

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА
імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до самостійної роботи з дисципліни

КОН'ЮНКТУРНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАЛУЗЕВОГО РИНКУ

*(для студентів 6-го курсу заочної форми навчання
освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст,
спеціальностей 7.14010101 – Готельна і ресторанна справа,
7.14010301 – Туризмознавство (за видами))*

Методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни «Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку» (для студентів 6-го курсу заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст, спеціальностей 7.14010101 – Готельна і ресторанна справа, 7.14010301 – Туризмознавство (за видами)) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад. : О. М. Радіонова, Л. В. Оболенцева. – Харків : ХНУМГ, 2015. – 24 с.

Укладачі: **к. е. н., доц. О. М. Радіонова**
к. е. н., доц. Л. В. Оболенцева

Рецензент: д. е. н., проф. І. М. Писаревський

Затверджено на засіданні кафедри туризму і готельного господарства, протокол № 1 від 28.08.2013 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1. Зміст навчальної дисципліни	5
2. План самостійної роботи з навчальної дисципліни.....	6
3. Рекомендації до організації самостійної роботи	9
4. Критерії оцінювання знань студентів	13
5. Контрольні запитання.....	14
СПИСОК ДЖЕРЕЛ	19

ВСТУП

Успішна діяльність туристського підприємства в сучасних ринкових умовах в значній мірі залежить від вміння правильно визначити та послідовно здійснювати аналіз стану індустрії туризму, що можна здійснити в результаті правильного та науково обґрунтованого дослідження. Крім того, оволодіння багатим арсеналом методів економіко-статистичної та економіко-математичної обробки даних з використанням сучасних комп'ютерних технологій є важливою складовою професійної підготовки спеціалістів з туризму та готельно-ресторанної справи.

Вивчення дисципліни «Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку» передбачає засвоєння навчального матеріалу у вільний від аудиторних занять час у формі самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи (курсового проекту), призначеної формувати практичні навички роботи студентів із спеціальною літературою, орієнтувати їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань та глибоке вивчення теоретичних і практичних проблем функціонування туріндустрії для підвищення якості професійної підготовки управлінських кадрів для підприємств готельного, курортного, ресторанного та туристського бізнесу.

Самостійна робота над засвоєнням навчального матеріалу з дисципліни може виконуватися в бібліотеці, навчальних кабінетах та лабораторіях. Раціональна організація самостійної роботи вимагає від студента умілого розподілу свого часу між аудиторною та позааудиторною роботою. Виконання завдань із самостійної та індивідуальної роботи є обов'язковим для кожного студента.

Завершальною формою самостійної роботи студентів є підготовка до заліку та екзамену. Така робота базується на систематичному вивченні лекційного матеріалу, питань, що розглянуті на практичних заняттях, а також проблемних питань, досліджених самостійно та вміння логічно викладати їх сутність.

1. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1.1 – Розподіл часу за модулями і змістовими модулями та форми навчальної роботи студента (для спеціальності 7.14010101 – «Готельна і ресторанна справа»)

Спеціальність, спеціалізація (шифр, аббревіатура)	Всього, кредит / годин	Семестри	Години								Залік, іспит (триместр/семестр)
			Аудиторні	У тому числі			Самостійна робота	У тому числі			
				Лекції	Практичні	Лаборатор		Контр. роб.	КП	РГР	
7.14010101 – «Готельна і ресторанна справа»	2/72	10	10	2	2	6	62	15	-	-	10(с)
	2/72	11	8	2	2	4	64	-	30	-	11(с)

Таблиця 1.2 – Розподіл часу за модулями і змістовими модулями та форми навчальної роботи студента (для спеціальності 7.14010301 – «Туризмознавство»)

Спеціальність, спеціалізація (шифр, аббревіатура)	Всього, кредит / годин	Семестри	Години								Залік, іспит (триместр/семестр)
			Аудиторні	У тому числі			Самостійна робота	У тому числі			
				Лекції	Практичні	Лаборатор		Контр. роб.	КП	РГР	
7.14010301 – «Туризмознавство»	2,5/90	10	10	2	2	6	80	15	-	-	10(с)
	2,5/90	11	8	2	2	4	82	-	30	-	11(с)

Таблиця 1.3 – Структура залікового кредиту навчальної дисципліни

Тема	Кількість годин				
	Лекції	Практичні заняття	Лабораторні заняття	Самостійна робота	
				ТУР	ГРС
1	2	3	4	5	6
Модуль 1. Теоретичні основи та методики кон'юнктурних досліджень					
ЗМ 1.1. Теоретичні засади кон'юнктурних досліджень галузевого ринку					
Тема 1. Роль і місце кон'юнктурних досліджень у системі ринкових відносин	0,25	0,25	-	23	18
Тема 2. Інформаційне і програмне забезпечення кон'юнктурних досліджень	0,25	0,25	6	23	18
Тема 3. Дослідження рівноваги в економіці	0,5	0,5	-	23	18
ЗМ 1.2. Основи методики кон'юнктурних досліджень					
Тема 4. Особливості та специфіка методики дослідження кон'юнктури галузевого ринку	0,5	0,5	-	23	18

Продовження таблиці 1.3

1	2	3	4	5	6
Тема 5. Характеристика кон'юнктурних показників	0,5	0,5	-	23	18
Модуль 2. Прикладні положення кон'юнктури галузевого ринку					
ЗМ 2.1. Аналіз та прогнозування кон'юнктури галузевого ринку					
Тема 6. Методи аналізу кон'юнктури галузевого ринку	1	1	2	24	18
Тема 7. Організація та розробка кон'юнктурних прогнозів	1	1	2	23	18
Всього	4	4	10	162	126

2. ПЛАН САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ 1. Теоретичні основи та методики кон'юнктурних досліджень

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.1. Теоретичні засади кон'юнктурних досліджень галузевого ринку

Тема 1. Роль і місце кон'юнктурних досліджень у системі ринкових відносин

Перелік основних завдань

1. Сутність кон'юнктури ринку й кон'юнктурних досліджень.
2. Основні завдання кон'юнктурних досліджень ринку.
3. Характеристика підходів до визначення поняття «кон'юнктура»
4. Дослідження підходів до класифікації видів кон'юнктури.
5. Історичний досвід дослідження економічної кон'юнктури.

