

**Г.О. Горіна**

# **Ринок туристичних послуг**

**Навчальний посібник**

**Видавництво «Магнолія 2006»  
Львів**

УДК 338.487 (075)  
Г 67

*Рекомендовано до видання Вченою радою Донецького національного  
університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*

**Рецензенти:**

*Журба І.Є.* – д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародної інформації та  
країнознавства Хмельницького національного університету  
*Роскладка Н.О.* - д.е.н., професор кафедри туризму та рекреації Київського  
національного торговельно-економічного університету  
*Труніна І.М.* - д.е.н., професор, завідувач кафедри туризму Кременчуцького  
національного університету імені Михайла Остроградського

**Горіна Г.О.**

**Г 67** Ринок туристичних послуг [Текст] : навч. посібник. / Г.О. Горіна.  
– Львів: «Магнолія 2006» – 180 с.  
ISBN 978-617-574-144-3

«Магнолія 2006»

У навчальному посібнику розглядаються питання, пов'язані з розкриттям сутності, класифікаційних критеріїв та специфічних ознак туристичних послуг; дослідженням змісту, суміжних понять, підходів до сегментації та диференціації ринку туристичних послуг; представленням типології та системної взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг; обґрунтуванням організаційно-економічного забезпечення розвитку ринку туристичних послуг; розглядом методологічної основи статистики туризму; висвітленням сучасних тенденцій розвитку туристичного ринку; наведенням теоретичних засад та детермінант формування просторової поляризації ринку туристичних послуг.

Призначено для здобувачів вищої освіти, аспірантів, викладачів, спеціалістів сфери туризму та рекреацій.

ISBN 978-617-574-144-3

© Г.О. Горіна  
© «Магнолія 2006»

# ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 1 Сутність, класифікаційні критерії та специфічні ознаки туристичних послуг</b>	<b>8</b>
1.1. Сутність поняття, загальні та специфічні властивості послуг....	8
1.2. Специфічні ознаки та відмінності туристичної послуги та туристичного продукту.....	10
1.3. Класифікаційні критерії та характерні особливості туристичних послуг.....	13
<i>Питання для самоконтролю.....</i>	<i>18</i>
<i>Тестові завдання.....</i>	<i>18</i>
<i>Кейси для обговорення, практичні завдання.....</i>	<i>21</i>
<i>Список використаних джерел.....</i>	<i>23</i>
<b>РОЗДІЛ 2 Зміст, суміжні поняття, підходи до сегментації та диференціації ринку туристичних послуг</b>	<b>27</b>
2.1. Суміжні та дотичні поняття економічної категорії «ринок туристичних послуг»	27
2.2. Підходи до визначення сутності поняття «ринок туристичних послуг»	30
2.3. Підходи до сегментації та диференціації ринку туристичних послуг	32
2.3.1. Групування теоретичних підходів до сегментації та диференціації ринку туристичних послуг	32
2.3.2. Сегментація та диференціація ринку туристичних послуг за співвідношенням попиту і пропозиції	34
2.3.3. Сегментація та диференціація ринку туристичних послуг за просторово-територіальною ознакою	35
<i>Питання для самоконтролю.....</i>	<i>42</i>
<i>Тестові завдання.....</i>	<i>43</i>
<i>Кейси для обговорення, практичні завдання.....</i>	<i>47</i>
<i>Список використаних джерел.....</i>	<i>49</i>
<b>РОЗДІЛ 3 Типологія та системна взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг</b>	<b>51</b>
3.1. Сутність і класифікація суб'єктів ринку туристичних послуг	51
3.2. Модель взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг	56
<i>Питання для самоконтролю.....</i>	<i>58</i>
<i>Тестові завдання.....</i>	<i>59</i>
<i>Кейси для обговорення, практичні завдання.....</i>	<i>63</i>
<i>Список використаних джерел.....</i>	<i>69</i>

