

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університеті мені Івана Огієнка
Природничо-економічний факультет
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до виконання практичних занять та самостійної роботи
з навчальної дисципліни «Регіональний ринок туристично-рекреаційних
послуг»
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
за освітньою програмою «Туризм та індустрія гостинності» спеціальності ІЗ
«Туризм та рекреація» денної форми навчання

Кам'янець-Подільський, 2025

Методичні рекомендації до виконання практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Регіональний ринок туристично-рекреаційних послуг» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньою програмою «Туризм та індустрія гостинності» спеціальності ІЗ «Туризм та рекреація» денної форми навчання. [Електронне видання] / Марусей Т.В. Кам'янець-Подільський : К-ПНУ, 2025. 82 с.

Укладач:

Марусей Т.В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Рецензенти:

Лисак В.Ю., кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Покотильська Н.В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту організацій і адміністрування Закладу вищої освіти «Подільський державний університет»

Бичок Н.І., начальник відділу освіти, культури, туризму, молоді та спорту Староушицької селищної ради

Методичні рекомендації до виконання практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Регіональний ринок туристично-рекреаційних послуг» призначені для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньою програмою «Туризм та індустрія гостинності» спеціальності ІЗ «Туризм та рекреація». Їх мета полягає у наданні студентам чіткого алгоритму виконання практичних завдань; формуванні системи знань щодо специфіки функціонування та розвитку регіональних ринків туристично-рекреаційних послуг; розвитку навичок самостійного аналізу туристично-рекреаційного потенціалу регіонів, оцінки ефективності управлінських рішень та розробки практичних рекомендацій; забезпеченні інтеграції теоретичної підготовки з практичною діяльністю в умовах сучасного туристичного ринку; підвищенні рівня професійної компетентності майбутніх фахівців сфери туризму та індустрії гостинності. Методичні вказівки допомагають студентам орієнтуватися у змісті дисципліни, забезпечують поетапне засвоєння навчального матеріалу та сприяють формуванню умінь застосовувати набуті знання у практичній діяльності.

Затверджено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Протокол № 11а від «30» червня 2025 року.

Завідувач кафедри

Вероніка БУТОРІНА

ВСТУП

Метою вивчення навчальної дисципліни «Регіональний ринок туристично-рекреаційних послуг» є формування у здобувачів знань та вмінь щодо функціонування та розвитку регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг, аналізу та оцінки його туристичного потенціалу, підготовка конкурентоспроможних, висококваліфікованих фахівців, здатних вирішувати завдання інноваційного та дослідницького характеру.

Вона є одним з обов'язкових курсів програми підготовки фахівців за спеціальністю ІЗ «Туризм та рекреація» освітньо-професійної програми «Туризм та індустрія гостинності» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти і займає чільне місце в циклі дисциплін, що покращують професійну підготовку фахівців у сфері туризму і рекреації.

Відповідно до освітньо-професійної програми «Туризм та індустрія гостинності», вивчення навчальної дисципліни «Регіональний ринок туристично-рекреаційних послуг» сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

Інтегральна компетентність. Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації.

Загальні компетентності:

ЗК 01. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК 02. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.

ЗК 07. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (СК):

СК 02. Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації.

СК 03. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

СК 04. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду.

СК 06. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.

СК 07. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

СК 08. Здатність створювати, реалізовувати та ефективно просувати туристичні продукти й послуги регіонального рівня у галузі туризму та гостинності в умовах змін.

Відповідно до освітньої програми «Туризм та індустрія гостинності», вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

ПРН 02. Спеціалізовані уміння/навички розв’язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.

ПРН 04. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проєктувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.

ПРН 05. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

ПРН 06. Аналізувати та оцінювати діяльність суб’єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

ПРН 07. Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб’єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

ПРН 12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях.

ПРН 13. Розробляти та впроваджувати продукти і послуги у галузі туризму та гостинності, враховуючи специфіку регіонального туристично-рекреаційного потенціалу в умовах змін.

Практична робота №1

Тема. Наукові основи дослідження регіональних ринків туристично-рекреаційних послуг

Мета роботи: ознайомитися з науковими підходами до дослідження регіональних ринків туристично-рекреаційних послуг, простежити їхнє становлення та генезис, засвоїти основні методологічні інструменти формування ринку.

План

1. Становлення регіональних ринків туристично-рекреаційних послуг.
2. Генезис формування регіональних ринків туристично-рекреаційних послуг.
3. Методологія формування регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг

Завдання:

Завдання 1. Подайте визначення ключових понять у сфері туризму: *туристичний продукт, туроператор, турагент, туристичні ресурси, туристична індустрія, туристські послуги, туристична інфраструктура, туристичні дестинації, туристичні кластери.*

Завдання 2. В процесі обговорення охарактеризуйте основні риси виробників, постачальників та споживачів туристичних послуг.

Завдання 3. Створіть схему туристичного продукту та його складових. Визначте:

- скільки послуг має входити до складу турпродукту;
- які види послуг можуть його формувати;
- чи є тотожними поняття «тур» і «туристичний продукт».

Завдання 4. (доповнити індивідуальним викладачем завданням відповідно до теми).

Завдання 5. Складіть класифікацію туристичного продукту за різними критеріями.

Завдання 6. Визначте відмінності між пакет-туром (package tour) та інклюзив-туром (inclusive tour).

Завдання 7. Дайте відповідь на запитання:

- Що є предметом обміну на туристичному ринку?
- Що таке туристична послуга та які її особливості?

- Які ознаки притаманні туристським послугам?
- Наведіть приклади *основних* і *супутніх* туристичних послуг.

Завдання 8. Подайте **критерії класифікації турів** та проілюструйте їх прикладами.

Завдання 9. Наведіть приклади **туроператорів масового ринку** та **спеціалізованих туроператорів**.

Завдання 10. Визначте, які **спеціалізовані підприємства** входять до складу туристичної індустрії.

Завдання 11. Дайте відповідь на запитання:

- На основі чого функціонує туристичний ринок?
- Доповніть твердження та запишіть закони попиту і пропозиції:
 - Закон пропозиції свідчить, що обсяг пропозиції турпродукту зростає при _____ ціні і зменшується при _____ ціні.
 - Закон попиту: _____ ціна обмежує попит, _____ ціни, як правило, супроводжується зростанням попиту.

Завдання 12. Побудуйте схему складових туристичної пропозиції.

Завдання 13. У формі **таблиці** подайте характеристику особливостей туристичного попиту, використавши такі тези:

- залежність попиту від тривалості відпусток, святкових і вихідних днів, відряджень;
- мотивація (відпочинок, нові враження, професійні інтереси, релігійні подорожі);
- динамічність попиту відповідно до розвитку суспільства;
- орієнтація на сімейний відпочинок у літній період;
- поєднання професійної діяльності з культурно-пізнавальним відпочинком у рамках ділового туризму.

Практичні завдання

1. **Порівняльне завдання.** Порівняйте етапи розвитку туризму у двох різних регіонах України (наприклад, Поділля та Карпати). Які спільні риси та відмінності Ви виявили?

2. **Методологічне завдання.** Обґрунтуйте, який підхід (системний, маркетинговий, кластерний, ресурсний чи інноваційний) є найбільш ефективним для розвитку туризму у Вашій області.

3. **Практичний кейс.** «Вікенд-тури для міських жителів» Турфірма пропонує дводенні тури вихідного дня з Києва у Кам'янець-Подільський.

- Хто буде основною цільовою аудиторією цих турів?
- Які маркетингові інструменти слід використати для їх просування?

Питання для самостійного опрацювання

1. Які фактори впливають на становлення регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг?
2. Назвіть основні етапи генезису регіональних ринків туризму в Україні.
3. Чим відрізняється генезис туризму у радянський період від сучасного етапу?
4. У чому полягає сутність системного та маркетингового підходів у дослідженні туристичного ринку?
5. Які методи аналізу використовують у дослідженні туристичних ринків?

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. Що таке регіональний ринок туристично-рекреаційних послуг?

- а) Місце для реалізації путівок
- б) Сукупність економічних відносин у межах території щодо туристичних послуг
- в) Організація, що регулює туризм у регіоні
- г) Лише система розміщення туристів

2. Який із наведених чинників належить до природних умов формування ТРП?

- а) Рівень доходу населення
- б) Кліматичні ресурси
- в) Законодавство держави
- г) Діяльність тур агентів

3. Який етап розвитку ТРП пов'язаний з формуванням курортів?

- а) Доіндустріальний
- б) Індустріальний
- в) Цифровий

г) Глобалізаційний

4. Що таке сегментація туристичного ринку?

- а) Створення реклами
- б) Визначення ціни туру
- в) Поділ споживачів на групи за ознаками
- г) Моніторинг прибутків

5. Який сегмент туристів обирає короткочасні подорожі вихідного дня?

- а) Пенсіонери
- б) Міські активні молоді люди
- в) Іноземці
- г) Паломники

6. Що означає диференціація ринку ТРП?

- а) Уніфікація послуг
- б) Створення унікальних продуктів під різні потреби
- в) Зниження цін
- г) Заборона конкуренції

Практична робота №2

Тема. Геопросторова організація туристичного процесу

Мета роботи: ознайомити студентів з науковими основами геопросторової організації туристичного процесу, розкрити особливості становлення та сегментації регіональних ринків туристичних послуг, розглянути класифікацію туристичних послуг і визначити перспективи розвитку крафтового туризму як нової форми туристичної активності.

План

1. Суть та передумови становлення та сегментації регіональних ринків туристичних послуг
2. Загальна характеристика та класифікація туристичних послуг
3. Крафтовий туризм Подністер'я та інших регіонів

Завдання:

Завдання 1.

Скласти **таблицю тлумачень основних понять:**

- геопросторова організація туризму,
- туристичні послуги,
- сегментація ринку,
- крафтовий туризм,
- туристична локалізація,
- туристична дестинація.

Завдання 2.

Побудувати **схему «Геопросторова організація туристичного процесу»**, де відобразити взаємозв'язок:

- туристичного попиту,
- пропозиції,
- транспортної доступності,
- ресурсної бази,
- туристичної інфраструктури.

Завдання 3.

Скласти **класифікацію туристичних послуг** у вигляді таблиці за такими критеріями:

- за функціональним призначенням,
- за способом надання,
- за участю у формуванні туристичного продукту,
- за категоріями споживачів.

Завдання 4.

Проаналізувати приклади **крафтових туристичних продуктів** у своєму регіоні (сири, вина, мед, ремісничі вироби, гастрономічні фестивалі).

- Визначити їх роль у розвитку туристичної привабливості території.
- Які фактори сприяють розвитку крафтового туризму?
- Які бар'єри гальмують його поширення?

Кейс для обговорення:

Ситуація:

У Хмельницькій області активно розвивається крафтове виробництво (сир, мед, вино, кераміка). У регіоні діють агрооселі та етнофестивалі. Постає завдання інтегрувати крафтові продукти в туристичний процес.

Питання:

1. Як організувати туристичний маршрут з акцентом на крафтовий туризм?
2. Які категорії туристів найбільше зацікавлені в такому продукті?
3. Як крафтовий туризм впливає на регіональну економіку та зайнятість населення?

Завдання для самостійного опрацювання:

1. Визначити приклади геопросторових моделей організації туризму (концентрична, кластерна, мережна).
2. Проаналізувати відмінності між масовим і крафтовим туризмом.
3. Скласти SWOT-аналіз крафтового туризму у своєму регіоні.
4. Підготувати міні-презентацію «Крафтовий туризм як бренд регіону».

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. Який чинник є базовим для формування регіонального ринку туристичних послуг?

- а) Рівень розвитку міжнародних корпорацій
- б) Природно-ресурсний та культурно-історичний потенціал регіону
- в) Державна політика у сфері освіти
- г) Стан транспортного машинобудування

2. Що розуміють під геопросторовою організацією туризму?

- а) Формування туристичних маршрутів виключно у великих містах
- б) Впорядкування діяльності туристичних агенцій у межах держави
- в) Систему територіального розміщення та взаємодії туристичних ресурсів,

послуг і потоків

г) Розвиток лише міжнародного туризму

3. Основна мета сегментації регіональних ринків туристичних послуг полягає у:

а) Зменшенні пропозиції турпродукту

б) Визначенні однорідних груп споживачів для ефективного задоволення їхніх потреб

в) Максимізації державного регулювання

г) Усуненні конкуренції між підприємствами

4. До соціально-економічних передумов становлення туристичного ринку належить:

а) Геологічна будова території

б) Типи клімату

в) Рівень доходів населення і структура вільного часу

г) Розмаїття флори і фауни

5. Що є головним елементом туристично-рекреаційної послуги?

а) Матеріальний товар

б) Задоволення рекреаційних і пізнавальних потреб туриста

в) Державна ліцензія

г) Інвестиційний проєкт

6. До рекреаційних послуг належить:

а) Банківське обслуговування

б) Страхування вантажів

в) Організація відпочинку, лікування, оздоровлення населення

г) Продаж нерухомості

Практична робота №3

Тема. Сталий розвиток туристично-рекреаційного ринку: реалії та перспективи

Мета роботи: закріпити знання студентів щодо концепції сталого розвитку та її реалізації у сфері туризму й рекреації, розвинути навички аналізу проблем і можливостей сталого розвитку в Україні, а також сформувати вміння застосовувати стратегічні та інноваційні підходи до управління туристичною діяльністю в умовах післявоєнного відновлення.

План

1. Цілі сталого розвитку: проблеми і можливості досягнення в Україні
2. Сталий розвиток туризму: стратегічні настанови та практики управління
3. Сталий розвиток у сфері туризму і рекреації: інноваційні технології та екологічні підходи
4. Безбар'єрність в туризмі та гостинності в умовах сьогодення: регіональний аспект
5. Напрямки сталого розвитку туризму України в умовах післявоєнного відновлення

Завдання:

1. Аналітичне завдання

- 1) Опишіть сутність *цілей сталого розвитку (ЦСР)* та визначте, які з них мають найбільше значення для розвитку туризму й рекреації в Україні.
- 2) Наведіть приклади успішної реалізації ЦСР у сфері туризму (в Україні чи світі).