Питання для дискусії

1. У чому полягає науковий підхід до проведення кон'юнктурного дослідження?

2. У чому полягає різниця у поглядах С. Первушина, В. Репке, І. Біляєвського та інших учених щодо кон'юнктурного феномена?

Джерела: основні [1, 2, 7-9, 15]; додаткові [9, 10, 20, 25, 30-36, 38, 40-44, 50-52, 54, 61].

Тема 2. Інформаційне і програмне забезпечення кон'юнктурних досліджень

Перелік основних завдань

1. Методи збирання первинної інформації.
2. Характеристика комп'ютерних технологій, які використовують в кон'юнктурних дослідженнях.
3. Процедура описування об'єкта кон'юнктурних досліджень.
4. Порівняльна характеристика графічних методів аналізу.

Питання для дискусії

1. У чому полягають особливості обробки даних при використанні сучасних комп'ютерних технологій?

2. Яким чином і у який спосіб відбувається формування інформаційної бази моделі?

Джерела: основні [2-4, 6, 7, 15]; додаткові [2].

Тема 3. Дослідження рівноваги в економіці. Перелік основних завдань

1. Рівновага в економіці, економічна статика і динаміка.

2. Види економічних процесів.

3. Характеристика економічних циклів та причини виникнення циклічних коливань в економіці.

4. Оцінка рівня коливань в економічній динаміці.

5. Зміст і ендогенний механізм довгоплинних коливань.

6. Аналіз динаміки і циклічності економічних процесів.

7. Циклічні та нециклічні кон'юктуроутворюючі фактори.

8. Теорія та методологія інноваційного розвитку економіки.

Питання для дискусії

1. Класифікація економічних циклів.

2. Теорії економічних криз. Технологія антикризового управління.

Джерела: основні [7-10, 15]; додаткові [9, 10, 20, 25, 30-36, 38, 40-44, 50-52, 54, 55, 61].

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.2. Основи методики кон'юктурних досліджень

Тема 4. Особливості та специфіка методики дослідження кон'юктури галузевого ринку

Перелік основних завдань

1. Порівняльний аналіз особливості дослідження кон'юктури різних видів ринків.

2. Класифікація кон'юктуроутворюючих факторів.

3. Дослідження структурних елементів ринку.

4. Методика дослідження економічної кон'юктури.

5. Різниця між методологією, методикою та методом дослідження.

6. Оцінка стратегій розвитку кон'юктури ринку.

7. Методи аналізу основних тенденцій кон'юктури ринку.

Питання для дискусії

1. Ключові кон'юктуроутворюючі фактори підприємств туризму.

2. Характеристика позитивно та негативно діючих факторів туристської індустрії.

3. Розробка моделі дослідження ринку туристської індустрії для подальшого його удосконалення.

Джерела: основні [2, 7-9, 15]; додаткові [4, 9, 10, 20, 25, 30, 36, 38, 40-44, 52, 61].

Тема 5. Характеристика кон'юнктурних показників

Перелік основних завдань

1. Сутність і зміст кон'юнктурного показника.
2. Основні вимоги до використання економічних показників у кон'юнктурному аналізі.
3. Характеристика макроекономічних та мікроекономічних показників кон'юнктури.
4. Класифікація показників ринкової кон'юнктури.
5. Завдання аналізу динаміки та коливальності ринку.
6. Аналіз динаміки та стійкості розвитку ринку.
7. Показники оцінки регіональних особливостей ринку.
8. Показники аналізу загальносвітової тенденції.

Питання для дискусії

1. Особливості та специфіка розрахунку основних кон'юнктурних показників.
2. Показники, що вважаються основними чи такими, що репрезентують ринкову кон'юнктуру.

Джерела: основні [2, 7-9, 15]; додаткові [4, 9, 10, 20, 25, 30, 36, 38, 40-44, 52, 61].

МОДУЛЬ 2. Прикладні положення кон'юнктури галузевого ринку

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.1. Аналіз та прогнозування кон'юнктури галузевого ринку

Тема 6. Методи аналізу кон'юнктури галузевого ринку

Перелік основних завдань

1. Характеристика та класифікація методів аналізу економічної кон'юнктури.
2. Теорія Доу.
3. Хвильова теорія Еліота.
4. Методи фундаментального аналізу.
5. Метод головних компонент, його сутність і призначення.
6. Кластерні процедури класифікації.
7. Характеристика мети та об'єкта моделювання.
8. Аналіз критеріїв відбору факторів

9. Інтерпретація одержаних результатів та перевірка адекватності побудованих моделей.

10. Проблема мультиколінеарності при моделюванні взаємозв'язку.

Питання для дискусії

1. Порівняльна характеристика стохастичного та детермінованого зв'язку.

2. Забезпечення інформаційної однорідності показників.

Джерела: основні [2-4, 6, 7, 11, 12, 15]; додаткові [1-3, 7, 12, 15-19, 21-23, 37, 39, 46, 47, 53, 56, 62-68].

Тема 7. Організація та розробка кон'юнктурних прогнозів

Перелік основних завдань

1. Організація розробки кон'юнктурних прогнозів.

2. Прогнозування як інструмент мінімізації невизначеності.

