, яке ґрунтується на певній методології, що поєднує методи, прийоми, техніку, процедури та операції дослідження в певну ієрархічну систему, метою якої є пошук найоптимальніших шляхів вирішення поставлених завдань. Центральним елементом всієї системи методології є метод. Метод дослідження – це система прийомів збору, обробки, представлення інформації для планомірного і цілеспрямованого вирішення наукових та практичних завдань. Сукупність методів і технологій, їх послідовність та взаємозв'язок складають методику дослідження.

Базовим методом дослідження обраний системно-структурний аналіз, який дозволяє, на підставі аналізу функціонування елементів системи – суб'єктів ринкової діяльності, структурувати ринок туристичних послуг, виявити між-компонентні, територіальні та організаційно-управлінські взаємозв'язки, їх характер, види, форми.

Методика регіональних досліджень міжнародного туризму повинна відповідати сутності туризму як суспільного явища з властивою йому полікомпонентністю, структурованістю, нестрогою ієрархічністю та поліфункціональністю елементів системи. В методиці повинна бути відображена багатоаспектність діяльності в сфері туризму відповідно до специфіки кожної складової індустрії туризму, особливості внутрішньої та міжнародної торгівлі туристичними послугами, характерні риси туристичного споживання відповідно до масштабів дослідження. Саме реалізації зазначеної мети й прислуговує, на нашу думку, обрана система суспільно-географічних методів дослідження.

Завдання даного навчально-методичного комплексу полягає в узагальненні на теоретичному рівні результатів практики туристичної діяльності в усій повноті розуміння туризму як суспільного явища, соціокультурної складової глобалізаційного процесу; у наданні знань з методології наукових досліджень та її застосування для формування теоретико-методологічних засад нового наукового напрямку, з методики наукових досліджень задля формулювання специфічного методу туризмології. *В результаті опрацювання даних матеріалів студент повинен знати:* специфіку туризму як об'єкту наукового дослідження; сутність наукових підходів дослідження; логіку формування наукового напрямку; принципи формування нового знання; *повинен вміти:* застосувати методологічні підходи до дослідження туризму; узагальнити різноманітні знання з практичної туризму і інтерпретувати їх; розробити методику дослідження туризму як суспільного явища. *Місце в структурно-логічній схемі дослідження.* Ринок туристичних послуг розглядається як теоретико-методологічне узагальнення регіонального дослідження міжнародного туризму. Матеріали навчально-методичного комплексу базуються на дисциплінах – «Ринок туристичних послуг», «Методологія наукових досліджень», «Теорія і методологія суспільної географії», «Теорія і практика рекреаційно-туристичного природокористування».

Завдання для самостійної роботи

1. Накресліть схему сфери споживання і позначте місце туристичних послуг

2. Покажіть схематично мультиплікаційні зв'язки туризму і однієї з виробничих галузей

3. Покажіть схематично мультиплікаційні зв'язки туризму і однієї з невиробничих галузей

4. Позначте типи національних туристичних ринків на прикладі країн Європи



Практична робота № 1. Характеристика стану внутрішнього ринку країни-партнера (за вибором студента) _____

Визначити взаємозв'язок між рівнем розвитку туризму та рівнем соціально-економічного розвитку країни

Рівень розвитку туризму	Рівень соціально-економічного розвитку

Завдання для самостійної роботи

1. Накресліть схему впливу об'єктивних та суб'єктивних чинників на формування загального та платоспроможного попиту на туристичні послуги

<i>Загальний попит на туристичні послуги</i>	<i>Платоспроможний попит на туристичні послуги</i>

2. Накресліть схему чинників формування ринку пропозиції

A large empty rectangular box with a thin black border, intended for drawing a diagram. The box is currently blank.

Семінарське заняття № 1

Теоретико-методичні положення дослідження туристичного ринку

1. Поняття про туристичний ринок та його класифікації
2. Сегментація туристичного ринку
3. Характеристика основних споживчих сегментів

Література – 4,5,6,7,8,30,33,38,39,40,44,48,56,58,75,78,82

Практичне заняття № 2. Оцінка туристсько-рекреаційних ресурсів

Інформаційне забезпечення – Internet, довідкова, країнознавча література, картографічний матеріал.