2. Практичне завдання

- 1) Розробіть пропозиції щодо стратегічних настанов для сталого розвитку туризму у вашому регіоні (наприклад, Хмельницька область, Поділля чи інший регіон за вибором).
- 2) Визначте ключові зацікавлені сторони (громади, бізнес, органи влади, туристи) та їх роль у процесі.

3. Дослідницьке завдання

- 1) Визначте, які інноваційні технології та екологічні підходи можуть бути застосовані у сфері туризму й рекреації (цифрові сервіси, «зелений» транспорт, еко-готелі, циркулярна економіка тощо).
- 2) Запропонуйте приклад екологічної ініціативи, яка могла б бути впроваджена у вашій територіальній громаді.

4. Ситуаційне завдання

- 1) Уявіть, що ви – консультант з відновлення туристичної індустрії після війни.
- 2) Складіть короткий план заходів із сталого розвитку туризму в Україні в умовах повоєнного відновлення (3-5 пунктів).

5. Кейс для обговорення:

Ситуація:

У Карпатському регіоні відбувається активний розвиток туризму. З одного боку, це стимулює місцеву економіку, з іншого – створює ризики перевантаження природних ресурсів і деградації ландшафтів.

Питання:

1. Які управлінські інструменти слід застосувати для досягнення балансу між розвитком і збереженням ресурсів?
2. Чи можна інтегрувати екологічні обмеження у бізнес-моделі туристичних компаній?
3. Як місцеві громади можуть стати партнерами у розвитку сталого туризму?

Питання для самостійного опрацювання

1. Які проблеми гальмують досягнення ЦСР у туризмі в Україні?
2. Чому сталий розвиток стає ключовою стратегією у відновленні туристичної індустрії?
3. Які приклади «зеленого туризму» можна розвивати у вашому регіоні?
4. Як залучити місцеві громади до процесу сталого розвитку туристично-рекреаційного ринку?

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

II частина

Завдання 1.

Скласти таблицю тлумачень основних понять:

- сталий розвиток,
- сталий туризм,
- екотуризм,
- «зелена економіка»,
- соціальна відповідальність у туризмі.

Завдання 2.

Побудувати **схему «Складові сталого розвитку туристично-рекреаційного ринку»**, де відобразити три ключові виміри:

- **економічний** (прибутковість, зайнятість, інвестиції),
- **соціальний** (якість життя населення, культурна спадщина),
- **екологічний** (збереження природи, мінімізація впливу).

Завдання 3.

Скласти **SWOT-аналіз впровадження сталого туризму у своєму регіоні.**

- Визначити сильні та слабкі сторони, можливості й загрози.

Завдання 4.

Розробити приклад **туристичного маршруту сталого розвитку у своєму регіоні.**

- Визначити його об'єкти (екологічні стежки, етнооселі, крафтові виробництва).
- Обґрунтувати, чому він відповідає принципам сталості.

Завдання 5. Складіть таблицю «Індикатори безбар'єрності туристичної інфраструктури регіону», виділивши такі блоки: **транспорт, розміщення, харчування, культурно-дозвіллєві об'єкти.**

Завдання 6. Проаналізуйте 1-2 об'єкти туристичної інфраструктури Вашого регіону на предмет безбар'єрності (наприклад, готель, парк, музей). Визначте сильні й слабкі сторони.

Завдання 7. Розробіть пропозиції щодо підвищення рівня безбар'єрності у сфері туризму та гостинності (наприклад, адаптація вхідних груп, інформаційних матеріалів, підготовка персоналу).

Завдання 8. Розробити презентацію «Напрями відновлення та перспективи туризму України» (економічні, соціальні, екологічні вектори).

Завдання 9. Навести приклади **потенційних туристичних продуктів післявоєнного періоду:**

- військово-історичний туризм (музеї, меморіали),
- волонтерський туризм,
- туризм пам'яті та примирення,
- медичний і реабілітаційний туризм.

Завдання для самостійного опрацювання:

1. Дослідити приклади впровадження практик сталого туризму у світі (Коста-Рика, Норвегія, Словенія).
2. Підготувати міні-есе на тему: «Сталий туризм як бренд регіону: виклики для України».
3. Знайти приклади **еко-сертифікації туристичних об'єктів** (Green Key, Blue Flag) та охарактеризувати їх значення.

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. Яка кількість Цілей сталого розвитку (ЦСР) була ухвалена ООН у 2015 році?

- а) 12
- б) 15
- в) 17
- г) 20

2. Головна мета сталого розвитку туризму полягає у:

- а) Максимізації прибутку підприємств
- б) Збільшенні кількості туристів незалежно від наслідків
- в) Збалансуванні економічних, соціальних та екологічних аспектів туризму
- г) Переважному розвитку міжнародного туризму

3. Який документ визначає глобальну рамку реалізації ЦСР до 2030 року?

- а) Кіотський протокол
- б) «Порядок денний у сфері сталого розвитку – 2030» (Agenda 2030)
- в) Паризька угода
- г) Ріо-де-Жанейрська декларація

4. До проблем досягнення ЦСР в Україні належить:

- а) Надмірний розвиток відновлюваної енергетики
- б) Стабільне фінансування соціальних програм
- в) Високий рівень бідності та соціальної нерівності
- г) Надлишковий рівень міграції в Україну

5. Який напрям є стратегічним для сталого розвитку туризму?

- а) Максимізація витрат туристів
- б) Ефективне використання природно-ресурсного потенціалу без його виснаження
- в) Зниження рівня конкуренції
- г) Орієнтація лише на молодіжний сегмент

6. Яка з характеристик відноситься до екологічних підходів у туризмі?

- а) Створення гральних зон
- б) Розвиток великомасштабних промислових парків
- в) Мінімізація негативного впливу на довкілля
- г) Виключне будівництво хмарочосів

7. Що є основною практикою управління сталим туризмом?

- а) Ігнорування місцевих громад
- б) Орієнтація лише на зовнішніх інвесторів
- в) Врахування інтересів усіх зацікавлених сторін
- г) Збільшення кількості короткотермінових туристів

8. Яка з інноваційних технологій відповідає принципам сталого розвитку у сфері туризму?

- а) Використання викопного палива для готелів
- б) Впровадження «зелених» стандартів у готельному бізнесі
- в) Масове вирубування лісів під туристичні комплекси
- г) Збільшення кількості сміттєзвалищ

9. Який із факторів створює можливості для досягнення ЦСР в Україні?

- а) Зростання залежності від імпорتنих енергоносіїв
- б) Європейська інтеграція та міжнародна підтримка
- в) Висока урбанізація без інфраструктури
- г) Поглиблення соціальної нерівності

10. Який підхід відповідає концепції «циркулярної економіки» у туризмі?

- а) Масове будівництво без переробки відходів
- б) Зростання енергоспоживання без модернізації
- в) Повторне використання ресурсів і зменшення кількості відходів
- г) Максимізація використання одноразового пластику

11. В умовах післявоєнного відновлення України сталий туризм передбачає:

- а) Відновлення інфраструктури без урахування екології
- б) Використання принципів енергоефективності та «зеленого будівництва»
- в) Зосередження лише на військовому туризмі
- г) Орієнтацію виключно на великі міста

12. Яка ціль ЦСР напряду пов'язана з розвитком туризму та рекреації?

- а) ЦСР 16 – Мир і справедливість
- б) ЦСР 8 – Гідна праця та економічне зростання
- в) ЦСР 1 – Подолання бідності
- г) ЦСР 3 – Здоров'я і благополуччя

Практична робота №4

Тема. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності регіональних ринків туристично-рекреаційних послуг

Мета: закріпити теоретичні знання студентів про інноваційну діяльність у туристично-рекреаційній сфері, ознайомитися з нормативно-правовим регулюванням та визначити пріоритетні напрями державної політики у сфері інноваційного розвитку туризму і рекреації.

План

1. Сутнісна характеристика інноваційної діяльності регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг.
2. Нормативно-правове забезпечення та регулювання діяльності регіональних ринків туристично-рекреаційних послуг.
3. Пріоритетні напрями державного регулювання інноваційної діяльності ринку туристично-рекреаційних послуг

Завдання:

Завдання 1. Теоретичний аналіз

1. Розкрийте сутність поняття «інноваційна діяльність на регіональному ринку туристично-рекреаційних послуг».
2. Визначте основні передумови розвитку інноваційної діяльності у сфері туризму України.
3. Охарактеризуйте ключові види інновацій у туризмі (продуктові, процесні, організаційні, маркетингові).

Завдання 2. Нормативно-правове регулювання

1. Опрацюйте чинні законодавчі та нормативні акти України, що регулюють інноваційну діяльність у туризмі (Закони України «Про інноваційну діяльність», «Про туризм», «Про державне регулювання діяльності у сфері туризму» тощо).
2. Складіть таблицю:

Нормативно-правовий акт	Рік ухвалення	Основні положення	Значення для інноваційної діяльності у туризмі

Завдання 3. Аналітико-дослідницьке

1. Проаналізуйте державні та регіональні програми підтримки туризму, які передбачають розвиток інновацій.

2. Сформулюйте 3-5 **пріоритетних напрямів інноваційного розвитку** туристично-рекреаційного ринку України (наприклад, цифровізація послуг, «зелений туризм», смарт-дестинації, VR/AR у туризмі, використання big data у маркетингу).

Завдання 4. Практична частина (групова/індивідуальна робота)

Розробіть власний **інноваційний проєкт** для туристично-рекреаційної сфери вашого регіону (Хмельницька область або інший регіон України).

У структурі проєкту передбачити:

- назву та мету проєкту;
- короткий опис інновації;
- цільову аудиторію;
- очікувані результати для регіонального ринку туризму;
- можливі джерела фінансування.

Форма звітності

Звіт повинен містити:

1. Титульний аркуш.
2. Теоретичну частину (завдання 1–2).
3. Таблиці, схеми, діаграми (за можливості).
4. Аналітичну частину (завдання 3).
5. Опис інноваційного проєкту (завдання 4).
6. Висновки (не менше 1 сторінки).

Питання для самостійного опрацювання

1. У чому полягає сутність інноваційної діяльності у туризмі?
2. Які основні нормативно-правові акти регулюють інноваційний розвиток туристично-рекреаційного ринку України?
3. Які види інновацій найбільш поширені у сфері туризму?
4. Які напрями інноваційного розвитку туристично-рекреаційних послуг є пріоритетними для України в умовах інтеграції до ЄС?
5. Які можливості створюють інновації для підвищення конкурентоспроможності регіонів?

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. Що з наведеного є основною ознакою інноваційної діяльності?

- а) Збільшення кількості працівників
- б) Впровадження новизни у продукти або процеси

- в) Зменшення витрат на рекламу
- г) Підвищення податків

2. Який вид інновацій пов'язаний з удосконаленням надання послуг?

- а) Продуктові
- б) Маркетингові
- в) Процесні
- г) Організаційні

3. Що є головним об'єктом регіонального туристичного ринку?

- а) Законодавство
- б) Туристично-рекреаційні послуги
- в) Банківська система
- г) Освітні установи

4. Яка теорія інновацій пов'язана з іменем Й. Шумпетера?

- а) Теорія попиту
- б) Теорія кластерів
- в) Теорія творчого руйнування
- г) Теорія соціального капіталу

5. Що таке кластер у контексті туризму?

- а) Одна велика туристична фірма
- б) Об'єднання взаємопов'язаних підприємств і установ
- в) Лише державні структури у сфері туризму
- г) Ланцюг готелів у межах міста

6. Який із чинників НЕ відноситься до соціокультурних у туризмі?

- а) Місцеві традиції
- б) Поведінка туристів
- в) Курс валют
- г) Кадровий потенціал

Практична робота №5

Тема. Місцеве самоврядування в системі управління регіональним ринком туристично-рекреаційних послуг

Мета роботи: ознайомитися з особливостями становлення і розвитку місцевого самоврядування в Україні, з'ясувати його роль у регулюванні туристично-рекреаційного ринку, дослідити практику організації місцевої влади у зарубіжних країнах та сформулювати уявлення про компетенції і повноваження органів місцевого самоврядування у сфері туризму.

План

1. Сутність, теоретичні джерела та історичні особливості становлення і розвитку місцевого самоврядування в Україні.
2. Система місцевого самоврядування в різних країнах та в незалежній Україні
3. Повноваження органів регіонального управління та місцевого самоврядування

Завдання:

Завдання 1. Теоретичний аналіз

1. Розкрийте сутність поняття «місцеве самоврядування».
2. Охарактеризуйте основні історичні етапи становлення системи місцевого самоврядування в Україні.
3. Визначте ключові джерела формування місцевого самоврядування (правові, політичні, економічні, соціальні).

Завдання 2. Порівняльний аналіз

Порівняйте систему місцевого самоврядування в Україні та двох інших країн (на вибір: Польща, Німеччина, Франція, США).

Складіть таблицю:

Країна	Особливості системи місцевого самоврядування	Роль у розвитку туризму та рекреації
Україна	...	...
Польща	...	...
Німеччина / інша країна	...	...

Завдання 3. Аналітичне дослідження

1. Проаналізуйте повноваження органів місцевого самоврядування в Україні у сфері туризму (посилання на Закон України «Про місцеве самоврядування», «Про туризм» та інші документи).

2. Складіть перелік основних функцій місцевих рад і виконкомів у сфері розвитку туристично-рекреаційного ринку (наприклад: сприяння інвестиціям у туристичну інфраструктуру, підтримка зеленого туризму, організація фестивалів, розвиток рекреаційних зон).

Завдання 4. Практична частина

1. Оберіть конкретний регіон (наприклад, Хмельницька область або інша область України).
2. Опишіть приклади діяльності органів місцевого самоврядування у сфері туризму цього регіону.
3. Розробіть пропозиції щодо удосконалення ролі місцевого самоврядування у розвитку туристично-рекреаційного ринку регіону.

Питання для самостійного опрацювання

1. У чому полягає сутність і значення місцевого самоврядування для розвитку регіонального туризму?
2. Які етапи розвитку місцевого самоврядування можна виділити в Україні?
3. Як відрізняється система місцевого самоврядування в Україні та зарубіжних країнах?
4. Які основні повноваження органів місцевого самоврядування у сфері туризму?
5. Яку роль відіграють громади у розвитку туристично-рекреаційного ринку регіонів?