3. Теорія передбачення М. Д. Кондратьєва та прогнозування через вивчення економічних циклів.

4. Методика прогнозування розвитку ринку.

5. Характеристика і принципи планування та прогнозування для підприємств туристської індустрії.

6. Основні методи прогнозування кон'юнктури ринку.

7. Економічні барометри.

8. Особливості методів статистичного прогнозування, їх позитивні якості та вади, межі використання.

9. Упорядкування кон'юнктурного прогнозу.

Питання для дискусії

1. Сезонна декомпозиція та спектральний аналіз в прогнозуванні соціально-економічних явищ в індустрії гостинності.

2. Методика обробки даних з використанням аналізу розірваного динамічного ряду.

3. Особливості, що притаманні статистичному прогнозу.

Джерела: основні [2-7, 11-15]; додаткові [5, 6, 8, 11, 13, 14, 24, 26-29, 48, 49, 57-59].

3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Обов'язковим елементом успішного засвоєння навчального матеріалу дисципліни «Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку» є самостійна робота студентів з вітчизняною та зарубіжною спеціальною літературою з питань організації, методології та проведення досліджень, а також моделювання і прогнозування в галузі туризму. Самостійна робота є основним засобом оволо-

діння навчальним матеріалом у час, вільний від нормованих навчальних занять, тобто лекційних, практичних та лабораторних занять (аудиторної роботи).

Основні види самостійної роботи, на які повинні звертати увагу студенти:

- вивчення лекційного матеріалу;
- робота із законодавчими, нормативними матеріалами;
- робота з опрацювання та вивчення рекомендованої літератури;
- підготовка до практичних занять;
- підготовка до лабораторних занять;
- підготовка до дискусій та інших пропонованих викладачем завдань;
- робота над індивідуальним науково-дослідним завданням (курсним проектом);
- самоперевірка студентом власних знань за запитаннями для самодіагностики;
- підготовка до проміжного та підсумкового контролю;
- укладання глосарію з основних понять, які використовуються у винесених на розгляд тем навчальної дисципліни «Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку». *Для цього необхідно:* розібратися в сутності кожної запропонованої категорії; у випадку наявності декількох тлумачень кожного терміну, обґрунтувати, якої саме інтерпретації дотримується студент і чому, а також обґрунтувати з чим студент не може погодитись; за умови, що значення якогось терміну є незрозумілим, зафіксувати запитання, а під час дискусії в аудиторії за запропонованими темами, винести їх на обговорення або проконсультуватися у викладача.

Опрацювання лекційного матеріалу. У системі різних форм навчально-виховної роботи у вищих навчальних закладах особливе місце належить лекції, де викладач надає студентові основну інформацію, навчає розмірковувати, аналізувати, допомагає опанувати ключові знання, а також спрямовує самостійну роботу студента.

Зв'язок лекції і самостійної роботи студента розглядається в таких напрямках:

- лекція як головна початкова ланка, що визначає зміст та обсяг самостійної роботи студента;
- методичні прийоми читання лекцій, що активізують самостійну роботу студентів;
- самостійна робота, яка сприяє поглибленому засвоєнню теми на базі прослуханої лекції.

Перший етап самостійної роботи починається з процесу прослуховування і конспектування лекції. Правильно складений конспект лекції – найефективніший засіб стимулювання подальшої самостійної роботи студентів. Студент має чітко усвідомити, що конспект – це короткий тезовий запис головних положень навчального матеріалу. Складання та вивчення конспекту – перший етап самостійної роботи студента над вивченням теми чи розділу. Конспект допомагає в раціональній підготовці до практичних та лабораторних занять, у визначенні напряму і обсягу подальшої роботи з літературними джерелами.

Під час підготовки до лекції студент має опрацювати матеріал попередньої лекції з використанням підручників та інших джерел літератури. На лекціях висвітлюються лише основні теоретичні положення та найбільш актуальні проблеми, тому більшість питань виносять на самостійне опрацювання.

Підготовка до практичних та лабораторних занять. Підготовка до практичних та лабораторних занять розпочинається з опрацювання лекційного матеріалу. Студент повинен самостійно ознайомитися з відповідним розділом робочої програми, підготувати відповіді на контрольні питання, які подані в програмі у визначеній послідовності згідно з логікою засвоєння навчального матеріалу.

Практичні та лабораторні заняття збагачують і закріплюють теоретичні знання студентів, розвиваючи їх творчу активність, допомагають у набутті практичних навичок роботи за предметом навчальної дисципліни.

У процесі підготовки до практичних занять самостійна робота студентів – обов'язкова частина навчальної роботи, без якої успішне і якісне засвоєння навчального матеріалу неможливе. Це свідчить про необхідність керування самостійною роботою студентів з боку викладача завдяки проведенню цілеспрямованих організаційних і контрольних заходів.

Відповідно до навчального плану з кожної теми курсу проводяться практичні чи лабораторні заняття. Щороку викладачі уточнюють тематичний план проведення семінарських, практичних та лабораторних занять, ознайомлюють з ним студентів на першому занятті.

Викладач у вступній лекції рекомендує студентам основну і додаткову літературу, а також методичні рекомендації до самостійної роботи та до організації практичних та лабораторних занять з дисципліни. У методичних вказівках з кожної теми наведено перелік питань для теоретичної підготовки до заняття.

У випадку, коли студент не може самостійно розібратися в якомусь питанні, він може отримати консультацію у викладача (згідно з графіком проведення консультацій викладачами кафедри туризму і готельного господарства). Добре організовані консультації дозволяють спрямувати самостійну роботу в потрібному напрямі, зробити її раціональною та підвищити ефективність.

