

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

ЕКОНОМІКА ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Методичні рекомендації до вивчення дисципліни
(для студентів спеціальності 242 «Туризм і рекреація»)

Харків – 2023

Рецензенти:

Третяк В. П., доктор економічних наук, доцент, професор кафедри управління та адміністрування Навчально-наукового інституту «Каразінська школа бізнесу» Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Григорова-Беренда Л.І., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних імені Артура Голікова Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

*Затверджено до друку рішенням Науково-методичної ради
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
(протокол № 6 від 15.03.2023 р.)*

Економіка туристичного підприємства : методичні рекомендації до вивчення дисципліни (для студентів спеціальності 242 «Туризм і рекреація») / укл. Г. І. Гапоненко, О. В. Євтушенко. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2023. – 72 с.

Видання містить програму навчальної дисципліни, методичні матеріали до практичних занять, організаційно-методичні рекомендації до самостійної роботи студентів та проведення контролю знань, теоретичні питання для підготовки до підсумкового контролю. Методичні рекомендації розроблені для студентів спеціальності 242 «Туризм і рекреація».

УДК 338.48

© Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна, 2023

© Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., 2023

ЗМІСТ

1.	Загальні положення	4
2.	Програма навчальної дисципліни	6
3.	Матеріали до практичних занять та самостійної роботи студентів... 13	
4.	Теоретичні питання для підготовки до підсумкового контролю 54	
5.	Розподіл балів, які отримують студенти та критерії оцінювання 56	
6.	Список рекомендованої літератури.	63
7.	Термінологічний словник.....	67

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

«Економіка туристичного підприємства» є обов'язковою освітньою компонентною у підготовці бакалаврів за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація». Вивчення дисципліни передбачає попереднє засвоєння кредитів з таких дисциплін, як: «Математика для економістів», «Економіка України», «Економічна теорія», «Організація туристичних подорожей».

Мета вивчення дисципліни полягає у набутті знань, умінь, навичок, ціннісних установок та компетенцій у галузі економіки туризму, економічної діяльності підприємств туріндустрії, організації підприємницької діяльності у туризмі, прийнятті економічних рішень у ринкових умовах у сфері туризму, що дозволяють студентам вести професійну діяльність у сфері туризму та правильно розуміти та використовувати економічні закони, що діють на туристичному ринку.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Економіка туристичного підприємства» є ознайомлення з основними тенденціями розвитку туристичного бізнесу; виділення особливостей елементів ресурсного потенціалу туристичних підприємств; опанування спеціальних методів аналізу та планування основних і оборотних фондів підприємств туристичного бізнесу.

Результатами вивчення дисципліни «Економіка туристичного підприємства» є:

- розуміти принципи, процеси і технології організації економічної підсистеми суб'єкта туристичного бізнесу, порядок та етапи розробки стратегії діяльності туристичного підприємства;
- оволодіти методикою розрахунку виробничої програми підприємств сфери туризму, готельного господарства;
- оволодіти практичними навичками визначення виробничої потужності туристичного підприємства, вміти розраховувати норматив виробничих запасів підприємства;
- здійснювати оцінку ефективності використання засобів виробництва, предметів праці, основних і обігових коштів туристичного підприємства;
- визначати фінансові результати та розподіляти одержані туристичним підприємством прибутки;
- розробляти бізнес-план туристичного підприємства, застосовувати методи аналізу його виконання для прийняття ефективних управлінських рішень в господарській діяльності.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її економічної підсистеми;
- основні поняття економіки туристичних підприємств;
- економічний механізм функціонування підприємств туризму в умовах ринкової економіки;
- систему взаємозв'язків результатів господарської діяльності підприємств туризму;
- методи аналізу та планування показників розвитку підприємств туризму.

вміти:

- аналізувати виробничу діяльність та зовнішнє середовище функціонуючого туристичного підприємства, сутність та наслідки мікроекономічних процесів, поведінки окремих господарюючих суб'єктів, їх інноваційної спрямованості;
- працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу;
- управляти ресурсним потенціалом туристичного підприємства;
- управляти обсягами діяльності туристичного підприємства;
- управляти фінансовими результатами туристичного підприємства;
- планувати потреби в трудових ресурсах на туристичних підприємствах
- застосовувати методи розрахунку важливих показників господарської діяльності з урахуванням чинників зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування туристичного підприємства;
- розробляти та обґрунтовувати ефективну інвестиційну діяльність туристичного підприємства.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

РОЗДІЛ 1. УПРАВЛІННЯ ОБСЯГАМИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Тема 1. Підприємницька діяльність – основа туристичного бізнесу

Сутність та особливості підприємницької діяльності в туризмі.

Ресурсне забезпечення туристичної діяльності. Загальні показники оцінки туристичної діяльності. Правові основи організації туристичного бізнесу в Україні. Основні суб'єкти підприємницької діяльності в туризмі.

Література: основна [1-6; 12; 20; 21]; додаткова [24; 27; 28; 30-32].

Тема 2. Управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах

Сутність, склад пропозиції та обсягу реалізації туристичного продукту на туристичних підприємствах. Поняття, характеристика туристичного продукту: туристичні послуги та туристичні товари. Складові елементи туристичного продукту. Показники оцінки обсягу пропозиції послуг туристичних підприємств. Показники оцінки обсягу реалізації туристичних послуг туроператорів, турагентів, бюро подорожей та екскурсій.

Вихідні передумови, цілі та завдання управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах. Структурно-логічна схема процесу управління обсягом реалізації послуг та характеристика змісту окремих етапів роботи.