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. **Що є головним суб'єктом місцевого самоврядування в Україні?**
 - а) Президент
 - б) Міністерство туризму
 - в) Верховна Рада
 - г) Територіальна громада
2. **Який орган представляє виконавчу владу в системі місцевого самоврядування?**
 - а) Обласна рада
 - б) Виконавчий комітет міської/сільської ради

- в) Верховна Рада
- г) Міністерство економіки

3. Що з переліченого є прикладом повноважень місцевого самоврядування у сфері туризму?

- а) Формування Державного бюджету
- б) Розробка програм розвитку туризму на місцевому рівні
- в) Укладання міжнародних угод
- г) Призначення послів

4. Який закон України регламентує діяльність місцевого самоврядування?

- а) Закон "Про туризм"
- б) Закон "Про державну службу"
- в) Закон "Про місцеве самоврядування в Україні"
- г) Конституція інших держав

5. Яке з наведених рішень можуть приймати органи місцевого самоврядування для розвитку туризму?

- а) Призначення прем'єр-міністра
- б) Затвердження місцевої програми з розвитку рекреації
- в) Встановлення державної валюти
- г) Контроль митної служби

6. Що з наведеного є прикладом інструменту місцевого впливу на туризм?

- а) Заборона зовнішньої торгівлі
- б) Надання пільг для туристичних бізнесів
- в) Емісія грошей
- г) Встановлення держаних стандартів

Практична робота №6

Тема. Туристичний потенціал регіонів

Мета роботи: ознайомитися з поняттям туристичного потенціалу, засвоїти підходи до оцінки природно-рекреаційних, історико-культурних, соціально-економічних та фінансових ресурсів регіонів України; навчитися аналізувати та систематизувати дані для визначення перспектив розвитку регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг.

План

1. Туристичні ресурси як базова умова розвитку туризму в регіонах України.
2. Оцінка потенціалу природно-рекреаційних ресурсів. Оцінка історико-культурних ресурсів України.
3. Оцінка соціально-економічних ресурсів України.
4. Фінансовий потенціал регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг.

Завдання:

Завдання 1. Теоретичне дослідження

1. Дайте визначення поняття «**туристичні ресурси**» та поясніть їх значення для розвитку туризму в регіонах.
2. Наведіть приклади туристичних ресурсів вашої області (природних, історико-культурних, соціально-економічних).
3. Поясніть взаємозв'язок між туристичними ресурсами та туристичним потенціалом регіону.

Завдання 2. Оцінка природно-рекреаційних та історико-культурних ресурсів

1. Оберіть будь-який регіон України (наприклад: Карпатський, Подільський, Причорноморський).
2. Складіть **таблицю оцінки природно-рекреаційних ресурсів:**

Вид ресурсу	Приклади	Потенційні можливості використання
Ландшафтні	...	...
Кліматичні	...	...
Водні	...	...
Лісові	...	...

3. Складіть **таблицю оцінки історико-культурних ресурсів:**

Тип ресурсу	Приклади	Значення для туризму
Архітектурні пам'ятки	...	...
Археологічні об'єкти	...	...

Тип ресурсу	Приклади	Значення для туризму
Музеї та культурні установи	...	...
Традиції та свята	...	...

Завдання 3. Оцінка соціально-економічних ресурсів

1. Визначте ключові соціально-економічні ресурси, що впливають на розвиток туризму (трудові ресурси, рівень інфраструктури, інвестиційний клімат).

2. Заповніть таблицю:

Показник	Характеристика регіону	Рівень впливу на туризм (високий/середній/низький)
Кадровий потенціал	...	...
Транспортна інфраструктура	...	...
Рівень сервісу	...	...
Інвестиційна привабливість	...	...

Завдання 4. Фінансовий потенціал

1. Визначте основні джерела фінансування розвитку туризму в регіонах (державні програми, місцеві бюджети, приватні інвестиції, міжнародні гранти).

2. Оцініть реальні можливості фінансування туристично-рекреаційних проектів у вибраному регіоні.

3. Запропонуйте заходи для підвищення фінансової стійкості регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг.

Питання для самостійного опрацювання

1. Яке місце займають туристичні ресурси у формуванні туристичного потенціалу регіону?

2. У чому відмінність між природно-рекреаційними та історико-культурними ресурсами?

3. Як соціально-економічні умови впливають на розвиток туризму?

4. Які основні джерела формування фінансового потенціалу туристично-рекреаційного ринку?

5. Які методи можна застосувати для оцінки туристичного потенціалу регіонів?

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. Що таке туристичний потенціал регіону?

- а) Кількість готелів у місті
- б) Сукупність природних, культурних, історичних і соціально-економічних ресурсів, придатних для туризму
- в) Кількість туристів, які виїжджають за кордон
- г) Рівень урбанізації

2. Який із наведених елементів входить до природного туристичного потенціалу?

- а) Готелі
- б) Ресторани
- в) Ліси, гори, водоймища
- г) Туристичні агентства

3. Що є прикладом історико-культурного туристичного ресурсу?

- а) Мережа супермаркетів
- б) Річка
- в) Архітектурна пам'ятка
- г) Метеостанція

4. Який регіон України найбільш відомий своїм гірськолижним туризмом?

- а) Одещина
- б) Івано-Франківська область
- в) Херсонщина
- г) Луганщина

5. До якого типу ресурсів належать музеї та театри?

- а) Природні
- б) Рекреаційні
- в) Культурно-історичні
- г) Політичні

6. Що є основною умовою перетворення потенціалу в реальний туристичний продукт?

а) Високі податки

б) Інфраструктурне забезпечення та інвестиції

в) Зменшення кількості туристів

г) Закриття підприємств

Практична робота №7

Тема. Управління розвитком регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг в обласному регіоні

Мета роботи: закріпити знання щодо системи управління регіональним ринком туристично-рекреаційних послуг, дослідити особливості управління розвитком ринку в конкретному обласному регіоні України, сформулювати навички аналізу передумов та інструментів управління.

План

1. Мета, принципи, інструменти й важелі управління регіональним ринком туристично-рекреаційних послуг.
2. Аналіз передумов функціонування системи управління ринком туристично-рекреаційних в обласному регіоні.
3. Форми, методи та механізм регулювання і управління регіональним ринком туристично-рекреаційних послуг

Завдання:

Завдання 1. Мета, принципи, інструменти й важелі управління

1. Розкрийте мету управління розвитком регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг.
2. Визначте основні принципи управління (комплексність, збалансованість, стійкість, інноваційність, орієнтація на потреби туриста).
3. Складіть таблицю з інструментами та важелями управління:

Інструменти управління	Приклади застосування
Нормативно-правові	...
Економічні	...
Організаційні	...
Маркетингові	...
Інституційні	...

Завдання 2. Аналіз передумов функціонування системи управління

1. Оберіть будь-який обласний регіон України (наприклад: Хмельницька, Львівська, Одеська, Закарпатська).
2. Проаналізуйте передумови розвитку системи управління ринком туристично-рекреаційних послуг у цьому регіоні за такими напрямками:

Передумови	Характеристика для обраного регіону
Природно-рекреаційні	...
Історико-культурні	...

Передумови	Характеристика для обраного регіону
Соціально-економічні	...
Інституційні	...
Інфраструктурні	...

3. Зробіть висновок про сильні та слабкі сторони системи управління ринком у цьому регіоні.

Завдання 3. Форми, методи та механізм регулювання і управління

1. Наведіть приклади **форм управління** (державна, регіональна, муніципальна, кластерна, державно-приватне партнерство).
2. Визначте **методи управління** (адміністративні, економічні, соціально-психологічні, маркетингові).
3. Побудуйте схему (можна у вигляді таблиці), що ілюструє механізм управління ринком:

Елемент механізму	Характеристика	Приклад у регіоні
Суб'єкти управління	...	...
Об'єкти управління	...	...
Методи управління	...	...
Інструменти впливу	...	...

4. Зробіть пропозиції щодо вдосконалення механізму управління регіональним ринком туристично-рекреаційних послуг у вибраному регіоні.

Питання для самостійного опрацювання

1. Яка мета управління розвитком регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг?
2. Які принципи управління можна вважати ключовими у туристичній сфері?
3. У чому полягають особливості системи управління ринком туристично-рекреаційних послуг на рівні області?
4. Які форми управління є найбільш ефективними для українських регіонів?
5. Які напрями вдосконалення механізму управління ринком ви можете запропонувати?

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. Який рівень влади відповідає за координацію туристичної політики в межах області?

- а) Районна рада
- б) Міністерство освіти
- в) Обласна державна адміністрація
- г) Селищна рада

2. Основною метою управління розвитком туристично-рекреаційного ринку в області є:

- а) Підвищення податків
- б) Рациональне використання ресурсів і зростання туристичного потоку
- в) Регулювання курсу валюти
- г) Формування зовнішньої політики

3. Який орган розробляє обласні програми з розвитку туризму?

- а) Верховна Рада України
- б) Департамент туризму обласної державної адміністрації
- в) Конституційний Суд
- г) Кабінет Міністрів України

4. Що є основним інструментом управління туристично-рекреаційною діяльністю на рівні області?

- а) Укази Президента
- б) Рішення судів
- в) Обласна цільова програма розвитку туризму
- г) Митна політика

5. Що з наведеного найкраще характеризує ефективне управління туристичним ринком?

- а) Відсутність приватного бізнесу
- б) Співпраця між владою, бізнесом та громадськістю
- в) Зменшення кількості подій
- г) Збільшення адміністративного тиску

6. Який із напрямів є ключовим у розвитку обласного туристичного ринку?

- а) Формування релігійних інститутів
- б) Розвиток інфраструктури та логістики

- в) Регулювання валютних операцій
- г) Введення нових податків

Практична робота №8

Тема. Управління розвитком суб'єктів туристичного бізнесу регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг

Мета роботи: навчитися застосовувати інструменти та підходи до управління розвитком суб'єктів туристичного бізнесу на практиці, розробляти управлінські рішення та оцінювати ефективність діяльності підприємств туристично-рекреаційної сфери у регіонах України.

План

1. Туристські дестинації як суб'єкт управління регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг.
2. Особливості інтеграційних процесів в управлінні організаціями індустрії туризму в регіоні.
3. Кластерні моделі в управлінні регіональним ринком туристично-рекреаційних послуг
4. Туристичні кластери як інноваційний інструмент розвитку регіональних ринків туристичних послуг.

Завдання:

Завдання 1. Практичний кейс «Стратегія розвитку малого туристичного бізнесу»

Виберіть приклад малого туристичного підприємства (готель, садиба зеленого туризму, турагентство, етнографічний музей, крафтова майстерня).

1. Опишіть його діяльність у вашому регіоні (послуги, цільова аудиторія, конкурентне середовище).
2. Сформулюйте **3 стратегічні цілі** розвитку цього бізнесу.
3. Визначте **ключові ризики** та запропонуйте інструменти їх мінімізації.

Таблиця для виконання:

Стратегічна ціль	Очікуваний результат	Ризики	Інструменти управління

Завдання 2. Кейс-аналіз «Інвестиційна привабливість регіонального бізнесу»

Уявіть, що ви – консультант, який готує аналітичну довідку для інвестора у сфері туризму.

1. Оберіть обласний регіон України.

2. Визначте **3 напрями бізнесу**, які є найбільш перспективними для інвестицій (наприклад: готельний бізнес, гастрономічний туризм, рекреаційні послуги, екотуризм).

3. Для кожного напрямку визначте:

- стартові передумови;
- можливі переваги;
- бар'єри та обмеження;
- прогнозований економічний ефект.

Таблиця:

Напрямок бізнесу	Передумови	Переваги	Бар'єри	Очікуваний ефект

Завдання 3. Практикум «Кластеризація туристичного бізнесу»

1. Опишіть можливу модель **туристичного кластера** у вашому регіоні (склад учасників: готелі, ресторани, перевізники, культурні установи, громада, влада).
2. Визначте вигоди для кожного учасника.
3. Розробіть схему механізму взаємодії суб'єктів у кластері (можна у вигляді текстової схеми з пунктами).

Завдання 4. Розрахунково-аналітичне

Проведіть SWOT-аналіз одного із суб'єктів туристичного бізнесу вашого регіону.

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Можливості (O)	Загрози (T)

На основі аналізу сформулюйте **мінімум 2 управлінські рекомендації**.

Завдання 5. Міні-кейс «Управлінське рішення»

Ситуація: У регіоні різко зросла конкуренція серед турагентств. Одне із підприємств втратило 20% клієнтів за останній рік.

1. Визначте можливі причини падіння попиту.
2. Запропонуйте **3 управлінські рішення** для відновлення конкурентоспроможності.
3. Обґрунтуйте, яке рішення є найбільш ефективним.

Питання для самостійного опрацювання

1. Як визначити стратегічні пріоритети розвитку туристичного бізнесу?
2. Які фактори роблять регіональний туристичний бізнес привабливим для інвесторів?

3. Які переваги кластерної моделі розвитку для суб'єктів ринку?
4. Як застосувати SWOT-аналіз у практиці управління підприємством туризму?
5. Які управлінські рішення найбільш ефективні для подолання кризових ситуацій у туризмі?

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. Туристська дестинація – це:

- а) Будь-який туристичний об'єкт
- б) Організація з управління туризмом
- в) Територія, яка приваблює туристів і має систему управління та інфраструктуру
- г) Туристичне підприємство

2. Що з наведеного найбільше стимулює розвиток туристичного бізнесу в регіонах?

- а) Посилення контролю
- б) Публічно-приватне партнерство, підтримка місцевої влади та просування бренду регіону
- в) Обмеження в'їзду туристів
- г) Тимчасове закриття бізнесу

3. Основна мета взаємодії місцевої влади та суб'єктів туристичного бізнесу:

- а) Контроль і штрафкування
- б) Обмеження конкуренції
- в) Створення сприятливого бізнес-середовища для розвитку туризму
- г) Монополізація ринку

4. Основними суб'єктами управління туристичною дестинацією є:

- а) Лише туристичні агентства
- б) Лише органи державної влади
- в) Органи влади, бізнес, громадськість, туристи
- г) Тільки органи місцевого самоврядування

5. DMO (Destination Management Organization) – це:

- а) Організація для розвитку готелів
- б) Асоціація туроператорів
- в) Структура, яка займається комплексним управлінням дестинацією
- г) Центр маркетингових досліджень

6. Основне завдання управління дестинацією:

- а) Збільшення кількості підприємств
- б) Розвиток промисловості
- в) Координація розвитку туризму і забезпечення конкурентоспроможності території
- г) Підтримка окремих готелів

Практична робота №9

Тема. Регіональний маркетинг як інструмент управління регіональним ринком туристично-рекреаційних послуг

Мета роботи: засвоїти сутність і практичні механізми застосування регіонального маркетингу, опанувати методи маркетингових досліджень у туризмі, навчитись формувати регіональний туристичний продукт і маркетингову стратегію.