Робота над індивідуальним завданням. Індивідуальне науково-дослідне завдання (контрольна робота та курсовий проект) передбачає: систематизацію, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань із дисципліни та застосування їх при вирішенні конкретних практичних ситуацій. Також виконання індивідуального завдання передбачає розвиток навичок самостійної роботи й оволодіння методикою дослідження, пов'язаною з метою контрольної роботи.

Індивідуальне науково-дослідне завдання з дисципліни «Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку» видається студенту викладачем на початку вивчення дисципліни. Робота виконується самостійно при консультуванні викладачем протягом вивчення предмету у відповідності до графіка

навчального процесу, але не пізніше терміну проведення підсумкового модульного контролю.

Курсовий проект виконується з метою закріплення, поглиблення і узагальнення знань, одержаних студентами а час навчання та придбання практичних навичок їх застосування при вирішенні проблем пов'язаних з організацією і проведенням кон'юнктурних досліджень туристської індустрії.

Студент має право самостійно обрати тему проекту, але обов'язково узгодити її з викладачем. У протилежному випадку тема курсового проекту обирається студентом із запропонованих викладачем.

Робота вимагає наявності наступних елементів наукового дослідження:

- теоретичного використання передової сучасної методології і наукових розробок;
- практичної значущості;
- комплексного системного підходу до вирішення завдань дослідження;
- наявності елементів творчості.

Застосування сучасної методології полягає у тому, що при висвітленні теоретичної частини роботи, студент повинен використовувати відомості про новітні досягнення досліджень, застосовувати різноманітні підходи і аспекти досліджень кон'юнктури взагалі та досліджень кон'юнктури туріндустрії.

Практична значущість роботи полягає в обґрунтуванні реальності її результатів для потреб практики. Тобто, робота має бути актуальною для країни, регіону чи туристського підприємства і її результати можуть повністю або частково бути впроваджені до потреб практики.

Комплексний системний підхід до розкриття теми роботи полягає в тому, що предмет дослідження під різними кутами зору – з позицій теоретичної бази і практичних навичок, умов його реалізації, аналізу, обґрунтування шляхів удосконалення і т. д. – у тісному взаємозв'язку і єдиній логіці викладення.

У процесі виконання курсового проекту, разом із теоретичними знаннями та практичними навичками за фахом, студент повинен продемонструвати здатність до науково-дослідної роботи і вміння творчо мислити, навчитися вирішувати актуальні завдання.

У процесі написання контрольної роботи студент має опрацювати не менше 10-12 літературних джерел (курсів проекту 14-18) з посиланням на використання певної інформації у тексті роботи.

При цьому курсовий проект має бути спрямований на вирішення певної проблеми чи на обґрунтування особистого погляду автора роботи на питання, які розглядають у роботі.

Контрольна робота, курсовий проект складається з: титульної сторінки, змісту, вступу, основної частини, висновків, списку літератури, додатків.

Індивідуальну роботу слід оформлювати у відповідності до вимог, розроблених і затверджених профілюючою кафедрою. Обсяг контрольної роботи 15-20 сторінок, обсяг курсового проекту повинен становити 30-35 друкованих сторінок.

4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Оцінювання знань, вмінь та навичок студентів включає ті види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни «Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку» передбачають лекційні, практичні та лабораторні заняття, самостійну роботу та виконання індивідуальних завдань, у тому числі курсового проекту.

Таблиця 4.1 – Система оцінювання знань, вмінь і навичок студентів передбачає оцінювання всіх форм вивчення дисципліни

№ п/п	Контрольні заходи	Обов'язкові або заохочувальні	Максимальна кількість балів за один контрольний захід
1	Лекційний контроль	Обов'язково	5
2	Аудиторне тестування	Обов'язково	5
3	Робота на практичному занятті: - Відповіді на питання, що винесено для розгляду на занятті; - активна участь в обговорюванні питань; - вміння приймати участь в дискусії, аргументувати власну точку зору, використовувати знання, що містяться за межами підручника та лекційного матеріалу.	Обов'язково	5
4	Поточна контрольна робота	Обов'язково	5
5	Модульна контрольна робота	Обов'язково	40
6	Підготовка та обов'язковий захист головних положень реферату в аудиторії. Один реферат за семестр.	За бажанням, при взаємодії з викладачем.	10
7	Виконання домашніх завдань: відповіді на проблемно-пошукові завдання.	За бажанням, при взаємодії з викладачем.	5

Перевірка та оцінювання знань студентів проводиться в наступних формах:

- оцінювання роботи і знань студентів під час практичних занять;
- оцінювання роботи і знань студентів під час лабораторних занять;
- оцінювання виконання та захист індивідуального науково-дослідного завдання (контрольної роботи, курсового проекту);
- презентація результатів науково-дослідної роботи;
- складання заліку, екзамену.

Поточний контроль для заочної форми навчання відсутній.

Проміжний контроль рівня знань передбачає виявлення опанування студентом лекційного матеріалу та вміння застосування його для вирішення

практичної ситуації. Проміжний тестовий контроль проводиться в рамках вивчення змістовного модуля чи теми.

Підсумковий контроль:

за Модулем 1 - у формі заліку.

за Модулем 2 - у формі екзамену.

Для студентів заочної форми:

до складання заліку допускають студентів після захисту контрольної роботи з позитивною оцінкою;

до складання екзамену допускають студентів після презентації та захисту та курсового проекту (індивідуального науково-дослідного завдання) з позитивною оцінкою.

Оцінювання знань студента проводиться за 4-бальною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно):

1. Для отримання оцінки 5 (відмінно) студент повинен:

- укластися у встановлений строк підготовки відповіді;
- викладати теоретичний матеріал чітко, коротко, зв'язно й обґрунтовано;

- уміти оперативно розібратися в запропонованій ситуації, грамотно оцінити її та обґрунтувати ухвалене рішення;

- упевнено відповідати на запитання членів екзаменаційної комісії й без зауважень з їх боку.