Завдання – скласти в табличній формі банк даних з туристсько-ресурсного забезпечення індустрії туризму країни-партнера.

--

Завдання – нанести на картосхему об'єкти ЮНЕСКО країн Азії



Завдання для самостійної роботи

1. На прикладі країни-партнера складіть схему чинників формування туристичного ринку і поділіть чинники за заданою схемою (п.5 тема 3)

<i>динамічні</i>	<i>інерційні</i>	<i>стимулюючі</i>	<i>гальмуючі</i>	<i>інтенсивні</i>	<i>екстенсивні</i>

Практичні завдання № 3. Туристсько-рекреаційне районування країни-партнера

Завдання – визначити туристсько-рекреаційні райони і провести на картосхемі їх делімітацію.



Практичне завдання №4. Оцінка сфери гостинності країни-партнера

Завдання – визначити та обрахувати показники, які характеризують рівень забезпеченості потужностями готельної бази туристів та рівень розвитку готельної бази, показників територіальної концентрації готельного бізнесу.

Завдання – нанести показники, які характеризують рівень забезпеченості потужностями готельної бази туристів та рівень розвитку готельної бази.



Висновок

Семінарське заняття № 2

Геопросторова організація туристичного процесу

1. Сучасні тенденції на світовому туристичному ринку та їх вплив на регіональні та національні туристичні ринки

2. Зони туристичного попиту, принципи їх формування, особливості функціонування.

3. Елементи територіальної структури глобального туристичного ринку.

4. Взаємозв'язок національних туристичних ринків, їх взаємодія на вищих ієрархічних щаблях

Література – 5,6,7,15,38,44,45,47,48,50,60,67,72,81

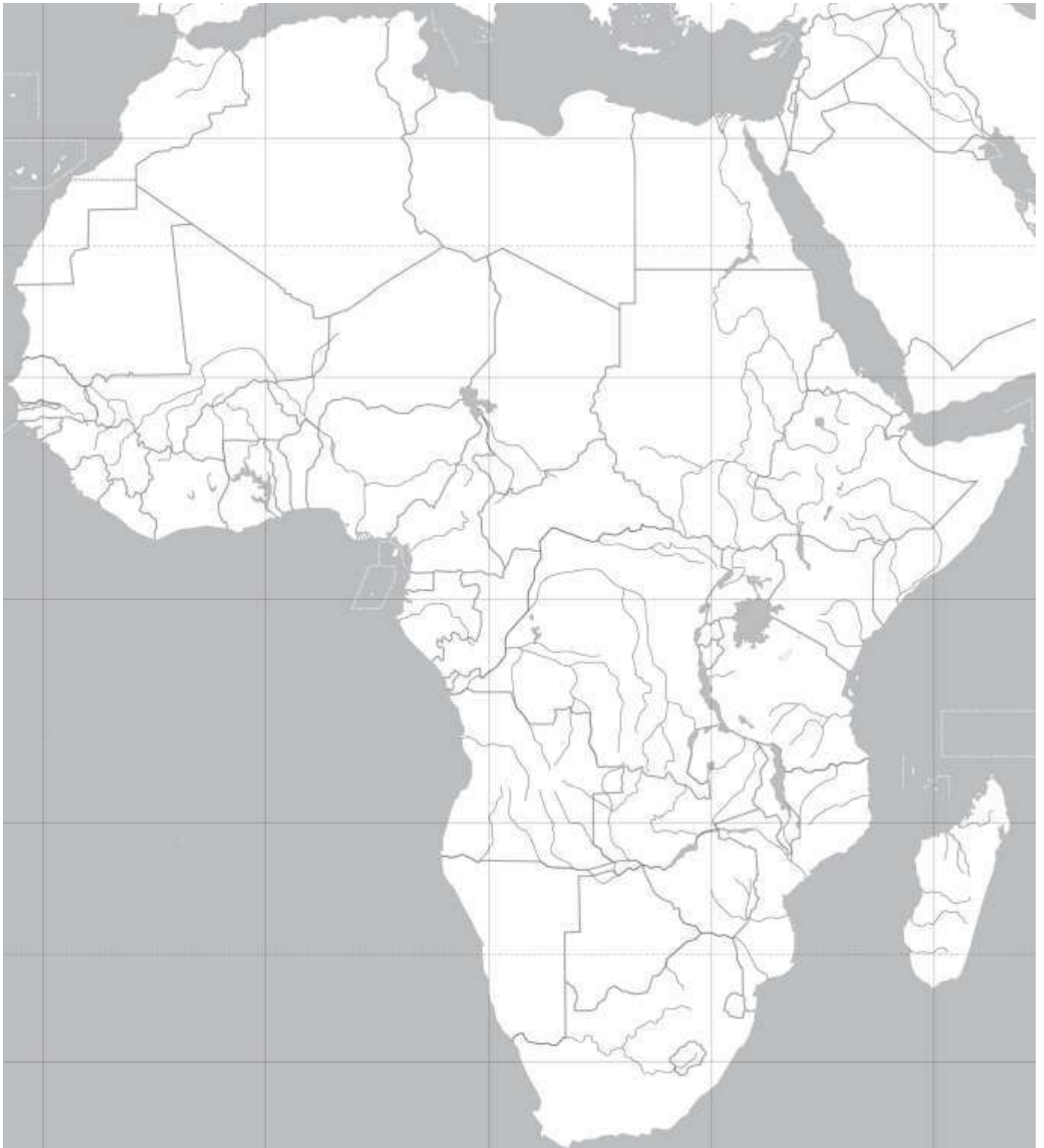
Практичне заняття № 5-6. Оцінка туристичного процесу і місця країни-партнера у ньому