План

1. Маркетингові дослідження регіональних туристичних ринків
2. Маркетинговий підхід до формування туристичного продукту регіону.
3. Інформаційно-аналітичне забезпечення регіонального маркетингу
4. Особливості формування та реалізації маркетингової стратегії регіону.

Завдання

Завдання 1. Маркетингові дослідження регіонального туристичного ринку (кейс-аналітика)

1. Оберіть область України (або рідний регіон).
2. Визначте **цільові аудиторії туристів** (внутрішні, іноземні, молодь, сімейні подорожі, ділові туристи тощо).
3. Проаналізуйте їхні **потреби та мотивації**.
4. Визначте головні **конкурентні переваги** регіону.

Таблиця:

Цільова аудиторія	Потреби/мотивації	Пропозиція регіону	Конкурентні переваги

Завдання 2. Маркетинговий підхід до формування туристичного продукту регіону

1. Складіть приклад **туристичного пакету** для одного з обраних сегментів (наприклад: екотуризм, гастрономічні тури, подієвий туризм).
2. Вкажіть його складові:
 - об'єкти показу,
 - додаткові послуги,
 - вартість (орієнтовна),
 - канали просування.

Таблиця:

Назва продукту	Цільовий сегмент	Складові туру	Орієнтовна вартість	Канали просування

Завдання 3. Інформаційно-аналітичне забезпечення регіонального маркетингу

Визначте, які джерела інформації необхідні для ефективного маркетингу туристичного регіону:

- офіційна статистика;
- соціологічні опитування;
- відгуки туристів у соцмережах;
- дані туристичних агенцій;
- інші.

Складіть таблицю з 5 джерелами даних та зазначте, **як саме вони можуть бути використані** у розробці маркетингової стратегії.

Джерело інформації	Зміст даних	Використання у маркетингу

Завдання 4. Розробка маркетингової стратегії регіону (міні-кейс)

Ситуація: Область планує просувати себе як центр **подієвого туризму** (фестивалі, культурні заходи, спортивні події).

1. Сформулюйте **ключові цілі маркетингової стратегії**.
2. Визначте **цільові ринки та канали комунікації**.
3. Розробіть **3 інструменти просування** (наприклад: реклама, бренд регіону, інтернет-маркетинг, участь у міжнародних виставках).

Таблиця:

Ціль стратегії	Цільова аудиторія	Канали комунікації	Інструменти просування

Питання для самостійного опрацювання

1. Які методи маркетингових досліджень доцільні для аналізу регіональних туристичних ринків?
2. Чим відрізняється туристичний продукт регіону від індивідуальних турів підприємств?
3. Які основні інформаційні ресурси використовуються для маркетингу регіонів?

4. У чому полягає специфіка формування маркетингової стратегії у туризмі?
5. Які інструменти маркетингових комунікацій найбільш ефективні для просування регіонального бренду?

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. Що таке регіональний маркетинг у туризмі?

- а) Продаж землі регіону
- б) Система дій, спрямованих на просування туристичного іміджу регіону
- в) Реклама сільгосппродукції
- г) Контроль за міграцією

2. Основна мета регіонального маркетингу в туризмі:

- а) Контроль населення
- б) Розвиток місцевої промисловості
- в) Формування позитивного іміджу регіону та залучення туристів
- г) Розробка законів

3. Який елемент НЕ входить до комплексу маркетингу (маркетинг-міксу) у туризмі?

- а) Продукт
- б) Ціна
- в) Судова система
- г) Просування

4. Який інструмент маркетингу допомагає підвищити впізнаваність регіону?

- а) Підвищення податків
- б) Брендинг території
- в) Будівництво фабрик
- г) Зниження мінімальної зарплати

5. Що таке бренд регіону в контексті туризму?

- а) Логотип місцевої ради
- б) Назва країни

- в) Унікальний образ регіону, що формує його туристичну привабливість
- г) Закон про місцеве самоврядування

6. Який із наведених каналів маркетингової комунікації є найбільш ефективним для туристичних послуг?

- а) Вулична агітація
- б) Цифровий маркетинг (соцмережі, сайти, онлайн-реклама)
- в) Поштові листівки
- г) Друк у підручниках

Практична робота №10
Тема. Подільський туристично-рекреаційний регіон

Мета роботи: закріпити знання про географічні, природні, історико-культурні ресурси Подільського регіону, оцінити його туристично-рекреаційний потенціал та визначити перспективні напрями розвитку туризму.

План

1. Географічне положення та природні умови областей Подільського регіону.
2. Природні туристично-рекреаційні ресурси Поділля.
3. Історико-культурні пам'ятки Поділля.
4. Основні туристичні центри регіону.

Завдання:

Завдання 1. Географічне положення та природні умови областей Подільського регіону

1. Визначте, які області України входять до Поділля.
2. Позначте на карті (додаток або власноручна схема) територію Подільського регіону.
3. Складіть коротку характеристику природних умов (рельєф, клімат, річки, ліси).

Таблиця:

Область	Географічні межі	Природні особливості (рельєф, клімат, річки)

Завдання 2. Природні туристично-рекреаційні ресурси Поділля

1. Назвіть основні природні рекреаційні комплекси (нацпарки, заказники, заповідники).
2. Дайте їхню коротку характеристику (у чому унікальність, туристичні можливості).
3. Визначте найбільш перспективні види туризму (екологічний, активний, спортивний, лікувально-оздоровчий).

Таблиця:

Об'єкт (рекреаційний ресурс)	Місце розташування	Коротка характеристика	Види туризму

--	--	--	--

Завдання 3. Історико-культурні пам'ятки Поділля

1. Складіть список щонайменше 5 об'єктів світової та національної спадщини (замки, храми, історичні міста).
2. Коротко охарактеризуйте їхню культурну цінність та туристичну привабливість.
3. Позначте ці об'єкти на туристичній карті регіону (схема, графічний додаток).

Таблиця:

Пам'ятка	Область	Культурна цінність	Туристичні можливості

Завдання 4. Основні туристичні центри регіону

1. Визначте ключові туристичні центри Поділля (міста, курорти, дестинації).
2. Проаналізуйте їхню спеціалізацію (історико-пізнавальний туризм, фестивальний, оздоровчий, релігійний).
3. Оберіть один центр та розробіть міні-маркетингову характеристику (цільова аудиторія, переваги, проблеми, перспективи).

Таблиця:

Туристичний центр	Спеціалізація	Сильні сторони	Проблеми	Перспективи розвитку

Питання для самостійного опрацювання

1. Які природні ресурси Поділля формують його унікальний туристичний потенціал?
2. Які історико-культурні пам'ятки Поділля мають міжнародне значення?
3. Чим відрізняється туристична спеціалізація Хмельницької, Вінницької та Тернопільської областей?
4. Які перспективи розвитку еко- та гастрономічного туризму на Поділлі?
5. Як можна позиціонувати Поділля на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках?

Частина II

Завдання 5. SWOT-аналіз туристичного потенціалу Поділля

1. Складіть SWOT-матрицю для Подільського туристичного регіону.

2. Визначте, які сильні сторони можуть бути використані для подолання слабких.

3. Запропонуйте можливості розвитку нових туристичних продуктів.

Завдання 6. Кластеризація туристичної діяльності Поділля

1. Визначте ключові елементи можливого **Подільського туристичного кластеру** (курорти, туристичні центри, транспортні вузли, заклади освіти, готелі).

2. Побудуйте схему взаємодії учасників кластеру.

3. Опишіть переваги створення туристичного кластеру для економіки регіону.

Завдання 7. Маркетингові інструменти розвитку Подільського регіону

1. Сформуйте туристичний бренд Поділля (назва, слоган, логотип-ідея, ключова ідентичність).

2. Визначте цільові аудиторії: внутрішні та іноземні туристи.

3. Запропонуйте 3-4 промоційні заходи для просування Поділля на українському та міжнародному ринках.

Таблиця:

Цільова аудиторія	Потреби та інтереси	Продукт/послуга	Інструменти маркетингу

Завдання 8. Управлінські аспекти розвитку регіону

1. Оцініть роль органів місцевого самоврядування у розвитку туризму Поділля.

2. Запропонуйте інструменти державно-приватного партнерства у сфері туризму (приклади: реконструкція замків, створення фестивалів, розвиток транспортної доступності).

3. Розробіть **3 стратегічні пріоритети розвитку туризму Поділля до 2030 року**.

Завдання 9. Практичний кейс

Уявіть, що ви працюєте менеджером туристичної компанії, яка спеціалізується на Подільському регіоні.

- Складіть **3-денний туристичний маршрут** з урахуванням природних і культурних пам'яток.
- Опишіть його цільову аудиторію та цінову політику.

- Додайте елементи інноваційності (VR-екскурсії, гастрономічні тури, квести у замках тощо).

Таблиця:

День	Місце відвідування	Активності	Очікуваний ефект

Питання для самостійного опрацювання

1. У чому полягають основні проблеми використання туристичного потенціалу Поділля?
2. Які кластери та туристичні дестинації можуть стати ядром розвитку регіону?
3. Які маркетингові інструменти найефективніші для просування Поділля?
4. Яку роль у розвитку туризму відіграють органи місцевого самоврядування та бізнес?
5. Які перспективи міжнародної інтеграції Поділля у туристичний простір Європи?

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. **Яка область не входить до складу Подільського туристично-рекреаційного регіону?**
 - а) Вінницька
 - б) Тернопільська
 - в) Хмельницька
 - г) Львівська
2. **Який із міст є найвідомішим туристичним центром Поділля?**
 - а) Умань
 - б) Кам'янець-Подільський
 - в) Луцьк
 - г) Дрогобич
3. **Який архітектурний об'єкт є візитівкою Кам'янця-Подільського?**
 - а) Хотинська фортеця
 - б) Золочівський замок

- в) Кам'янець-Подільська фортеця
- г) Ластівчине гніздо

4. До природно-рекреаційних ресурсів Поділля належать:

- а) Шахти Донбасу
- б) Азовське море
- в) Подільські Товтри
- г) Дністровська ГЕС

5. Який національний природний парк розташований у Подільському регіоні?

- а) Шацький
- б) Синевир
- в) Подільські Товтри
- г) Карпатський

6. Що таке «Товтри»?

- а) Гірськолижний курорт
- б) Вид степу
- в) Вапнякові останці, геологічні утворення
- г) Вид лісу

7. Яка річка є основною водною артерією Поділля?

- а) Інгулець
- б) Південний Буг
- в) Дністер
- г) Тиса

8. Місто, де проходить міжнародний фестиваль повітроплавання:

- а) Вінниця
- б) Тернопіль
- в) Хмельницький
- г) Кам'янець-Подільський

9. Яка область Подільського регіону відома своїми водолікувальними курортами?

- а) Закарпатська
- б) Одеська

- в) Хмельницька
- г) Полтавська

10. Що з наведеного є характерною особливістю Подільського регіону?

- а) Гірські масиви Карпат
- б) Великий вихід до моря
- в) Унікальні карстові печери та ландшафти
- г) Субтропічний клімат

11. Яка печера вважається однією з найдовших у Європі й розташована в Поділлі?

- а) Кришталева
- б) Оптимістична
- в) Атлантида
- г) Мамонтова

12. Який історичний регіон частково охоплює Подільський туристично-рекреаційний регіон?

- а) Волинь
- б) Поділля
- в) Слобожанщина
- г) Буковина

Практична робота №11

Тема. Роль громад в розвитку туристично-рекреаційного ринку регіону та країни

Мета роботи: дослідити роль територіальних громад у становленні та розвитку туристично-рекреаційного ринку, проаналізувати чинники формування туристичного іміджу громад, розробити пропозиції щодо перспектив розвитку туризму в умовах післявоєнного відновлення України.

План

1. Розвиток туризму в локальних спільнотах (досвід територіальних громад хмельницької області)
2. Чинники формування туристичного іміджу територіальних громад
3. Розвиток туризму в громадах і регіонах України в умовах повоєнного відновлення

Завдання:

Завдання 1. Аналіз досвіду розвитку туризму в громадах Хмельницької області

1. Оберіть одну територіальну громаду Хмельницької області (наприклад: Кам'янець-Подільська, Сатанівська, Меджибізька, Славутська, Староушицька).
2. Опишіть її туристичний потенціал: природні ресурси, історико-культурні пам'ятки, інфраструктуру.
3. Визначте ключові туристичні продукти, які громада може запропонувати (екскурсії, фестивалі, гастротури, зелений туризм тощо).
4. Побудуйте SWOT-аналіз розвитку туризму цієї громади.

Завдання 2. Чинники формування туристичного іміджу громад

1. Складіть перелік чинників, які впливають на формування позитивного іміджу громади як туристичної дестинації (природні ресурси, культурні події, якість сервісу, безпека, інформаційне просування).
2. Запропонуйте **бренд громади**:
 - назва та слоган;
 - візуальні символи (ідея логотипу, кольори);
 - ключові асоціації для туриста.
3. Порівняйте, як формування іміджу відрізняється у сільській та міській громаді.

Завдання 3. Туризм як фактор відновлення у повоєнних умовах

1. Опишіть, як розвиток туризму може сприяти відновленню територій після війни (економічний ефект, робочі місця, культурна дипломатія, міжнародна співпраця).
2. Складіть **таблицю можливостей відновлення туризму** в громадах:

Напрямок	Приклад заходу	Очікуваний ефект
Рекреаційний туризм	Відновлення санаторіїв та курортів	Поліпшення здоров'я населення, залучення туристів
Культурний туризм	Проведення фестивалів, реставрація пам'яток	Збереження ідентичності, зростання відвідуваності
Сільський та екотуризм	Підтримка зелених садиб	Диверсифікація економіки села, додаткові доходи

3. Розробіть **3 стратегічні ініціативи**, які громади можуть реалізувати для відновлення туристичного ринку у післявоєнний період.