2. Для одержання оцінки 4 (добре) студент повинен:

- укластися у встановлений строк підготовки відповіді;
- викладати теоретичний матеріал обґрунтовано й зв'язно;
- не вагатися у виборі рішення при аналізі запропонованої ситуації;
- уміти обґрунтувати ухвалене рішення;
- добре відповідати на запитання екзаменаторів.

3. Для отримання оцінки 3 (задовільно) студент повинен:

- викладати теоретичний матеріал у доступній для розуміння формі;
- розібратися у запропонованій ситуації і розробити пропозиції щодо її вирішення;

- позитивно відповідати на запитання членів екзаменаційної комісії;

- припустимі недостатньо впевнені й чіткі відповіді, але вони повинні бути правильні.

4. Оцінку 2 (незадовільно) отримують студенти, відповіді яких можуть бути оцінені нижче вимог, сформульованих у попередньому пункті.

5. КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Дослідження процесу становлення поняття «кон'юнктура».

2. Перелічити основні завдання, які можуть бути вирішеними при проведенні кон'юнктурних досліджень.

3. Назвати основні етапи проведення кон'юнктурного дослідження.
4. У чому полягає науковий підхід до проведення кон'юнктурного дослідження?
5. Що являють собою поняття «кон'юнктура», «кон'юнктура ринку»?
6. Яка різниця між кон'юнктурним дослідженням і іншими видами досліджень?
7. Вплив Кон'юнктурного інституту при Тимірязівській академії на розвиток кон'юнктурного вчення.
8. У чому полягає різниця у поглядах С. Первушина, В. Репке, І. Біляєвського та інших учених щодо кон'юнктурного феномена?
9. Які є форми прояву кон'юнктури?
10. У чому полягає вклад М. Д. Кондратьєва в науку щодо кон'юнктури та кон'юнктурних досліджень?
11. Класифікація інформації. Аналітична інформація.
12. Класифікація методів збору інформації.
13. Програмне забезпечення в кон'юнктурному дослідженні.
14. Методи збирання первинної інформації.
15. 2.Характеристика комп'ютерних технологій, які використовують в кон'юнктурних дослідженнях.
16. Процедура описування об'єкта кон'юнктурних досліджень.
17. Порівняльна характеристика графічних методів аналізу.
18. У чому полягають особливості обробки даних при використанні сучасних комп'ютерних технологій?
19. Яким чином і у який спосіб відбувається формування інформаційної бази моделі?
20. Економічна статика і динаміка.
21. Види економічних процесів.
22. Основні складові динамічної моделі.
23. Стаціонарність динамічного ряду.
24. Характеристика економічних циклів, їх тривалості і амплітуди коливань.
25. Оцінка рівня коливань в економічній динаміці.
26. Зміст і ендогенний механізм довгоплинних коливань.
27. Аналіз динаміки і циклічності економічних процесів.
28. Сутність стаціонарності динамічного ряду.
29. Циклічні та нециклічні кон'юнктурутворюючі фактори.
30. Теорії економічних циклів, їх порівняльна характеристика.
31. Безкризові теорії розвитку економіки.
32. Вклад Гарвардського бюро і Англійської економічної школи у вивчення коливань економічної кон'юнктури.
33. Зміст та види економічної кон'юнктури.
34. Економічні барометри.
35. Поняття рівноваги в економіці.
36. Характеристика методологічних та методичних засад кон'юнктурних досліджень.

37. Порівняльний аналіз особливості дослідження кон'юнктури різних видів ринків.
38. Визначення кон'юктуроутворюючих факторів як один із етапів кон'юнктурного дослідження галузевого ринку.
39. У чому полягає різниця між методологією, методикою та методом дослідження?
40. Яка особливість лежить в основі розробки методики дослідження кон'юнктури ринку?
41. Методологічні вимоги, які мають бути покладені в основу проведення кон'юнктурних досліджень галузевого ринку.
42. Етапи проведення кон'юнктурних досліджень галузевого ринку.
43. Розробка моделі дослідження ринку туристської індустрії для подальшого його удосконалення.
44. Сутність і зміст кон'юнктурного показника.
45. Механізм побудови системи кон'юнктурних показників.
46. Характеристика основних вимог до відбору та використання показників у кон'юнктурному аналізі.
47. Які показники вважають основними чи такими, що репрезентують ринкову кон'юнктуру?
48. У чому полягають особливості та яка специфіка розрахунку основних кон'юнктурних показників?
49. Значення ціни та інших цінових показників в кон'юнктурних дослідженнях та аналізі.
50. Процедура класифікації показників кон'юнктури ринку.
51. Аналіз попиту й ціноутворення при кон'юнктурному дослідженні.
52. Показники оцінки регіональних особливостей ринку.
53. Показники аналізу масштабу, типології ринку та ринкових пропорцій.
54. Показники вивчення сезонності ринку та її впливу на діяльність підприємств.
55. Показники виявлення тенденції та закономірності розвитку ринку.
56. Показники аналізу загальносвітової тенденції.
57. З'ясування сутності аналізу та характеристика його основних етапів.
58. Характеристика мети та об'єкта моделювання.
59. Аналіз та інтерпретація результатів моделювання.
60. Формулювання принципів моделювання.
61. Характеристика цілей факторного аналізу та підходів до його реалізації.
62. Аналіз критеріїв відбору факторів.
63. Аналіз головних компонент.
64. Інтерпретація факторів на основі аналізу їх кореляційного зв'язку зі змінними.
65. Факторний аналіз R-типу та Q-типу, особливості використання і специфіка.
66. Характеристика принципів регресійного та кореляційного аналізу.
67. Аналіз типів моделей взаємозв'язку.