Завдання – визначити місце країни-партнера на ринку туристичних послуг глобального та макрорегіонального рівнів. Встановити основних партнерів країни на міжнародному туристичному ринку в галузі зарубіжного та іноземного туризму. Обґрунтувати показники, які характеризують туристичний процес.

Країна	
Глобальний рівень	Макрорегіональний рівень

Показники, які характеризують туристичний процес

Практичне заняття № 9. Аналіз туристичного ринку на прикладі країн Африки
Завдання: 1. Позначити кількість туристів. 2. Позначити надходження від туризму



Висновок

Завдання – визначити зони туристичного попиту.



Практичні заняття №№ 11-12-13. Визначення рівня розвитку туристичного ринку України

Завдання – дати комплексну характеристику рівня розвитку туристичного ринку в Україні, його сформованості. Навести основні ринкові структури і визначити їх роль у функціонуванні ринку.

Перелік питань, які виносяться на іспит

1. Специфічні ознаки формування туристичного ринку.
2. Місце ринку туристичних послуг в світогосподарській системі.
3. Критерії стратифікації ринку туристичних послуг за: видами та формами туризму; за масштабами тощо.
4. Умови та чинники формування попиту на туристичні послуги.
5. Класифікація чинників: стимулюючі, стабілізуючі, лімітуючі.
6. Специфічні ознаки попиту.
7. Сегментація ринку споживача за об'єктивними та суб'єктивними ознаками
8. Характеристика основних споживацьких сегментів.
9. Пропозиція на ринку туристичних послуг, її характерні риси.
10. Сегментація ринку виробника.
11. Характеристика основним споживчих ринків
12. Ринок масового туризму,
13. Ринок нестандартного та елітарного туризму.
14. Загальна характеристика: ринок товарів, ринок праці, ринок капіталу, ринок послуг.
15. Зовнішнє середовище функціонування ринку туристичних послуг.
16. Внутрішнє середовище функціонування ринку.
17. Ознаки сформованості ринків різного рангу.
18. Чинники формування національного туристичного ринку: динамічні та інерційні, стимулюючі та гальмуючі, інтенсивні та екстенсивні тощо
19. Типологічні ознаки національних туристичних ринків.
20. Характеристика типів: ринки високоінтенсивні, стабілізовані, реформовані, акумулюючі.
21. Структури туристичного ринку.
22. Територіальна організація індустрії туризму та її елементи.
23. Структурно-логічна схема дослідження.
24. Загальнонаукові, міждисциплінарні та спеціальні методи дослідження.
25. Методика макрорегіональних досліджень.
26. Специфіка дослідження національного туристичного ринку.
27. Методика геомаркетингового аналізу ринку туристичного підприємства
28. Сегментація туристичного ринку за відповідними ознаками.
29. Комплексна оцінка ринку туристичних послуг.
30. Оцінка попиту.
31. Оцінка пропозиції.
32. Оцінка конкурентного середовища.
33. Опорний каркас світового туристичного ринку, його елементи і механізм функціонування.
34. Зони туристичного попиту.
35. Макрорегіональні ринки туристичних послуг (за ВТО): Європа, Америка, країни Східної Азії та Тихоокеанського басейну, Африка, Близький Схід, Південна Азія
36. Принципи формування субрегіональних туристичних ринків.