Завдання 4. Практичний кейс

Ви – консультант з розвитку туризму в одній із територіальних громад Поділля. Громада хоче залучити туристів у 2026 році.

- Запропонуйте **туристичний маршрут або продукт** громади.
- Визначте цільову аудиторію.
- Складіть план маркетингового просування (соцмережі, туристичні виставки, партнерства).
- Обґрунтуйте очікуваний економічний та соціальний ефект.

Завдання 5.

1. Проаналізуйте туристичний потенціал Староушицької громади:
 - природні ресурси (Дністровський каньйон, Бакотська затока, ландшафтні пам'ятки),
 - історико-культурні пам'ятки (Бакотський скельно-печерний монастир, легенди й історія затопленого села Бакота),
 - сучасна туристична інфраструктура (екскурсії, кемпінги, агросадиби, водні види відпочинку).
2. Складіть **туристичний продукт «Вікенд у Бакоті»**:
 - маршрут (2-3 дні),
 - основні атракції та активності,
 - пропозиції для різних груп туристів (молодь, сім'ї, еко-туристи, паломники).
3. Розробіть SWOT-аналіз розвитку туризму громади (приклад структури таблиці):

Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
Унікальний природний ландшафт	Обмежена інфраструктура	Розвиток еко- та зеленого туризму	Екологічні ризики, антропогенне навантаження

4. Запропонуйте **3 маркетингові інструменти** для популяризації Бакоти на внутрішньому та міжнародному ринку (наприклад: бренд громади, просування через Instagram/TikTok, участь у туристичних виставках, співпраця з блогерами).

5. Складіть коротку **програму сталого розвитку туризму громади** (екологічні обмеження, розвиток зелених садиб, популяризація локальної кухні та ремесел).

Питання для самостійного опрацювання

1. Яку роль відіграють територіальні громади у формуванні регіонального туристичного ринку?
2. Які чинники є ключовими для створення позитивного туристичного іміджу громади?
3. Як війна вплинула на туристично-рекреаційний потенціал українських регіонів?
4. Які інструменти державної та місцевої політики можуть сприяти відновленню туризму?
5. Які перспективи інтеграції громад у міжнародні туристичні маршрути?

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. Яка роль територіальних громад у розвитку туризму?

- а) Пасивне спостереження за туристичними процесами
- б) Лише адміністрування туроб'єктів
- в) Ініціювання та реалізація місцевих туристичних проєктів
- г) Тільки контроль за приватними операторами

2. Що є важливим чинником формування туристичного іміджу громади?

- а) Податкові пільги для аграрного сектору
- б) Історико-культурна спадщина та природні ресурси
- в) Рівень міграції населення
- г) Кількість промислових підприємств

3. Який приклад розвитку туризму у громадах Хмельницької області можна навести?

- а) Вугільна промисловість
- б) Кам'янець-Подільський як центр культурно-історичного туризму
- в) Розвиток морських курортів
- г) Видобуток бурштину

4. Що є основним бар'єром для розвитку туризму в громадах у повоєнний період?

- а) Високий рівень інфляції
- б) Зруйнована інфраструктура та безпекові ризики
- в) Дефіцит харчових продуктів
- г) Надлишок туристичних операторів

5. Який підхід відповідає принципам сталого розвитку громадського туризму?

- а) Орієнтація лише на прибуток
- б) Баланс економічних, соціальних та екологічних інтересів
- в) Виключно розвиток готельного бізнесу
- г) Ігнорування локальної культури

6. Який фактор найбільше впливає на привабливість громади для туристів?

- а) Рівень промислового виробництва
- б) Унікальні туристичні ресурси
- в) Рівень безробіття
- г) Чисельність населення

Практична робота №12

Тема. Розробка та економічне обґрунтування регіональних програм для розвитку регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг

План

1. Основні підходи до розробки регіональних програм розвитку туризму.
2. Концептуальні засади планування розвитку регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг.
3. Методи планування та прогнозування розвитку туризму.
4. Особливості стратегічного планування розвитку туризму та його місце в системі управління регіональним ринком туристично-рекреаційних послуг.
5. Програмування розвитку туризму в регіоні

Завдання:

Завдання 1. Теоретичне опрацювання

- 1) Опрацюйте поняття «регіональна програма розвитку туризму» та визначте її місце в системі управління регіональним ринком туристично-рекреаційних послуг.
- 2) Визначте роль місцевих органів влади у формуванні та реалізації програм розвитку туризму.

Завдання 2. Аналітичне завдання

- 1) Ознайомтеся з **Програмою розвитку туризму та курортів у Хмельницькій області** (останнє затвердження Хмельницькою обласною радою).
- 2) Визначте ключові пріоритети програми та порівняйте їх з державними стратегіями розвитку туризму.
- 3) Складіть таблицю «Основні напрями Програми розвитку туризму Хмельницької області та їх очікувані результати».

Завдання 3. Практичне завдання (правовий аспект)

- 1) Вивчіть правову базу регіональних програм розвитку туризму:
 - Закон України «Про туризм»,
 - Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні»,
 - Державна стратегія регіонального розвитку України.
- 2) Визначте, які **юридичні механізми** регламентують прийняття та реалізацію програм розвитку туризму на рівні області.
- 3) Проаналізуйте відповідність Програми розвитку туризму Хмельниччини чинному законодавству.

Завдання 4. SWOT-аналіз регіональної програми розвитку туризму

Обрати одну з областей Подільського регіону (Хмельницька, Вінницька чи Тернопільська) та скласти SWOT-аналіз перспектив її туристичного розвитку.

- Визначити сильні та слабкі сторони, можливості і загрози.
- Подати результати у вигляді таблиці.

Завдання 5. Концепція регіональної програми «Туризм – драйвер економічного розвитку»

Розробити короткий проєкт концепції програми для обраної області:

- Мета програми.
- Основні завдання.
- Пріоритетні напрями (екотуризм, культурно-пізнавальний, релігійний, гастрономічний, медичний туризм).
- Очікувані результати.

Завдання 6. План заходів програми

Розробити перелік конкретних заходів (не менше 5), наприклад:

- створення туристично-інформаційних центрів,
- модернізація історико-культурних об'єктів,
- розбудова транспортної та готельної інфраструктури,
- організація міжнародних фестивалів,
- цифровізація туризму (онлайн-карти, мобільні додатки).

Завдання 7. Дискусійне завдання

1) Обговоріть: які ризики існують у реалізації регіональних програм розвитку туризму (корупційні, фінансові, організаційні, політичні)?

2) Запропонуйте шляхи мінімізації цих ризиків у Хмельницькій області.

Питання для самостійного опрацювання

1. Що таке регіональна програма розвитку туризму та які її основні функції?
2. Які законодавчі та нормативні документи регулюють створення й реалізацію програм розвитку туризму в Україні?
3. Яку роль відіграють органи місцевого самоврядування у формуванні програм розвитку туризму?
4. Які концептуальні засади враховуються при плануванні розвитку регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг?
5. Які методи прогнозування та планування розвитку туризму застосовуються на регіональному рівні?

6. У чому полягає відмінність між стратегічним і поточним плануванням у сфері туризму?
7. Які основні напрями та пріоритети визначено у Програмі розвитку туризму Хмельницької області?
8. Які джерела фінансування регіональних програм розвитку туризму можливі?
9. Як забезпечується правове регулювання реалізації туристичних програм у громадах і регіонах?
10. Які ризики та виклики існують під час реалізації регіональних програм розвитку туризму, і які шляхи їх мінімізації ви можете запропонувати?

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. Яка мета розробки регіональних програм у сфері туризму?

- а) Контроль міграції
- б) Розширення промислових зон
- в) Розвиток туристично-рекреаційного потенціалу регіону
- г) Розподіл бюджетних субсидій

2. Який документ є основою для створення регіональної програми розвитку туризму?

- а) Трудовий кодекс
- б) Стратегія розвитку регіону
- в) Конституція України
- г) Закон про державний бюджет

3. Що входить до етапів розробки регіональної туристичної програми?

- а) Судовий розгляд
- б) Політична агітація
- в) Аналіз, цілі, заходи, фінансування, очікувані результати
- г) Створення партій

4. Хто є ініціатором розробки регіональних програм?

- а) Громадські організації
- б) Органи місцевого самоврядування
- в) Школи
- г) Туристи

5. Який з наведених пунктів є обов'язковим у структурі програми?

- а) Прогноз погоди
- б) Транспортна реформа
- в) Розрахунок економічної ефективності
- г) Державна символіка

6. Який метод найчастіше використовується для обґрунтування економічної доцільності проекту?

- а) Випадковий вибір
- б) Метод витрат і вигод (cost-benefit analysis)
- в) Жеребкування
- г) Метод голосування

Практична робота №13

Тема. Туристично-рекреаційне районування Хмельницької області як основа формування регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг

План

1. Адміністративно-територіальний устрій Хмельницької області
2. Підходи до туристично-рекреаційного районування Хмельницької області.
3. Ресурсно-рекреаційний рейтинг туристичних районів області.

Завдання

Аналітико-дослідницькі завдання

1. Складіть перелік територіальних громад Хмельницької області, які мають найбільший потенціал для розвитку зеленого туризму. Обґрунтуйте свій вибір.
2. Виконайте SWOT-аналіз туристично-рекреаційного потенціалу одного з туристичних районів області (на вибір: Кам'янець-Подільський, Подільське Побужжя, Північний регіон).
3. Підготуйте карту-схему (можна у вигляді текстового опису) головних туристичних кластерів області та поясніть їхнє значення для формування регіонального ринку послуг.

2. Розрахунково-аналітичні завдання

4. Розробіть матрицю оцінки туристично-рекреаційного потенціалу за критеріями:
 - кількість туристичних об'єктів (пам'ятки, природні ресурси, культурні події),
 - інфраструктурна забезпеченість (готелі, дороги, транспорт),
 - рівень промоції (наявність сайтів, туроператорів, фестивалів),
 - соціально-економічна ефективність (робочі місця, доходи від туризму).Оцініть кожен район за 5-бальною шкалою, побудуйте таблицю та визначте лідера.

3. Кейс-завдання

6. Кейс «Бакота» (Староушицька громада). Розробіть концепцію розвитку туристичної дестинації Бакота з урахуванням проблем: транспортна доступність, охорона довкілля, відсутність інфраструктури. Запропонуйте 3 пріоритетних заходи для підвищення туристичної привабливості.

7. **Кейс «Подільські Товтри».** Запропонуйте модель збалансованого розвитку туризму в межах національного природного парку, щоб поєднати рекреацію і збереження природної спадщини.

8. **Кейс «Кам'янець-Подільський – фестивальна столиця».** Проаналізуйте, як система культурних подій (фестивалі, реконструкції, турніри) впливає на розвиток туризму і які нові формати можна запровадити для розширення туристичного сезону.

4. Порівняльно-аналітичні завдання

9. Порівняйте туристично-рекреаційне районування Хмельницької області з сусідніми регіонами (Вінницькою та Тернопільською областями). Складіть таблицю «Спільні та відмінні риси».

10. Оцініть, як сучасні регіональні програми Хмельницької області (наприклад, «Стратегія розвитку області до 2027 р.») враховують туристично-рекреаційний потенціал. Запропонуйте доповнення до програмних документів.

Питання для самостійного опрацювання

1. Які підходи використовуються для туристично-рекреаційного районування?
2. Які райони Хмельницької області мають найвищий туристичний потенціал?
3. Які критерії доцільно використовувати для оцінки ресурсно-рекреаційного потенціалу регіону?
4. У чому полягає значення туристично-рекреаційного районування для управління регіональним ринком послуг?
5. Як туристично-рекреаційне районування може сприяти розробці регіональних програм розвитку туризму?

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації або звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Тестові завдання

1. Туристичне районування – це:

- а) поділ країни на адміністративні райони
- б) поділ території за принципом наявності природних ресурсів
- в) поділ території для планування будівництва житлових кварталів
- г) науково обґрунтований поділ території за рівнем розвитку туристично-рекреаційного потенціалу

2. Основна мета туристичного районування:

- а) підвищення врожайності сільськогосподарських культур
- б) ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу території
- в) створення промислових зон
- г) контроль за адміністративним управлінням

3. Який чинник є базовим для виділення туристичного району?

- а) політична структура держави
- б) природно-рекреаційні та культурно-історичні ресурси
- в) транспортні податки
- г) демографічна ситуація

4. Яка з наведених ознак НЕ належить до туристичного району?

- а) наявність ресурсного потенціалу
- б) сформована інфраструктура
- в) туристичні потоки
- г) виключно промислове виробництво

5. Який рівень туристичного районування є найбільш загальним?

- а) макрорегіональний
- б) мезорегіональний
- в) мікрорегіональний
- г) локальний

6. Туристично-рекреаційне районування України здійснюється з урахуванням:

- а) виключно політичних кордонів
- б) природних, історико-культурних та соціально-економічних чинників
- в) інтересів промислових корпорацій
- г) лише адміністративного поділу

ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

Агрооселя – це форма житла, призначена для рекреаційної діяльності при агротуризмі. Загалом це житлове приміщення, що знаходиться в сільській місцевості, містить не більше п'яти кімнат (залежно від категорії житла), пристосованих для проживання туристів, і належить на правах приватної власності господарю, який займається сільськогосподарською діяльністю або зайнятий у сфері обслуговування чи соціальній сфері села.

Агротуризм – це відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях і передбачає використання сільського фермерського господарства з метою рекреації, освіти та активного залучення відпочиваючих до традиційних форм господарювання.

Агротуризм – це форма сільського туризму, реалізована на базі сільського фермерського господарства, де відпочинок пов'язаний із активним залученням його учасників до традиційних форм господарювання на селі (збір винограду, сіна, догляд за худобою тощо).

Агротуристична діяльність – це діяльність особистого селянського господарства чи фермерського господарства, сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу, спрямована на задоволення потреб туристів та надання їм агротуристичних послуг.

Агротуристичні послуги – це послуги з тимчасового розміщення, харчування, в тому числі з використанням продуктів власного виробництва, майна особистих селянських господарств, фермерських господарств з метою рекреації, тимчасового розміщення (проживання) туристів, ознайомлення з традиційними формами господарювання та сільським способом життя.

