**Лекція 1 на тему:**

**"Основні положення моніторингу проведення світового ринку туристичних послуг"**

**1. Суть і поняття моніторингу**

Спочатку давайте розглянемо суть і поняття моніторингу в контексті світового ринку туристичних послуг. **Моніторинг** - це систематичний процес збору, аналізу та оцінки даних для визначення стану і динаміки певного явища чи процесу. У нашому випадку, моніторинг стосується світового ринку туристичних послуг і допомагає розуміти, як він функціонує та які чинники впливають на його розвиток.

**Методи та інструменти моніторингу**

Для здійснення моніторингу світового ринку туристичних послуг використовуються різні методи та інструменти. Це може включати в себе збір інформації через опитування, аналіз статистичних даних, спостереження за трендами у галузі, використання сучасних технологій, таких як аналітика даних та штучний інтелект. Важливо визначити, які саме методи та інструменти найбільше підходять для моніторингу конкретних аспектів ринку туристичних послуг.

**2. Сутність функціонування світового ринку готельних і ресторанних послуг**

***Роль готелів та ресторанів у туристичній галузі***

Готелі та ресторани відіграють важливу роль у туристичній галузі. Готелі надають проживання для туристів, а ресторани - можливість харчуватися під час подорожей. Розглянемо, як ці послуги впливають на світовий ринок туристичних послуг та як їх функціонування може бути об'єктом моніторингу.

***Тенденції та особливості глобального ринку готельних та ресторанних послуг***

Ринок готельних і ресторанних послуг піддається постійним змінам і впливам різних факторів. Моніторинг допомагає виявляти тенденції та особливості цього ринку, такі як зміни в попиті, конкуренція між готелями і ресторанами, розвиток нових технологій та зміни в попиті споживачів.

**3. Фактори, що впливають на коливання економічних показників**

***Економічні фактори***

Економічні фактори, такі як валютні курси, інфляція, економічна стабільність країн, впливають на коливання економічних показників у туристичній галузі. Моніторинг допомагає розуміти, які фактори мають найбільший вплив на ринок туристичних послуг та як їх можна передбачити.

***Політичні та соціокультурні фактори***

Політичні події та соціокультурні тренди також мають значення для туристичної галузі. Наприклад, політичні конфлікти можуть вплинути на безпеку подорожей, а зміни в культурних практиках можуть змінити попит на певні види туризму. Моніторинг допомагає виявляти ці впливи та адаптуватися до них.

***4. Система показників моніторингу світового ринку туристичних послуг***

***Ключові показники ефективності***

Для моніторингу світового ринку туристичних послуг використовуються різні ключові показники ефективності, такі як обсяги туристичного ринку, виручка готелів та ресторанів, рейтинги клієнтів, витрати на рекламу та інші. Ці показники допомагають визначити, як галузь розвивається та які аспекти потребують уваги.

***Соціокультурні та середовищні показники***

У моніторингу також важливо враховувати соціокультурні та середовищні показники, такі як рівень задоволення туристів, сталість та сталість галузі, вплив на навколишнє середовище. Ці показники допомагають визначити рівень якості послуг та їхній вплив на споживачів та природне середовище.

***Прогнозування та стратегічне планування***

Моніторинг світового ринку туристичних послуг також використовується для прогнозування майбутніх тенденцій та розробки стратегій. Він допомагає компаніям та організаціям визначити, які кроки потрібно зробити для досягнення успіху в майбутньому.

***Висновки***

Моніторинг проведення світового ринку туристичних послуг є важливим інструментом для розвитку та управління туристичною галуззю. Він допомагає розуміти складні економічні, політичні та соціокультурні зміни, що відбуваються у світі, та адаптуватися до них, забезпечуючи сталість та успіх у цій важливій галузі.