<b>РОЗДІЛ 4 Організаційно-економічне забезпечення розвитку ринку туристичних послуг</b>	<b>70</b>
4.1. Стадії розвитку ринку туристичних послуг	70
4.2. Закони та специфічні властивості розвитку ринку туристичних послуг	72
4.3. Ринко-формуючі фактори та специфічні загрози і ризики розвитку ринку туристичних послуг	75
4.4. Управління розвитком ринку туристичних послуг: теоретичний аспект	77
<i>Питання для самоконтролю</i> .....	<b>80</b>
<i>Тестові завдання</i> .....	<b>81</b>
<i>Кейси для обговорення, практичні завдання</i> .....	<b>86</b>
<i>Список використаних джерел</i> .....	<b>92</b>
<b>РОЗДІЛ 5 Статистика ринку туристичних послуг</b>	<b>94</b>
5.1. Методологічна основа дослідження статистики туризму	94
5.2. Соціально-економічні показники розвитку ринку туристичних послуг	95
5.3. Показники зовнішньої торгівлі туристичними послугами	98
<i>Питання для самоконтролю</i> .....	<b>99</b>
<i>Тестові завдання</i> .....	<b>100</b>
<i>Кейси для обговорення, практичні завдання</i> .....	<b>103</b>
<i>Список використаних джерел</i> .....	<b>105</b>
<b>РОЗДІЛ 6 Сучасні тенденції розвитку ринку туристичних послуг</b>	<b>106</b>
6.1. Просторова поляризація та дифузія, глобалізація туризму та інтеграція ринків туристичних послуг	106
6.2. Транснаціоналізаційні процеси ринку туристичних послуг	107
6.3. Поширення сталого розвитку туризму	113
6.4. Кластерізація	117
6.5. Посилення конкурентного суперництва	118
<i>Питання для самоконтролю</i> .....	<b>123</b>
<i>Тестові завдання</i> .....	<b>124</b>
<i>Кейси для обговорення, практичні завдання</i> .....	<b>128</b>
<i>Список використаних джерел</i> .....	<b>133</b>
<b>РОЗДІЛ 7 Просторова поляризація ринку туристичних послуг</b>	<b>137</b>
7.1. Теоретичні засади феномену просторової поляризації	137
7.2. Сутність та моделі просторової поляризації ринку туристичних послуг	143
7.3. Детермінанти формування просторової поляризації ринку туристичних послуг	148
<i>Питання для самоконтролю</i> .....	<b>152</b>
<i>Тестові завдання</i> .....	<b>153</b>

<i>Кейси для обговорення, практичні завдання.....</i>	<b>157</b>
<i>Список використаних джерел.....</i>	<b>158</b>
<b>ГЛОСАРІЙ</b>	<b>161</b>
<b>ДОДАТКИ</b>	<b>167</b>
Додаток А. Співвідношення розширеного переліку характерних туристських товарів та послуг до відповідних видів економічної діяльності згідно з СКП-2011 та ДК 009:2010	<b>168</b>
Додаток Б. Глобальні цілі сталого розвитку	<b>173</b>
Додаток В.	
<i>Рисунок В.1.</i> Розподіл країн світу за міжнародними туристичними прибуттями	<b>174</b>
<i>Рисунок В.2.</i> Розподіл країн світу за надходженнями від туризм	<b>175</b>
<i>Рисунок В.3.</i> Розподіл країн світу за внеском туризму до ВВП	<b>176</b>
<i>Рисунок В.4.</i> Розподіл країн світу за кількістю зайнятого населення в туризмі	<b>177</b>
<i>Рисунок В.5.</i> Розподіл країн світу за експортом туристичних послуг	<b>178</b>
<i>Рисунок В.6.</i> Розподіл країн світу за імпортом туристичних послуг	<b>179</b>

## ПЕРЕДМОВА

Будучи складовою світового господарства, ринок туристичних послуг безпосередньо залежний від дії і впливу основних світових господарських законів, закономірностей та їх специфічних проявів у сфері туризму. При цьому туристичний ринок як відкрита функціонально-галузева система зазнає на собі впливу усіх глобалізаційних процесів, притаманних сучасному етапові розвитку світової економіки. У зв'язку з цим, розвиток національного ринку туристичних послуг в умовах інтеграції до світового туристичного простору вимагає системного обліку і аналізу основних тенденцій розвитку міжнародного туризму, серед яких: глобалізація світового туристичного господарства, диверсифікація туристичного попиту і пропозиції, просторова поляризація світового туристичного ринку, перехід від природно-ресурсної до інвестиційно-інноваційної стадії розвитку туризму. Все це зумовлює особливу актуальність вивчення дисципліни «Ринок туристичної послуг» студентами спеціальностей «Туризм», «Готельно-ресторанна справа».