Активний туризм – це усі види туристських подорожей у різноманітному природному середовищі, які характеризуються активним способом пересування (пішим, велосипедним, лижним, кінним та водним з застосуванням малих плавзасобів) по маршруту, тобто з витратою відповідних фізичних зусиль туриста.

Антропогенний тиск туризму – це негативний вплив діяльності туристів на навколишнє середовище, культуру та суспільство.

Антропогенно-природна система – це концепція, що описує взаємодію людської діяльності з природним середовищем та формуванням нових систем на їх перетині, що призводить до створення унікальних комплексів, де

елементи природи та антропогенні фактори взаємодіють та взаємопроникають.

Бальнеологічний ресурс – це природні лікувальні речовини, які використовуються для немедикаментозного лікування і є основою формування санаторно-курортного господарства.

Виїзний (зарубіжний) туризм – це подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни.

Відпочинок – це проведення часу, метою якого є відновлення нормального стану організму, переважно проходить в горизонтальному положенні, без впливу зовнішніх факторів (телефон, ноутбук, тощо).

В'їзний (іноземний) туризм – це подорожі в межах країни осіб, які постійно не проживають на її території.

Внутрішній маркетинг – це просування місії, цілей, товарів і послуг компанії серед її співробітників, переконання, що товар компанії – важливий і потрібний людям.

Внутрішній туризм – це подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.

Волонтерський туризм – це форма туризму, в якій люди добровільно беруть участь у різних благодійних або соціальних проектах під час подорожей.

Галерея – це комунікаційний простір у вигляді критого переходу (коридору), аркади, колонади, антресолі або подовженого балкона, що з'єднує приміщення чи частини будинку; може бути глухою, зашкленою чи не бути огороженою (крім перил).

Гастротуризм – це різновид туризму, пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій країн світу.

Географія туризму – це галузь науки, яка вивчає територіальні аспекти туризму: умови і ресурси, щоб забезпечити можливості туристської діяльності, види туристської діяльності, туристські установи.

Гід – це людина, що проводить екскурсії по визначних місцях, виставках, експозиціях, музеях, заповідниках, архітектурних спорудженнях, садово-паркових ансамблях і т. д.

Гідролікування – це використання з лікувальною метою прісної води (гідролікування) і мінеральної води (бальнеотерапія), яке включає в себе обливання, обтирання, укутування, ванни, душ; бальнеотерапія – мінеральні ванни.

Груповий тур – це заздалегідь сплановані поїздки, які мають певний маршрут і зазвичай проводяться під керівництвом гίδα.

Двосторонній маркетинг – це маркетинг організації сфери послуг, який передбачає, що якість послуги багато в чому залежить від якості взаємодії покупця з продавцем.

Дестинація – це географічна територія, яка є привабливою для туристів завдяки наявності унікальних або специфічних туристсько-рекреаційних ресурсів та відповідної інфраструктури, доведених до споживачів у вигляді готового туристичного продукту з метою задоволення їх найрізноманітніших потреб.

Еко-готель – це заклади гостинності, які функціонують за принципом гармонійного сусідства з природою, не забруднюючи навколишнього середовища.

Екологічна функція туризму – це одна з основних функцій туризму, яка полягає у збереженні та відтворенні природних ресурсів, а також у формуванні у людей екологічної свідомості та культури.

Екологічний туризм – це подорожі з метою ознайомлення з природою та її охороною.

Екологічний туризм – це тип туризму, що полягає у подорожах до природних недоторканих людиною та природоохоронних територій.

Екологічний туризм – це форма подорожі, сприятлива для навколишнього середовища.

Екологічні умови ринкового середовища – це сукупність факторів і параметрів, пов'язаних з впливом природного середовища на функціонування та розвиток бізнесу і ринкових відносин.

Економіка туризму – це галузь науки, яка вивчає економічні аспекти туризму: його роль в економічному розвитку країни, регіону, підприємства, економічні відносини, пов'язані з туризмом, та економічні наслідки туризму.

Економічні умови ринкового середовища – це сукупність факторів, які визначають економічну ситуацію на ринку, де відбувається купівля та продаж товарів і послуг.

Екотуризм – це вид активного відпочинку у межах неторканих природоохоронних територій, де поряд із науковопізнавальними, культурно-виховними і спортивнооздоровчими функціями акцентується увага на зв'язках між природним і соціальним середовищем, на наслідках антропогенного тиску; набуваються навички гармонійних стосунків природи і людини.

Екскурсійна служба – це підприємство або організація, яка надає послуги з організації та проведення екскурсій для туристів та інших клієнтів.

Екскурсійні бюро – це підприємство чи організація, яка спеціалізується на організації та проведенні екскурсій, турів та подорожей для клієнтів.

Етнографічний ресурс – це матеріальні та нематеріальні артефакти, що представляють культурну спадщину та традиції певної групи людей або етнічної спільноти.

Етнографічний туризм – це подорожі з метою ознайомлення з етнічними групами та їхньою культурою.

Етнотуризм – це різновид туризму, який здійснюється туристами на місця свого історичного проживання.

Ємність туристичного ринку – це обсяг реалізованих на ньому туристичних продуктів протягом певного періоду (як правило, за рік).

Зелений туризм – це проживання в сільській місцевості, далеко від галасливих міст.

Зовнішній маркетинг – це маркетингова стратегія, яка використовує креативні та нетрадиційні методи для просування продукту чи послуги.

Ієрархічна структура ринку – це відображає взаємозв'язок та взаємозалежність різних рівнів у системі постачання товарів чи послуг.

Індивідуальний тур – це відсутність шаблонів і планування маршрутів будь-якої складності з максимальним урахуванням побажань і можливостей клієнта.

Індустрія туризму – це сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

Інклюзив-тур – це найбільш поширений вид індивідуальної чи групової подорожі в організованому туризмі.

Інсентив-туризм (заохочувальний) – це вид ділового туризму, який об'єднує в собі бізнес мету та туристичні поїздки, що організовуються підприємствами та фірмами для своїх співробітників як винагорода за роботу.

Інтенсифікація туристсько-рекреаційного природокористування – це процес зростання обсягів та активності використання природних ресурсів для туризму та рекреації в який можна включати збільшення чисельності відвідувачів, частоти та тривалості відвідування, розширення туристичної інфраструктури, а також розвиток нових форм туризму.

Інформаційний обмін – це взаємообмін між клієнтами інформаційними матеріалами і програмами, завдяки якому прискорюється прийняття економічних, передусім управлінських, рішень.

Інфраструктура туризму – це сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

Інфраструктурне забезпечення – це сукупність об'єктів, споруд, систем та послуг, які забезпечують функціонування певного регіону, міста, території або підприємства.

Карта території – це графічне зображення певної області, регіону або місцевості, яке відображає її географічні ознаки, рельєф, гідрографію, транспортні мережі, межі ділянок землі, а також розташування важливих об'єктів, таких як міста, селища, парки, рекреаційні зони, пам'ятки архітектури тощо.

Каскадний-тур – це такий туризм, коли тривалість подорожі не перевищує 3-х діб.

Класична модель ринку – це теоретична концепція, що описує основні характеристики функціонування ринку та взаємодії між його учасниками.

Кліматичний ресурс – це складова частина природних ресурсів у кліматичній системі (насамперед в атмосфері), що зумовлюють функціонування, розвиток, продуктивність різних галузей економіки та діяльність людини і можуть бути використані для вирішення конкретної задачі в економіці або соціальній сфері.

Комунікаційна система туристичного ринку – це комплекс взаємозв'язаних елементів, що включає комунікаційні канали, інструменти, стратегії та процеси, що використовуються для передачі інформації про туристичні послуги, привабливості та можливості подорожей.

Конкурент – це суб'єкт або організація, яка діє у тому ж сегменті ринку і пропонує аналогічні або схожі товари чи послуги, які можуть задовольнити потреби споживачів.

Конкуренція – це економічний процес взаємодії та боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів, за отримання найбільших прибутків.

Корткочасний тур – це туристична подорож або відпочинок, який триває обмежений час, зазвичай кілька днів або навіть лише один день.

Культурна спадщина – це матеріалізована історія країни, свідчення культурного багатства й глибини національної історичної пам'яті.

Культурна функція туризму – це одна з основних функцій туризму, яка полягає в ознайомленні людини з культурою інших народів, їхньою історією, традиціями, звичаями, мистецтвом та архітектурою.

Культурно-антропологічний туризм – це інтерес до представників етносу в розвитку, з точки зору еволюції; відвідування країни з метою ознайомлення з сучасною «живою культурою».

Культурно-археологічний туризм – це інтерес до археології країни, відвідування пам'яток давнини, місць розкопок, участь у археологічних експедиціях.

Культурно-екологічний туризм – це інтерес до взаємодії природи та культури, до природно-культурних пам'яток, відвідування природно-культурних об'єднань, участь у культурно-екологічних програмах.

Культурно-етнічний туризм – це відвідування батьківщини предків, ознайомлення з культурною спадщиною свого народу, етнічних заповідних територій, етнічних тематичних парків.

Культурно-етнографічний туризм – це інтерес до культури народностей або народу, об'єктів, предметів та явищ національної культури, побуту, одягу, мови, народності, традицій етнічної творчості.

Культурно-історична пам'ятка – це об'єкт матеріальної або нематеріальної культури, який має історичну, археологічну, етнографічну, художню, наукову або іншу культурну цінність.

Культурно-історичний ресурс – це сукупність пам'ятників матеріальної і духовної культури, створених у процесі історичного розвитку даної території, які є об'єктами туристського інтересу.

Культурно-історичний туризм – це інтерес до історії країни, відвідування історичних пам'яток та пам'ятних місць, тематичних лекцій з історії та інших заходів).

Культурно-пізнавальний туризм – це подорож із пізнавальними цілями, яка знайомить туриста з культурними цінностями, розширює його кругозір.

Культурно-подієвий туризм – це інтерес до старовинних традиційних або сучасних культурних постановочних заходів або події (свята, фестивалі) та участь в них.

Культурно-релігійний туризм – це інтерес до видів релігії або релігії країни, відвідування культових споруд, місць паломництва, ознайомлення з релігійними традиціями, ритуалами та обрядами, тематичні лекції з релігії.

Курорт – це місце з природними лікувальними засобами (мінеральними джерелами, сприятливим кліматом, лікувальними грязями тощо), де є спеціальні установи та споруди для лікування й відпочинку хворих.

Курортно-лікувальний туризм – це вид туризму, пов'язаний з лікуванням та оздоровленням.

Курортологія – це розділ медицини, що вивчає лікувальні властивості природних факторів, механізми і шляхи їх впливу на організм людини, з метою відновлення здоров'я людини.

Лікувальна функція туризму – це одна з основних функцій туризму, яка полягає в оздоровленні та відновленні фізичного та психічного здоров'я людини.

Лікувально-оздоровчий туризм – це одночасно і традиційна, історично сформована практика, яка визначає мету подорожі, і сучасна індустрія світових масштабів.

Лікувально-оздоровчий туризм – це подорожі з метою оздоровлення та відпочинку в природних умовах.

Ліцензія – це документ, що демонструє певний дозвіл.

Ліцензування – це видача та переоформлення ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов, а також розпорядження про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування.

Ліцензування туристичної діяльності – це процедура, за якою уряд чи відповідний орган видає дозвіл на здійснення туристичної діяльності певним суб'єктам або організаціям.

Мальовничий ландшафт – це ландшафт, який викликає у людини естетичне задоволення, захоплення, почуття краси. Він може бути природним або створеним людиною.

Маркетинг – це діяльність для формування попиту та задоволення потреб споживачів. У широкому сенсі призначення маркетингу полягає в «визначенні та задоволенні людських і суспільних потреб».

Маркетингове середовище – це сукупність активних суб'єктів і сил, які діють за межами підприємства і впливають на можливості менеджерів ефективно організувати функціонування підприємства на ринку.

Маркетинговий аналіз – це постійний процес, який включає послідовні та об'єктивні заходи, які допомагають прийняти кращі маркетингові рішення у сфері визначення нових клієнтів і шляхів задоволення їхніх потреб.

Маршрут – це запланований шлях або послідовність місць, яку людина або група буде пройдено у певному порядку під час подорожі або екскурсії.

Маршрутно-транспортний тур – це форма туризму, яка передбачає організацію подорожі з використанням певного маршруту та транспортних засобів для відвідування різних туристичних об'єктів, міст або регіонів.

Мета подорожі – це те, що людина хоче досягти, здійснюючи подорож.

Міжнародний туризм – це подорож особи за межі постійного місця проживання, що включає перетин кордону та здійснюється на термін від однієї доби до року з пізнавальною, відпочинковою, оздоровчою чи іншою метою, без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування.

Міжрегіональний туризм – це вид туризму, який здійснюється між різними регіонами однієї країни.

Місцевий орган влади – це органи місцевого самоврядування, які реалізують державну політику у сфері туризму на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

Модель «ущільненого» ринку – це концепція, що визначається спробою покращити або оптимізувати роботу ринку шляхом збільшення концентрації продуктів або послуг у певній області або сегменті.

Молодіжний туризм – це подорожі та екскурсії дітей, юнацтва й молоді, під час яких реалізуються завдання освіти, виховання, всебічного розвитку, оздоровлення та психофізичної реабілітації особистості на основі використання туристичних ресурсів.

Музей – це науково-дослідний та культурно-освітній заклад, призначений для вивчення, збереження та використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, прилучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини.

Музейний туризм – це різновид туризму, специфіка якого полягає у використанні туристського потенціалу музеїв і територій, які до них прилягають.

Національна культурна спадщина – це сукупність успадкованих людством від попередніх поколінь матеріальних та нематеріальних об'єктів культурної спадщини.

Національний туризм – це сукупність внутрішнього та зарубіжного (виїзного) туризму, а також стан та розвиток туризму в межах державних кордонів, і визначається як частка туризму в національній економіці в сфері надання невиробничих послуг, також, система координації та співробітництва державних, суспільних, господарських організацій в сфері національної туристичної політики.

Нематеріальна культурна спадщина – це звичаї, форми показу та вираження, знання, навички, що передаються від покоління до покоління, постійно відтворюються спільнотами та групами під впливом їхнього досвіду, оточення, взаємодії з природою, історії та формують у них почуття самотності та наступності, сприяючи, таким чином, формуванню поваги до культурного розмаїття і творчості людини.