68. Інтерпретація одержаних результатів, у тому числі інтерпретація коефіцієнтів регресії.
69. Перевірка адекватності побудованих моделей.
70. Оцінка вірогідності результатів регресійного аналізу.
71. Загальні принципи кластерного аналізу і поняття близькості між об'єктами.
72. Оцінка надійності результатів класифікації. Інтерпретація результатів класифікації.
73. Характеристика основних цілей та підходів до здійснення дискримінантного аналізу.
74. Аналіз алгоритму процедури дискримінантного аналізу та інтерпретація функцій дискримінації.
75. Основні поняття і логіка дисперсійного аналізу.
76. Розрахунок дисперсій за даними однофакторного дисперсійного комплексу.
77. У чому полягає основна ідея факторного аналізу?
78. З якою метою здійснюють обертання факторних осей?
79. Порівняльна характеристика факторного аналізу та методу головних компонент, переваги та недоліки.
80. Порівняльна характеристика стохастичного та детермінованого зв'язку.
81. У чому полягає проблема гетероскедастичності при проведенні кореляційно-регресійного аналізу?
82. Проблема мультиколінеарності при моделюванні взаємозв'язку.
83. Яким чином відбувається забезпечення інформаційної однорідності показників?
84. Використання результатів дискримінантного аналізу для класифікації об'єктів.
85. Порівняльна характеристика ієрархічних і неієрархічних процедур групування даних. Їх переваги та недоліки.
86. У чому полягають проблеми, що пов'язані з класифікацією?
87. Організація розробки кон'юнктурних прогнозів.
88. Порівняльний аналіз методів прогнозування: екстраполяції, експертних оцінок, економічного моделювання.
89. Характеристика обробки даних з використанням ковзкої середньої.
90. Методика обробки даних з використанням аналізу розірваного динамічного ряду.
91. Сезонна декомпозиція та спектральний аналіз в прогнозуванні соціально-економічних явищ в індустрії гостинності.
92. Прогнозування як інструмент мінімізації невизначеності.
93. Які особливості притаманні статистичному прогнозу?
94. Порівняльна характеристика критеріїв, способів і процедур на етапі варифікації прогнозів.
95. У чому полягає специфіка аналізу динамічних процесів?
96. Для чого потрібне оцінювання сезонної компоненти?

97. Переваги та недоліки методу експоненціального згладжування.
98. Екстраполяція як основний інструмент прогнозування.
99. Особливості методів статистичного прогнозування, їх позитивні якості та вади, межі використання.
100. Ретроспективне оцінювання прогнозу.
101. Метод експертних оцінок.
102. Типи трендових моделей, які використовують при аналізі динамічних процесів.
103. Сезонно-декомпозиційна модель Холта-Вінтера.
104. Моделі сезонної хвилі на основі гармонійного аналізу.
105. Упорядкування кон'юнктурного прогнозу.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

Нормативно-правові акти

1. Закон України „Про внесення змін в Закон України „Про туризм” від 18 листопада 2003 р. № 1282 – 15 [електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>
2. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 серпня 2013 р. № 638-р. [електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-%D1%80>

Основна література

1. Авдашева С. Б., Розанова Н. М. Теория организации отраслевых рынков: Учебник. – М.: ЧЧП «Издательство Магистр», 1998. – 320 с.
2. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
3. Боровиков В. П. Прогнозирование в системе STATISTICA в среде Windows. Основы теории и интенсивная практика на компьютере: Учеб. пособие / В. П. Боровиков, Г. И. Ивченко. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 384 с.
4. Боровиков В. П., Боровиков И. П. Statistica – Статистический анализ и обработка данных в среде Windows. – М.: Информ.-издат. Дом «Филинь», 1998. – 608 с.
5. Дуброва Т. А. Статистические методы прогнозирования. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 206 с.
6. Єріна А. М. Статистичне моделювання та прогнозування: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. – 170 с.
7. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку. – К.: Знання, 2001. – 215 с.
8. Кондратьев Н. Д. Основные проблемы экономической статики и динамики. – М.: Экономика, 1991. – 567 с.
9. Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. – М.: Экономика, 1989. – 526 с.
10. Меньшиков С. М., Клименко Л. А. Длинные волны в экономике. Когда общество меняет кожу. – М.: Международные отношения, 1989. – 272 с.
11. Мхитарян В. С., Трошин Л. И. Применение многомерного статистического анализа в экономических исследованиях. – М.: МЭСИ, 1981. – 125 с.
12. Сошникова Л. А., Тамашевич В. Н., Уебе Г., Шефер М. Многомерный статистический анализ в экономике: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. В. Н. Тамашевича. – М.: ЮНИТИ- ДаНА, 1999. – 598 с.
13. Тейл Г. Прикладное экономическое прогнозирование. – М.: Прогресс, 1970. – 512 с.
14. Тейл Г. Экономические прогнозы и принятие решений. – М.: Статистика, 1971. – 488 с.

15. Оболенцева Л.В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку : підручник / Л. В. Оболенцева. – Х. : ХНАМГ, 2009. – 252 с.