Основна мета дисципліни «Ринок туристичних послуг» полягає у формуванні у студентів базових знань та навичок з теоретичних засад та практичних умінь аналізу закономірностей, факторів та тенденцій розвитку ринку туристичних послуг, набуття навиків управління ним.

Завданнями дисципліни «Ринок туристичних послуг» є вивчення теоретико-методологічних засад розвитку ринку туристичних послуг; оволодіння навичками щодо визначення кон'юнктури та сучасних трендів розвитку туристичного ринку; оволодіння методами діагностики стану та особливостей розвитку світового і національного ринків туристичних послуг; дослідження системної взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг; вивчення імперативів розвитку ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації.

Навчальний посібник складається з семи розділів.

У першому розділі «Сутність, класифікаційні критерії та специфічні ознаки туристичних послуг» увага приділяється розкриттю сутності поняття, загальних та специфічних властивостей послуг, розглядаються специфічні

ознаки та відмінності туристичної послуги та туристичного продукту, наводяться класифікаційні критерії та характерні особливості туристичних послуг.

У другому розділі «Зміст, суміжні поняття, підходи до сегментації та диференціації ринку туристичних послуг» представлені суміжні та дотичні поняття економічної категорії «ринок туристичних послуг», досліджено підходи до визначення сутності поняття «ринок туристичних послуг», а також охарактеризовано підходи до сегментації та диференціації ринку туристичних послуг.

У третьому розділі «Типологія та системна взаємодія суб'єктів ринку туристичних послуг» розкривається сутність та надається класифікація суб'єктів ринку туристичних послуг, пропонується модель взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг.

У четвертому розділі «Організаційно-економічне забезпечення розвитку ринку туристичних послуг» досліджено стадії розвитку ринку туристичних послуг, охарактеризовано закони та специфічні властивості розвитку ринку туристичних послуг, розглянуто ринко-формуючі фактори, специфічні загрози і ризики розвитку ринку туристичних послуг, обґрунтовано теоретичний аспект управління розвитком ринку туристичних послуг.

У п'ятому розділі «Статистика ринку туристичних послуг» розглянуто методологічну основу дослідження статистики туризму, представлено соціально-економічні показники розвитку ринку туристичних послуг та показники зовнішньої торгівлі туристичними послугами.

У шостому розділі «Сучасні тенденції розвитку ринку туристичних послуг» розглянуто просторову поляризацію, дифузію, глобалізацію туризму та інтеграційні процеси ринків туристичних послуг, охарактеризовано транснаціоналізаційні процеси ринку туристичних послуг, процеси поширення сталого розвитку туризму та посилення конкурентного суперництва.

У сьомому розділі «Просторова поляризація ринку туристичних послуг» наведено теоретичні засади феномену просторової поляризації, охарактеризовано сутність та моделі просторової поляризації ринку туристичних послуг, розглянуто детермінанти формування просторової поляризації ринку туристичних послуг.

Кожен розділ навчального посібника супроводжується питаннями для самоконтролю, задачами або ситуаційними вправами, переліком літератури. У навчальному посібнику представлено глосарій та тестові завдання з кожної теми для самостійного контролю рівня отриманих знань.

**Навчальне видання**

*Горіна Ганна Олександрівна*

# **РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

**Навчальний посібник**

Формат паперу 60x84/16.  
Папір офсетний.  
Гарнітура Times New Roman  
Ум. друк. арк. 10,46.

ПП «Магнолія 2006»  
м. Львів-53, Україна, тел: (050) 370-19-57  
e-mail: magnol06@ukr.net

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
До Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів  
видавничої продукції: серія ДК № 2534 від 21.06.2006 року,  
видане Державним комітетом інформаційної політики,  
телебачення та радіомовлення України

Надруковано у друкарні видавництва «Магнолія 2006»