Неорганізований туризм (аматорський) – це різновид туризму, при якому туристи самі обирають район подорожі, спосіб пересування, тип ночівлі, якість та кількість харчування.

Об'єкт екскурсійного показу – це матеріальний або нематеріальний об'єкт, який має певну історичну, культурну, природну або іншу цінність і є предметом екскурсійного показу.

Оздоровчий заклад – це установа або заклад, призначений для надання різноманітних медичних, реабілітаційних та оздоровчих послуг для покращення здоров'я та благополуччя клієнтів.

Організований туризм – це подорожі індивідуалів чи груп туристів, організовані туристичним підприємством.

Особисте селянське господарство – це форма організації аграрного виробництва, здійснюваного працею членів сім'ї на основі їх приватної власності.

Оцінки природних благ – це процес визначення вартості та важливості природних ресурсів та екосистемних послуг, які надаються природою для людей та суспільства.

Пам'ятка культури та історії – це один із різновидів пам'яток культури, визначні місця, пов'язані з важливими історичними подіями, з життям та діяльністю відомих осіб, культурою та побутом народів.

Пам'ятка природи – це окремі унікальні природні об'єкти, що мають наукове, пізнавальне, історичне, культурно-естетичне значення.

Пізнавальний туризм – це різнопланові туристичні подорожі, поїздки, а також походи, основна ціль яких відвідування центрів туризму, регіонів, пам'яток місцевого та світового масштабу.

Подорож – це переміщення якоюсь певною територією з метою її вивчення, а також із загальноосвітньою, пізнавальною, спортивною цілями.

Політична стабільність території – це стан, коли урядові структури та політичні системи в даній області є стійкими, функціонують ефективно і не піддаються серйозним перепадам або загрозам від внутрішніх або зовнішніх чинників.

Політично-правові умови ринкового середовища – це набір законів, правил, регуляцій та політичних факторів, які впливають на функціонування підприємств і ринків.

Природна геосистема – це складні, цілісні, просторово-часові відкриті системи.

Природна спадщина – це об'єкти, які мають видатну універсальну цінність з погляду збереження, природної краси, естетики чи науки.

Природне середовище – це всі живі та неживі об'єкти, що природно існують на Землі або в деякій її частині (наприклад, довкілля країни).

Природничий туризм – це будь-які види туризму, які безпосередньо залежать від використання природних ресурсів в їх відносно незмінному стані.

Природно-антропогенна система – це складна взаємодія між природними процесами та впливом людської діяльності на навколишнє середовище.

Природно-кліматична зона – це частина географічного поясу з однорідними кліматичними умовами.

Природно-рекреаційний ресурс – це природні умови, об'єкти, явища, які сприятливі для рекреації — відновлення духовних і фізичних сил, витрачених під час праці, навчання, творчості.

Природоохоронні заходи – це комплекс екологічно спрямованих заходів, що проводить господарюючий суб'єкт для зниження і ліквідації негативного впливу антропогенної діяльності на навколишнє природне середовище.

Процес реалізації – це сукупність операцій з продажу готової продукції, виконаних робіт і наданих послуг споживачам.

Процес розрахунків – це послідовність дій і операцій, спрямованих на виконання платіжних обов'язків між двома або більше сторонами відповідно до умов угоди або домовленостей.

Процес споживання – це процес, при якому товари або послуги використовуються споживачами для задоволення власних потреб та бажань.

Реабілітаційний туризм – це форма туризму, спрямована на відновлення здоров'я, фізичного та психічного благополуччя після травм, захворювань або інвалідності.

Регіональний аналіз – це економіко-географічний аналіз факторів регіонального розвитку, який використовується для пізнання закономірностей і особливостей розвитку туризму в конкретних районах.

Регіональний туризм – це вид туризму, що акцентується на відвідуванні та вивченні конкретного регіону чи території.

Рекреаційна географія – це комплексна географічна наука і навчальна дисципліна, яка вивчає територіальну організацію рекреаційного господарства та особливості рекреаційної діяльності людини в межах певних територій – територіальних рекреаційних систем різних типів і рангів.

Рекреаційна діяльність – це один із комплексних видів життєдіяльності людини, спрямований на оздоровлення і задоволення духовних потреб у вільний від роботи час.

Рекреаційна діяльність – це управлінські та економічні заходи, що спрямовані на використання вільного часу для оздоровчої, лікувальної та культурної діяльності.

Рекреаційна сфера – це галузь діяльності, яка спрямована на забезпечення відпочинку, розваг та відновлення сил для людей.

Рекреаційна функція туризму – це відновлення не тільки фізичних, інтелектуальних, а й моральних якостей людини.

Рекреаційне ресурсовикористання – це процес ефективного та стійкого використання різноманітних ресурсів для задоволення потреб у відпочинку, розвагах та рекреації людей.

Рекреаційне ресурсоспоживання – це процес використання різноманітних ресурсів для організації та проведення відпочинку, розваг та рекреаційних заходів.

Рекреаційний туризм – це індустрія відновлення духовних, фізичних, моральних, етичних сил передбачає широкі можливості для надання послуг.

Рекреаційні ресурси – це об'єкти, явища і процеси природного та антропогенного походження, що використовуються або можуть бути використані для розвитку рекреації і туризму, які є матеріальною і духовною основою формування територіальної рекреаційної системи різного типу і таксономічного рангу.

Рекреаційні ресурси – це сукупність природно-технічних, природних, соціально-економічних комплексів та їх елементів, що сприяють відновленню та розвитку духовних та фізичних сил людини, її працездатності.

Рекреаційно-туристична спеціалізація – це підготовка фахівців у галузі туризму з акцентом на розвиток та організацію рекреаційних програм та послуг для туристів.

Рекреаційно-туристська самоорганізація населення – це процес, за якого люди організовують свої власні відпочинкові та туристичні заходи без прямого втручання з боку офіційних туристичних агентств або організацій.

Рекреація – це система заходів, пов'язана з використанням вільного часу людей для їх оздоровчої, культурно-ознайомчої та спортивної діяльності на спеціалізованих територіях, які розміщені поза їхнім постійним помешканням.

Релігійний туризм – це вид туристичних переміщень представниками різних конфесій із культурною метою. Інтерес до такого виду туризму як окремої туристичної галузі зростає й викликає додатковий інтерес.

Реставрація пам'яток історії та культури – це комплекс ремонтно-реставраційних робіт, які виконують на підставі науково-проектної документації з метою подальшого збереження пам'ятки.

Ринок – це сукупність відносин (актів) купівлі-продажу товарів і послуг; спосіб взаємодії виробників і споживачів, заснований на децентралізованому, безособовому механізмі цінових сигналів.

Ринок виробника турпродукту – це сегмент ринку, на якому компанії, що займаються розробкою та виробництвом туристичних продуктів і послуг, конкурують між собою за можливість надати свої послуги іншим компаніям у галузі туризму, які потім продають ці продукти кінцевим споживачам.

Ринок збуту – це будь-який економічний простір для пропозиції товарів і послуг, що є кінцевою метою господарської діяльності підприємства.

Ринок постачання – це сегмент ринку, де підприємства або постачальники продають товари, послуги або ресурси іншим компаніям або організаціям.

Ринок споживача турпродукту – це сегмент ринку, на якому туристичні компанії продають свої послуги та продукти безпосередньо кінцевим споживачам, які є потенційними туристами.

Регіональний ринок туристично-рекреаційних послуг – це підсистема національного ринку туризму, що функціонує в межах певної території (регіону, області, курортної зони), де на основі локальних природних, історико-культурних, соціально-економічних ресурсів формується попит і пропозиція туристично-рекреаційних послуг, здійснюється їх реалізація, а також відбувається конкурентна взаємодія суб'єктів господарювання за участі місцевих органів влади та громад.

Ринок туристично-рекреаційних послуг – це система економічних, соціальних та організаційних відносин між виробниками та споживачами туристичних і рекреаційних благ, яка функціонує на основі попиту і пропозиції, регулюється ринковими та інституційними механізмами і забезпечує задоволення потреб населення у відпочинку, подорожах, оздоровленні та дозвіллі.

Ринок туристичних послуг – це специфічна сфера економічних відносин, у межах якої здійснюється формування, просування, обмін і споживання туристичних благ (послуг, продуктів, вражень) між суб'єктами туристичної діяльності та споживачами з урахуванням попиту, пропозиції, ціни, конкуренції та державного регулювання.

Розважальна сфера – це галузь діяльності, спрямована на надання розваг, відпочинку та розваг для людей, яка включає в себе широкий спектр розважальних послуг, програм та закладів, які задовольняють різноманітні потреби відпочинку та розваг.

Розробка туристичних продуктів – це процес створення та організації унікальних та привабливих для туристів послуг, програм або пакетів, спрямованих на задоволення їхніх потреб, бажань та очікувань під час подорожей.

Садиба зеленого туризму – це приватний будинок або комплекс, розташований у сільській місцевості, який здається туристам для відпочинку.

Самодіяльна туристична організація – це група людей або організація, яка самостійно організовує подорожі, туристичні заходи та інші події без залучення професійних туроператорів чи турагентств.

Санаторно-курортна установа – це заклад охорони здоров'я, що забезпечує надання громадянам послуг лікувального, профілактичного та реабілітаційного характеру з використанням природних лікувальних ресурсів курортів (лікувальних грязей та озокериту, мінеральних та термальних вод, ропи лиманів та озер, природних комплексів із сприятливими для лікування умовами тощо) та із застосуванням фізіотерапевтичних методів, дієтотерапії, лікувальної фізкультури та інших методів санаторно-курортного лікування.

Світова культурна спадщина – це поняття, яке використовується ЮНЕСКО (Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури) для опису унікальних об'єктів, місць та традицій, які мають велике культурне, історичне, архітектурне або етнічне значення для всього світового співтовариства.

Сезонний тур – це туристичний маршрут або подорож, який зазвичай організовується та здійснюється лише певним часом року в залежності від погодних умов, клімату, природних явищ або сезонності подій.

Сезонність – це наявність коливань, які відбуваються через певні регулярні проміжки часу менше року, наприклад щомісяця чи щокварталу.

Сертифікація в туризмі – це процедура, яка підтверджує відповідність туристичної послуги нормам і правилам, установленим державою для таких послуг.

Ситуаційний аналіз – це перший крок у проведенні аналізу кон'юнктури ринку, який включає вивчення всієї інформації про фірму (компанію), асортимент її продукції; стан туристського ринку; індустрії гостинності в цілому; конкретний сегмент індустрії гостинності, де функціонує дане підприємство; демографічна ситуація в районі функціонування підприємства; засоби масової інформації; шляхи стимулювання збуту туристського продукту.

Сільська садиба – це розташований в сільській місцевості та пропонується для тимчасового розміщення туристів житловий будинок з земельною ділянкою, в якому постійно проживає сільський господар та/або

члени його родини, що належить на праві власності 76 сільському господарю або будь-кому з членів родини, які постійно проживають разом з ним.

Сільський аграрний туризм – це вид туризму, який передбачає тимчасовий виїзд особи з місця проживання в сільську місцевість в оздоровчих, пізнавальних чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності.

Сільський зелений туризм – це специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону.

Сільський туризм (rural tourism) – це відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях.

Сімейний туризм – це подорож, яку здійснює сім'я з дітьми, який має ряд переваг, як для дітей, так і для батьків.

Соціалізація туризму – це процес інтеграції туризму в суспільство, який передбачає його гармонійний розвиток з урахуванням інтересів всіх учасників туристичного процесу.

Соціальна інфраструктура – це комплекс галузей, які безпосередньо пов'язані зі створенням загальних умов для відтворення робочої сили і забезпечення нормальної життєдіяльності людей.

Соціальна функція туризму – це одна з основних функцій туризму, яка полягає в задоволенні соціальних потреб людини, таких як потреба в спілкуванні, пізнанні, відпочинку, самовираженні.

Соціальнокультурні умови ринкового середовища – це сукупність соціокультурних факторів, які впливають на споживчі уподобання, поведінку споживачів, а також на взаємовідносини між учасниками ринку.

Спа-курорти – це міста, які пропонують лікування мінеральними та морськими водами, водоростями та солями, лікувальними грязями та цілющими рослинами.

Спелеоресурс – це комплекс підземних компонентів (об'єми порожнин, гірські породи – відклади, підземна атмосфера, підземні та карстові води, донні відклади, біота), які формують унікальну інтерактивну систему в печерах та порожнинах.

Споживання туристичного продукту – це процес, що включає цілий ряд окремих процесів: вибір туристичного продукту, купівля, користування.

Споживач – це фізична особа, яка купує, замовляє, використовує, або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю, або виконанням обов'язків найманого працівника.

Споживач турпродукту – це особа або група осіб, які купують або використовують туристичні послуги або продукти для задоволення своїх потреб у відпочинку, подорожах або інших цілях.

Спортивний туризм – це подорожі з метою участі в спортивних змаганнях або просто для активного відпочинку.

Сприятливий клімат – це клімат, який відповідає певним потребам людини або живих організмів.

Стандартизація – це діяльність, що полягає в установленні положень для загального та неодноразового використання щодо наявних чи потенційних завдань і спрямована на досягнення оптимального ступеня впорядкованості в певній сфері.

Структура ринку – це сукупність окремих видів ринку у межах національної економіки, або внутрішнього ринку, а також регіональних, світового у межах світового господарства і взаємодія між ними.

Суб'єкти агротуристичної діяльності – це особисте селянське господарство, фермерське господарство, сільськогосподарський обслуговуючий кооператив, фізичні особи – споживачі агротуристичних послуг.

Суб'єкт туристичного ринку – це особа, яка бере участь у створенні, просуванні та реалізації туристичних продуктів і послуг.

Територіальна рекреаційна система – це свого роду просторово організована на території певного таксономічного рангу сукупність рекреаційних установ, що функціонують на основі використання ресурсів цієї території і просторово-територіально між собою пов'язані.

Територіальна структура ринку – це організація ринку з урахуванням його географічного розташування, поділу на регіони або території.

Територіально рекреаційна система – це система взаємопов'язаних, природних, природно-соціальних, і соціальних компонентів, функціонування яких спрямоване на забезпечення рекреаційного попиту населення.