37. Субрегіональні туристичні ринки, побудовані за ресурсним принципом: а) море-ресурсні (Середземноморря, Чорноморря, Балтійський, Карибський, Південно-Східний тощо); горо-ресурсні (Альпійський, Балканський, судетський, Карпатський, Кавказський, Східносибірський, Гімалайський, Паміро-Алайський та інші); бальнеоресурсні (на основі мінеральних джерел, соляних шахт тощо).
38. Країноцентричний принцип формування субринків: його переваги та недоліки
39. Умови формування національного ринку.
40. Оцінка середовища ринкової діяльності.
41. Сегментація національного ринку: за видами та формами, за напрямками.
42. Формування місцевих ринків.
43. Ознаки попиту, його характеристика.
44. Ознаки пропозиції, її характерні риси.
45. Оцінка конкурентного середовища (за основними сегментами).
46. Оцінка конкурентних позицій України на субрегіональному туристичному ринку.
47. Тенденції розвитку та напрямки удосконалення організації туристичного ринку країни.

Перелік рекомендованої літератури

Основна література:

1. Басюк Д.І. Основи туризмології, Навч.посібник.- Кам'янець-Подільський, «Аксіома», 2005.-204 с.
2. Геренчук К.І., Раковська Е.М., Топчієв О.Г. Польові географічні дослідження.- К.:вид.об'єдн.»Вища шк..», 1975.-248 с.
3. Дзенис З.Е. Методология и методика социально-экономгеографических исследований.-Рига, Зинатис, 1980.-262 с.
4. Добров Г.М. Наука о науке. Введение в общее наукознание.-К.: Наукова думка, 1966.-304 с.
5. Крачило Н.П. Основы туризмования.- К.: Вища школа, головное изд-во, 1980.-120 с.
6. Леонов Атлас науки.-Харьков:ООФНТ,2007.-228 с.
7. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти).- К.:”Альтерпрес”, 2002.- 436 с.
8. Любіцева О.О., Бабарицька В.К. Туризмознавство: вступ до фаху.- К.:ВЦ»Київський ун-т», 2008.-335 с.
9. Методологические вопросы науковедения /под ред. В.И.Оноприенко.- К.:УкрИНТЭИ, 2001.-332с.
- 10.Олійник Я.Б., Степаненко А.В. Теоретичні основи туризмології.Навч.посібник.- К.:Ніка-Центр, 2005.-316 с.
- 11.Пазенок В.С. Туризмологія: методологія формування теоретичних засад /Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія.-К, 1999
- 12.Пістун М.Д. Основи теорії суспільної географії: Навч.посібник.-К: Вища шк.., 1996.-231 с.
- 13.Топчієв О.Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики: Навч.посібник.-Одеса: Астропринт, 2005.-632 с.
- 14.Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму. Науково-практичне вид.- К.:КУТЕП, 2008.-825с.
- 15.Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії. Підручник.- Львів:Видав.центр ЛНУ ім..Івана Франка, 2003.-444 с.

Додаткова література:

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія.-К.:ВПЦ»Київський університет», 2001.-395с.
2. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення тур продукту.Навч.посіб.-К.:»Альтерпрес», 2004.-288с.
3. Джеймс П., Мартин Дж. Все возможные миры.История географических идей: Пер. с англ. /Под ред. А.Г.Исаченко.-М.: Прогресс, 1988.-672 с.
4. Душков Б.А. География и психология. Подход к проблемам.-М.:Мысль, 1987.-285с.
5. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник.-К.:Знання, 2008.-661 с.