Додаткова література

1. Айвазян С. А., Бежаева З. И., Староверов О. В. Классификация многомерных наблюдений. – М.: Статистика, 1974. – 240 с.
2. Айвазян С. А., Енюков И. С., Машалкин Л. Д. Прикладная статистика. Основы моделирования и первичная обработка данных. – М.: Финансы и статистика, 1983. – 470 с.
3. Айвазян С. А., Мхитарян В. С. Практикум по прикладной статистике и эконометрике: Учеб. пособие. – М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 1998. – 160 с.
4. Беляевский И. К. Статистика товарного рынка: оценки рыночной конъюнктуры // Вопросы статистики. – 1997. – №4. – С. 20-26.
5. Бешелев С. Д., Гуревич В. Г. Математико-статистические методы экспертных оценок. – М.: Статистика, 1980. – 263 с.
6. Бокс Дж., Дженкинс Г. Анализ временных рядов. Прогноз и управление: Пер. с англ. – М.: Мир, 1974. – Вып. I. – 406 с.
7. Болч В., Хуань К. Дж. Многомерные статистические методы для экономики. (Пер. с англ. А. Д. Плитмана / Под ред. С. А. Айвазяна). – М.: Статистика, 1979. – 317 с.
8. Вайнштейн А. Л. Проблема экономического прогноза в ее статистической постановке. – М.: Ранион, 1930. – 76 с.
9. Варга Е. С. Современный капитализм и экономические кризисы. – М.: Издательство академии наук СССР, 1963. – 507 с.
10. Варга Е. С. Экономические кризисы. – М.: «Наука», 1974. – 434 с.
11. Геминтерн В. И., Френкель А. А. Обобщенные модели авторегрессии и скользящего среднего в анализе временных рядов. Статистический анализ экономических рядов и прогнозирование. – М.: Наука, 1973. – С. 3-154.
12. Геминтерн В. И., Френкель А. А., Герасимова Т. Я. Исследование показателей эффективности промышленного производства с помощью метода главных компонент. – Многомерный статистический анализ в социально-экономических исследованиях. – М.: Наука, 1974. – 416 с. – С. 320-342.
13. Горелик Н. А., Френкель А. А. Опыт использования модели Бокса – Дженкинса для прогнозирования экономических показателей // Экономика и математические методы. – 1975. – т. XI. – Вып. 4. – С. 784-789.
14. Гренджер К., Хатанака М. Спектральный анализ временных рядов в экономике. (Пер. с англ. В. С. Душенко, Е. Г. Угер. Научн. ред. В. В. Налимов). – М.: Статистика, 1972. – 312 с.
15. Дубров А. М., Мхитарян В. С., Трошин Л. И. Многомерные статистические методы: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 352 с.
16. Дубров А. М. Обработка статистических данных методом главных компонент. – М.: Статистика, 1978. – 134 с.

17. Дубров А. М., Мхитарян В. С., Трошин Л. И., Френкель А. А. Статистические методы многомерной классификации. – М.: МЭСИ, 1984. – 96 с.
18. Дубровский С. А., Зейгер Е. М., Френкель А. А. Факторный анализ. Методы и приложения. – Многомерный статистический анализ в социально-экономических исследованиях. – М.: Наука, 1974. – 416 с. – С. 229-292.
19. Дюран Б., Оделл К. Кластерный анализ. Под ред. А. Я. Боярского. – М.: Статистика, 1977. – 128 с.
20. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / За ред. Р. Дяківа. – К.: Міжнародна економічна фундація, 2002. – 704 с.
21. Ефимова М. Р., Петрова Е. В., Румянцева В. Н. Общая теория статистики. – М.: ИНФРА – М, 1999. – 416 с.
22. Жуковская В. М., Мучник И. Б. Факторный анализ в социально-экономических исследованиях. – М.: Статистика, 1976. – 151 с.
23. Иберла К. Факторный анализ. – М.: Статистика, 1980. – 398 с.
24. Иванов В. В. Анализ временных рядов и прогнозирование экономических показателей. – Харьков, 1999. – 230 с.
25. Кассель Г. Теория конъюнктуры. – М., 1925. – 146 с.
26. Кендалл М. Дж. Временные ряды. – М.: Финансы и статистика, 1981. – 199 с.
27. Кендалл М. Дж., Стьюарт А. Многомерный статистический анализ и временные ряды. (Пер. с англ. Э. Л. Пресмана, В. И. Ротаря. Под ред. А. Н. Колмогорова, Ю. В. Прохорова). – М.: Наука, 1976. – 735 с.
28. Кильдишев Г. С., Френкель А. А. Анализ временных рядов и прогнозирование. – М.: Статистика, 1973. – 103 с.
29. Китаев Е. Н. Групповые экспертные оценки. – М.: Знание, 1975. – 203с.
30. Кондратьев Н. Д., Опарин Д. И. Большие циклы конъюнктуры. Доклады их обсуждения в институте экономики. – М., 1928.
31. Костюхин Д. И. Конъюнктура мирового капиталистического хозяйства. – М.: Международные отношения, 1971.
32. Костюхин Д. И. Конъюнктура мирового капиталистического хозяйства. – М.: Международные отношения, 1973. – 310 с.
33. Костюхин Д. И. Современный мировой рынок: тенденции и проблемы развития, 1977.
34. Левшин Ф. М., Мухин С. Б., Соловьев В. Н. Мировые рынки: конъюнктура и цены. – М.: Международные отношения, 1987. – 120 с.
35. Левшин Ф.М. Введение в конъюнктуру товарных рынков. – М.: Международные отношения, 1966. – 144 с.
36. Левшин Ф.М. Мировые товарные рынки (Методология изучения конъюнктуры). – М.: Международные отношения, 1978. – 360 с.
37. Лоули Д., Максвелл А. Факторный анализ как статистический метод. – М.: Мир, 1967. – 144 с.
38. Макунян А. А. Общее учение о конъюнктуре. Конъюнктура товарных рынков. – М., 1947.