Технологічні умови ринкового середовища – це сукупність технічних засобів, наукових досягнень та інновацій, які впливають на процеси виробництва, збуту, зв'язку та взаємодії на ринку.

Точковий елемент туристичної інфраструктури – це окремий об'єкт або місце, яке є складовою частиною загальної туристичної інфраструктури і може привертати увагу туристів як самостійний об'єкт.

Транспортна інфраструктура – це сукупність об'єктів (підприємств, закладів), які займаються ремонтом, будівництвом та реконструкцією, а також експлуатаційним утриманням доріг, мостів та інших дорожніх шляхів.

Тривалий тур – це туризм, термін подорожі при якому більше 3-х діб.

Тур – це комплекс туристичних благ, послуг та товарів, представлений у вигляді програми, складеної з урахуванням індивідуальних побажань, в межах якої реалізується мета перебування людини поза постійним місцем проживання, і комплекс заходів по її реалізації на відповідному якісному рівні.

Турагентство – це компанія, яка реалізує туристичні продукти, тобто продає туристам путівки, організовує екскурсії та інші послуги.

Туризм – це ряд явищ і взаємин у результаті подорожей людей, доти, доки не призводить до їхнього постійного перебування у визначеному місці і не пов'язане з одержанням ними якої-небудь вигоди (прибутку).

Турист – це особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з незабороненим законом країни перебуванням на термін від 24 год до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

Турист – це фізична особа, яка здійснює поїздку з метою відпочинку, туризму, лікування, ділового чи іншого виду діяльності.

Туристична асоціація – це організація, яка об'єднує представників туристичної галузі, такі як готелі, ресторани, туроператори, турагенти, атракціони, місцеві туристичні організації та інші суб'єкти, з метою спільної роботи над розвитком та просуванням туризму в певній локації або регіоні.

Туристична атракція – це комплекс розваг і заходів, зорієнтованих на формування позитивних вражень у туристів.

Туристична діяльність – це діяльність з надання різноманітних туристичних послуг відповідно до вимог цього закону та інших актів законодавства України.

Туристична інформація – це будь-яка інформація, яка надається туристам або подорожуючим з метою планування, організації та проведення подорожі.

Туристична інфраструктура – це сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

Туристична мотивація – це спонукання людини, спрямовані на задоволення рекреаційних потреб і туристичного інтересу, залежно від його індивідуальних фізіологічних і психологічних особливостей, системи поглядів, цінностей, схильностей, освіти і так далі.

Туристична подорож – це мандрівка чи поїздка, яка зазвичай здійснюється з метою відпочинку, відкриття нових місць, культур та традицій, а також для отримання нового досвіду та незабутніх вражень.

Туристична послуга – це результат діяльності туристичного підприємства із задоволення відповідних потреб туристів.

Туристична пропозиція – це сукупність послуг і продуктів, які подаються на розгляд клієнта, котрий бажає здійснити туристичну подорож.

Туристична спілка – це об'єднання представників туристичної галузі, які працюють разом з метою захисту та розвитку інтересів та потенціалу туризму у певній локації або регіоні.

Туристичне агентство – це підприємство, яке спеціалізується на організації та наданні послуг у сфері туризму.

Туристичне підприємство – це самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи, здійснює комерційну та науково-дослідну діяльність із метою отримання прибутку; юридична особа, яка займається виробництвом і реалізацією туристичних послуг.

Туристичний бізнес – це вид підприємницької діяльності з виробництва послуг та товарів туристичного призначення, які реалізуються на туристичному ринку з метою отримання прибутку.

Туристичний експорт – це вивезення з країни туристських вражень, яке супроводжується одночасним ввезенням туристом грошей у цю країну.

Туристичний імпорт – це ввезення в країну туристських вражень, яке супроводжується одночасним вивезенням туристом грошей з цієї країни.

Туристичний інтерес – це бажання людини реалізувати отриману ним інформацію про туристські ресурси через здійснення подорожі.

Туристичний об'єкт – це природний або антропогенний об'єкт, придатний для використання в туризмі.

Туристичний оператор – це юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність.

Туристичний попит – це сукупність туристичних благ, послуг і товарів, які туристи схильні придбати за визначеного рівня цін.

Туристичний потенціал території – це ємне, багатоаспектне поняття, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму.

Туристичний продукт – це специфічні споживчі блага (сукупність товарів, послуг і дійсних туристичних благ: клімат, ландшафт, акваторії тощо), які задовольняють потребу подорожуючої людини і сприяють здійсненню мети подорожі.

Туристичний регіон – це територія, яка має певні ознаки привабливості для туриста, забезпечена туристською інфраструктурою і системою організації туризму.

Туристичний реекспорт – це процес, коли туристичні послуги або продукти придбані або отримані в одній країні, а потім використані чи продані у іншій країні.

Туристичний ринок – це система відносин, сформована попитом (турист) і пропозицією (індустрія туризму) щодо формування та споживання туристичного продукту; сфера задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних зі змістовним проведенням дозвілля в подорожі, розвиток якого ґрунтується на об'єктивних процесах зростання та урізноманітнення суспільних потреб і відповідному йому поглибленні суспільного поділу праці; сфера задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних з відпочинком, змістовним проведенням дозвілля чи оздоровленням.

Туристичний центр – це місцевість або об'єкт, які приваблюють туристів завдяки наявності специфічних рекреаційних ресурсів, переваг транспортно-географічного положення і доступної для туриста інформації про це.

Туристичний центр – це область або місцевість, яка привертає значну кількість туристів і відвідувачів.

Туристично-інформаційний центр – це система, яка надає можливість мешканцям регіону отримувати будь-яку інформацію, яка буде корисною та привабливою для туристів, дізнатись про основні туристичні об'єкти, природні, археологічні, історичні, культурні та духовні пам'ятки, культурні та культурно-розважальні заклади, готелі, санаторії, бази відпочинку, головні туристичні маршрути, обласні та районні свята і фестивалі, туристичні компанії і послуги, а також багато іншої інформації стосовно туризму і відпочинку в регіоні.

Туристично-рекреаційна система – це комплекс взаємопов'язаних та взаємодіючих об'єктів, ресурсів, послуг і інфраструктури, 65 спрямованих на задоволення потреб та інтересів туристів і рекреаційних користувачів.

Туристично-рекреаційний комплекс – це інтегрована система туристичних та рекреаційних об'єктів, послуг і інфраструктури, яка створюється для забезпечення різноманітних видів відпочинку та розваг для відвідувачів.

Туристсько-рекреаційне природокористування – це сукупність усіх процесів використання рекреаційно-туристичних ресурсів та елементів оточуючого природного середовища для забезпечення рекреаційних потреб населення і вплив туристів та рекреантів на природні рекреаційні ландшафти.

Туристсько-рекреаційний потенціал – це ресурси, які можуть бути задіяні за певних умов (реставрація, реконструкція, розвиток транспортної, туристичної інфраструктури, формування кон'юнктури ринку тощо).

Туроператор – це юридична особа, створена згідно із законодавством України, для якої виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність.

Угода – це домовленість громадян і організацій стосовно встановлення, зміни або припинення цивільних прав або обов'язків. Угоди можуть бути односторонніми і дво- чи багатосторонніми (договір).

Умови території – це характеристики та фактори, які визначають або впливають на природні та антропогенні умови конкретної території або області.

Фіторесурс – це комплекс природних компонентів, пов'язаних із рослинністю в певній території.

Цілорічний тур – це туристична подорож або маршрут, який можна здійснити протягом усього року, без обмеження на певний сезон чи період.

Ціна – це фундаментальна економічна категорія, яка означає кількість грошей, за яку продавець згоден продати, а покупець готовий купити одиницю товару (певної цінності, в т.ч. нематеріальної, наприклад, знання).

Ціноутворення – це процес встановлення і розробки ціни на товари та послуги (цінності).

Рекомендована література

Основна:

1. Лагодієнко В.В., Павлов К.В., Павлова О.М., Саркісян Г.О. Інноваційна діяльність на регіональних туристичних ринках: модернізація та регулювання: монографія / В.В. Лагодієнко, К.В. Павлов, О.М. Павлова, Г.О. Саркісян. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. 402 с. URL: <https://surl.li/kgahqj>
2. Регулювання соціально-економічної активності на регіональних ринках туристичних послуг : монографія / О.М. Павлова, К.В. Павлов, Л.В. Ільїн, К.А. Зайчук. Луцьк : ФОП Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2021. 170 с. URL: <https://surl.lu/hgxlad>
3. Стратегія розвитку національного туризму : конспект лекцій / Тарас Петрович Безсмертнюк. Луцьк : ПП Іванюк В. П., 2023. 68 с. URL: <https://surl.li/tdoncz>
4. Трансформація туристично-рекреаційної сфери в Україні: виклики війни, глобальні зміни та інноваційні рішення: колективна монографія / за заг. ред. проф. Г. В. Машіки, Н. Ф. Габчак. Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2025. 360 с. URL: <https://surl.lu/oprgob>
5. Туристичне районування територій: конспект лекцій / І.В.Литвиненко. К.: КНУБА, 2023. 90 с. URL: <https://surli.cc/ykkfgv>

Допоміжна:

1. Горіна Г.О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: монографія. Кривий Ріг : Видавець ФОП Чернявський Д.О., 2016. 305 с. <https://surli.cc/uvumom>
2. Долинська О.О. Туристичний комплекс Хмельницької області: сучасний стан та перспективи розвитку : наукове видання. Кам'янець Подільський : ПП «Медобори-2006», 2016. 96 с.
3. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник / Н. В. Корж, Д. І. Басюк. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
4. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-тє вид., перероб. і допов. Київ : Альтерпрес, 2005. 436 с.
5. Марусей Т. В. Безбар'єрність в туризмі та гостинності в умовах сьогодення: регіональний аспект. Агросвіт. 2025. № 7. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/agrosvit/issue/view/211>
6. Марусей Т. В. Гастрономічна спадщина Поділля в галузі гостинності. Ефективна економіка. 2024. № 6. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/4019>

7. Марусей Т. В. Екологічні інновації як пріоритетний напрям сталого розвитку регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг. *Ефективна економіка*. 2025. №6. <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/6786/6888>
8. Марусей Т. В. Інноваційні технології як інструмент розвитку ринку туристичних послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. №12. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/6705>
9. Марусей Т. В. Туристичні кластери як інноваційний інструмент розвитку регіональних ринків туристичних послуг. *Агросвіт*. 2025. №12. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/6677>
10. Марусей Т. В., Матвейчук Л.О. Особливості стратегічного управління туристичною діяльністю та його місце в системі управління регіональним ринком туристично-рекреаційних послуг. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2025. №8. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/dy/article/view/7242>
11. Марусей Т. В., Матвейчук Л.О. Стратегічне планування в системі управління розвитком регіонального ринку туристичних послуг. *Ефективна економіка*. 2025. №8. <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/7280>
12. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В.Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2018. 262 с.
13. Просторова організація туристично-рекреаційної сфери регіону: монографія / За загальною редакцією д.е.н., проф. В.В. Папп. Мукачєво: Редакційно-видавничий центр МДУ, 2016. 268 с.
14. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: монографія / Г.О. Горіна. Кривий Ріг : Видавець ФОП Чернявський Д.О., 2016. 305 с.
15. Сталий розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України [Текст] : монографія / Наталія Володимирівна Павліха, Ірина Олександрівна Цимбалюк, Анастасія Юрійівна Савчук. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 221 с. URL: <https://surl.li/vxoyqg>
16. Управління регіональним розвитком туризму: Навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова. Одеса, 2011. 225 с.
17. Управління сталим розвитком індустрії туризму: монографія / А.В. Стойка, К.А. Горюнова. Київ : МДУ, 2024. 161 с.
18. Формування і розвиток регіонального туристично-рекреаційного комплексу / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини, Навч.-наук. ін-т економ. та бізнес-освіти ; за ред. І. М. Поворознюк ; рец.: Чирва О. Г., Басюк Д. І., Пенькова О. Г. Умань : Візаві, 2019. 195 с.

19. Шоробура І.М., Гільберг Т.Г., Долинська О.О. Хмельниччина: туристичний потенціал : наукове видання. Хмельницький : Видавець ФОП Заколотний М.І., 2016. 281 с.
20. Marusei T. Innovative strategies and triggers for the development of the tourism and hotel-restaurant business in crisis conditions. V. Yurovchyk, T. Zubekhina. Ефективна економіка. 2023. № 9. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2172>
21. Tendencias y características del desarrollo de la industria turística Ucraniana en condiciones de guerra y perspectivas de salida a la crisis. / Marusei T. Revista De La Universidad Del Zulia, (2024). 15(42), 407-427. <https://doi.org/10.46925//rdluz.42.23> (Web of Science Core Collection)

Інформаційні ресурси:

1. Дія. Освіта. [Безбар'єрність у галузі гостинності. Як туристичні локації зробити доступними для людей з інвалідністю.](https://osvita.diia.gov.ua/courses/accessibility-in-the-field-of-hospitality) Освітній серіал. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/accessibility-in-the-field-of-hospitality>
2. Дія. Освіта. [Мистецтво готельного бізнесу.](https://osvita.diia.gov.ua/courses/the-art-of-hotel-service) Як зробити так, щоб гість бажав повертатися в готель. Освітній серіал. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/the-art-of-hotel-service>
3. Дія. Освіта. Як туристичні ініціативи змінюють громади. Базові знання про туристичну індустрію та її вплив на економіку регіону. Освітній серіал. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/how-tourism-initiatives-change-communities>
4. Академія NTO.UA. Управління дестинаціями і роль DMO. Навчальний онлайн-курс. URL: <https://academy.nto.ua/destinationmanagement.html>
5. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р.: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
6. Програма розвитку туризму в Хмельницькій області на 2021-2025 роки. URL: <https://www.adm-km.gov.ua/?p=78829>
7. Програма розвитку туризму в Хмельницькій області на 2021-2027 роки. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/strategiyarozvytku-hmelnyczkoyi-oblasti-na-2021-2027-roky>.
8. Стратегія розвитку Хмельницької області на 2021-2027 роки. Рішення Хмельницької обласної ради від 20.12.2019 р. № 49-29/2019. Хмельницька обласна рада. URL : <https://km-oblrada.gov.ua/ctrategiya regionalnogo-rozvitku-khme/>