6. Мороз С.А. Історія біосфери Землі: У 2 кн. Кн. 1: Теоретико-методологічні засади пізнання. Навч.посібник.-К.:Заповіт, 1996.-440 с.
7. Мукитанов Н.К. От Страбона до наших дней: (Эволюция географических представлений и идей).-М.:Мысль, 1985.-237 с.
8. Основні тематичні напрями туристично-екскурсійних маршрутів України.-К.:2006.-192
9. Пазенок В.С., Федорченко В.К. Філософія туризму: Навч.посіб.-К.:Кондор, 2004.-268с.
- 10.Педагогіка туризму. Навч.пос./за ред.. проф..В.К.Федорченка, проф..Фоменко Н.А., доц.. Скрипник М.І., доц.. Цехмістрової Г.С./.-К.:, Видав. Дім «Слово», 2004.-296с.
- 11.Пістун М.Д. Основи теорії суспільної географії.:Навч.посіб.-К.:Вища шк., 1996.-231с.Топчієв О.Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики: Навч.посіб.-Одеса: Астропринт, 2005.-632с.
- 12.Проблеми географії та менеджменту туризму: Монографія./Явкін В.Г., Руденко В.П., Король О.Д. та ін.-Чернівці:Рута, 2006.-260с.
- 13.Рутинський М.Й. Замковий туризм в Україні. Географія пам'яток фортифікаційного зодчества та перспективи їх туристичного відродження: Навч.посіб.-К.:Центр учбової літератури, 2007.-432с.
- 14.Сальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу.Навч.посіб.-Львів:ВЦ ЛНУ ім.Івана Франка, 2003.-360с.
- 15.Саушкин Ю.Г. Географическая наука в прошлом, настоящем будущем: Пособие для учителей.-М.:Просвещение, 1980.-269 с.
- 16.Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: Підручник.-К.:Грамота, 2006.-264с.
- 17.Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні. Практичний посібник./За ред.. В.Рінова.-К.:, 2006.-176с.
- 18.Теория и методология географической науки: учеб.пос./М.М.Голубчик и др. – М.:Гуманитар.изд.центр ВЛАДОС, 2005.-463с.
- 19.Устименко Л.М., Афанасьєв І.Ю. Історія туризму: Навч.посіб.-К.:»Альтерпрес», 2005.-320с.
- 20.Фастовець О.О. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів. Навч.посіб.-К.:Музична Україна, 2003.-190с.
- 21.Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навч.посіб.-К.:Вища шк., 2002.-195с.
- 22.Федорченко В.К., Мініч І.М. Туристський словник-довідник.-К.:»Дніпро», 2000.-160с.
- 23.Холловой Дж.К., Тейлор Н. Туристический бизнес: Пер. С 7-го англ.изд.-К.:Знання,2007.-798с.
- 24.Чагайда І.М., Грибанова С.В. Екскурсоведство.Навч.посіб.-К.:2004.-240с.
- 25.Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії. Підручник.-Львів, Видав.центр ЛНУ ім.Івана Франка, 2003.-444с.

Наукова література

Сировець С.Ю. Навчально-методичний комплекс *«Методи регіональних досліджень в туризмі»*. – Київ: «Альфа-ПК» 2017. – 40 с.

Завдання даного навчально-методичного комплексу полягає в узагальненні на теоретичному рівні результатів практики туристичної діяльності в усій повноті розуміння туризму як суспільного явища, соціокультурної складової глобалізаційного процесу; у наданні знань з методології наукових досліджень та її застосування для формування теоретико-методологічних засад нового наукового напрямку, з методики наукових досліджень задля формулювання специфічного методу туризмології.

Лабораторія геоінформації та туризму
кафедри країнознавства та туризму
географічного факультету
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Київ, проспект Глушкова, 2, к.318

Підписано до друку 20.06.2017. Формат 60x90/16 Папір офс.
Гарнітура Times New Roman. Друк офсетний. Ум. – друк. арк. 0.74.
Обл.- вид. арк. 0.8. Наклад 100. Замовлення № СФ-0000006

Видавництво ТОВ «Альфа-ПК», м. Київ, вул. Антоновича 125А
Свідоцтво про реєстрацію ДК 1806