39. Мандель И. Д. Кластерный анализ. – М.: Финансы и статистика, 1988. – 176 с.
40. Митчелл У. Экономические циклы. – М. – Ленинград: Государственное издательство, 1930. – 503 с.
41. Момберт П. Введение в изучение конъюнктуры и кризисов. - Государственное издательство Москва – Петроград, 1921. – 216 с.
42. Никитин С.П. Конъюнктура мировых товарных рынков: преемственность и специфика. – М.: Международные отношения, 1982. – 216 с.
43. Опарин Д. И. Конъюнктура и рынки. - М.: Изд-во «Техника управления», 1928. – 392 с.
44. Первушин С. Хозяйственная конъюнктура. – М., 1925.
45. Пископпель Ф. Г. Основы изучения конъюнктуры капиталистического хозяйства. – М.: ИМО, 1960. – 292 с.
46. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: методы таксономии и факторного анализа. – М.: Статистика, 1980. – 151 с.
47. Политова И. Д. Дисперсионный и корреляционный анализ в экономике: Учеб. пособие. – М.: Экономика, 1972. – 224 с.
48. Половников В. А., Горчаков А. А. Методы и модели экономического прогнозирования. – М.: МЭСИ, 1980. – 116 с.
49. Половников В. А., Скучалина Л. М. Обобщение моделей экономического прогнозирования. – М.: МЭСИ, 1982. – 116 с.
50. Райзберг Б., Лозовский Л., Стародупцева Е. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр., М.: Инфра-М, 1999. – 479 с.
51. Растянников В., Дерюгина И. «Кондратьевские волны» в исследовании процесса экономического роста в агросфере // Вопросы статистики. – 1997. – №11. – С. 19-29.
52. Репке В. Конъюнктура. - М.: Финансовое изд-во НКФ СССР, 1927. – 176 с.
53. Статистика: Підручник / А. В. Головач, А. М. Єріна, О. В. Козирєв та ін. / За ред. А. В. Головача, А. М. Єріної, О. В. Козирєва. – К.: Вища шк., 1993. – 623 с.
54. Туган-Барановский М. И. Периодические промышленные кризисы. – М.: «Наука» «РОССПЭН», 1997. – 574 с.
55. Устиян И. Экономическая динамика в свете теории «Больших циклов» Н. Д. Кондратьева // Экономика Украины. – 1998. – №4. – С. 68-76.
56. Харман Г. Современный факторный анализ. – М.: Статистика, 1972. – 487 с.
57. Черняк О. І., Ставицький А. В. Динамічна економетрика: Навчальний посібник. – К.: КВІЦ, 2000. – 120 с.
58. Черняк О. І., Кудіненко М. Я. Аналіз та прогноз динаміки ВВП України за допомогою методу SSA // Економіка та прогнозування. – 2002. – № 4 . – С. 134-147.
59. Четыркин Е. М. Статистические методы прогнозирования. – М.: Статистика, 1977. – 200 с.

60. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
61. Экономическая энциклопедия / Науч.-ред. совет изд-ва «Экономика»; Ин-т экон. РАН; гл. ред. Л. И. Абалкин. – М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1999. – 1055 с.
62. Browne M. W. A comparison of factor analytic techniques // Psychometrika. – 1968. – Vol. 33. – P. 267 – 334.
63. Cattell R. B. The scree test for the number of factors // Multivariate Behavioral Research. – 1966. – Vol. 1. – P. 245-276.
64. Frans J. Oort. Three-mode models for multivariate longitudinal data // British Journal of Mathematical and Statistical Psychology. – May 2001. – Vol. 54. – Part 1. – Pages 1-200. – p. 49-78.
65. Hakstian A. R., Rogers W. D., Cattell R. W. The behavior of numbers of factors rules with simulated data // Multivariate Behavioral Research. – 1982. – Vol. 17. – P. 193-219.
66. Jos M. F. ten Berge, Henk A. L. Kiers. Optimality criteria for principal component analysis and generalizations // British Journal of Mathematical and Statistical Psychology. – November 1996. – Vol. 49. – Part 2. – Pages 211-400. – p. 335-345.
67. Kaiser H. F. The application of electronic computers to factor analysis // Educational and Psychological Measurement. – 1960. – Vol. 20. – P. 141-151.
68. Tucker L. R., Koopman r. F., Linn R. L. Evaluation of factor analytic research procedures by means of simulated correlation matrices // Psychometrika. – 1969. – Vol. 34. – P. 421-459.

Ресурси мережі Internet

1. <http://www.rada.gov.ua> – Сервер Верховної Ради України.
2. <http://www.nau.kiev.ua> – Нормативні акти України.
3. <http://www.tourism.gov.ua/> – сайт Державної туристичної Адміністрації.
4. <http://www.restcon.ru/> – сайт з питань ресторанного бізнесу .
5. <http://www.tourism.ru> – сайт з інформацією про країнознавство.
6. <http://www.strani.ru/> – сайт про міста та країни світу.
7. <http://worlds.ru/countries/> – сайт з інформацією про країнознавство.
8. <http://travel.mail.ru/place/> – сайт з інформацією про країнознавство.
9. <http://www.top-hotels.ru/> – сайт з інформацією про кращі готелі світу.
10. <http://www.world-v-tourism.com> – віртуальний турист – довідки про всі країни світу (карти, історія, культура, природні умови).

Навчальне видання

Методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни

Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку

(для студентів 6-го курсу заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст, спеціальностей 7.14010101 – Готельна і ресторанна справа, 7.14010301 – Туризмознавство (за видами))

Укладачі: **РАДІОНОВА** Ольга Миколаївна,
ОБОЛЕНЦЕВА Лариса Володимирівна

За авторською редакцією

Відповідальний за випуск *І. М. Писаревський*
Комп'ютерне верстання *Є. Г. Панова*

План 2013, поз. 459М

Підп. до друку 22.07.2013 р.
Друк на ризографі
Тираж 50 пр.

Формат 60×84/16
Ум. друк. арк. 1
Зам. №

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Революції, 12, Харків, 61002

Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 4705 від 28.03.2014 р.