Оптимізація продуктової програми відповідно до стратегії розвитку підприємства. Визначення обсягу надання послуг у точці беззбиткової діяльності, мінімальної та нормальної рентабельності.

Література: основна [14-18; 20; 21]; додаткова [24; 29; 31].

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНІ РЕСУРСИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Тема 3. Матеріальні ресурси туристичних підприємств

Поняття економічних ресурсів і ресурсного потенціалу туристичних підприємств. Складові частини ресурсного потенціалу та взаємозв'язок у процесі надання туристичних послуг. Форми економічного взаємозв'язку окремих елементів ресурсного потенціалу туристичних підприємств. Особливості використання ресурсного потенціалу туристичних підприємств. Основні напрямки підвищення ефективності ресурсного потенціалу туристичних підприємств.

Сутність матеріальних ресурсів туристичних підприємств. Основні елементи матеріальних ресурсів: основні фонди, оборотні фонди та матеріальна частина фондів обертання.

Суть та основні елементи матеріально-технічної бази туристичних підприємств. Основні фонди підприємств туристичної сфери. Характеристика основних фондів туристичних підприємств. Види та оцінка вартості основних фондів туристичних підприємств.

Поняття виробничої потужності та пропускної спроможності засобів розміщення туристів. Особливості оцінки ефективності використання виробничої потужності та пропускної спроможності підприємств готельного господарства туристичних комплексів.

Матеріальні оборотні фонди та фонди обертання підприємств, особливості їх складу в туристичних підприємствах. Показники оцінки забезпеченості туристичних підприємств оборотними фондами та фондами обертання.

Вихідні передумови, цілі та завдання управління матеріальними ресурсами туристичних підприємств.

Література: основна [14-17; 19-21]; додаткова [23; 25; 27].

Тема 4. Трудові ресурси підприємств туристичної сфери

Соціально-економічна сутність і особливості праці в туризмі. Суспільне значення праці працівників туристичної сфери.

Поняття трудових ресурсів, трудового колективу, кадрів, персоналу туристичних підприємств. Класифікація трудових ресурсів в туризмі. Джерела формування трудових ресурсів. Діяльність підприємств туристичної сфери на ринку робочої сили. Соціальні гарантії працівникам туристичних підприємств.

Вихідні передумови, цілі та завдання управління трудовими ресурсами туристичних підприємств,

Поняття продуктивності, ефективності й якості праці в туризмі. Показники оцінки продуктивності праці працівників туристичних підприємств. Особливості визначення та оцінки рівня продуктивності праці на туристичних підприємствах. Фактори, що обумовлюють рівень та можливості зростання продуктивності праці на туристичних підприємствах. Ефективність використання трудових ресурсів на туристичних підприємствах. Основні напрямки підвищення ефективності використання трудових ресурсів в туризмі.

Організація матеріального стимулювання праці працівників на туристичних підприємствах. Принципи стимулювання праці в умовах ринкових відносин та їх використання на туристичних підприємствах.

Форми і системи оплати праці, що застосовуються на туристичних підприємствах: їх сутність, переваги та недоліки. Принципи вибору форм та систем організації заробітної плати.

Сутність преміальної системи. Особливості змісту й організації виплат за різними преміальними системами.

Планування потреби в трудових ресурсах на туристичних підприємствах. Забезпечення взаємозв'язку програми розвитку трудових ресурсів з основними показниками діяльності підприємств туристичної сфери. Методи планування чисельності персоналу на туристичних підприємствах в цілому та по окремих категоріях персоналу.

Література: основна [1; 4-6; 15-18; 20]; додаткова [24; 27-29; 34].

Тема 5. Фінансові ресурси туристичних підприємств

Суттєвість і роль фінансів туристичних підприємств та їх зв'язок з державним фінансовим механізмом та зі складовими фінансового ринку. Методи впливу державного фінансового механізму на фінансову діяльність туристичних підприємств. Форми взаємозв'язку фінансової діяльності підприємств з окремими елементами фінансового ринку: кредитним, цінних паперів, валютним і страховим. Взаємозв'язок фінансової діяльності туристичних підприємств з найважливішими інститутами фінансового ринку: комерційними банками, фондовими і валютними біржами, інвестиційними фондами, пенсійним фондом, страховими компаніями тощо. Завдання фінансів туристичних підприємств.

Поняття фінансових ресурсів туристичних підприємств, їх склад та характеристика. Джерела формування фінансових ресурсів підприємств туристичної сфери.

Джерела та порядок формування основних і оборотних засобів туристичних підприємств, співвідношення внутрішніх та зовнішніх джерел їх формування.

Фінансові фонди туристичних підприємств, порядок їх формування і напрямки використання. Показники оцінки ефективності використання фінансових ресурсів туристичних підприємств. Цілі та завдання управління фінансовими ресурсами туристичних підприємств.

Література: основна [6; 8; 13; 18; 20-22]; додаткова [23; 26; 34].

РОЗДІЛ 3. ГОСПОДАРСЬКО-ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Тема 6. Доходи підприємств туристичної сфери

Доходи як економічна категорія та економічний показник. Економічна сутність доходів підприємств туристичної сфери, характеристика їх складу. Класифікація доходів підприємств туристичної сфери залежно від напрямів діяльності та відповідно до норм Національного стандарту бухгалтерського обліку.

Особливості та джерела утворення доходів підприємств туристичної сфери. Комерційний дохід від надання послуг як головна складова доходів туристичних підприємств. Джерела формування комерційного доходу туроператорів та турагентів.

Показники, що характеризують обсяг та рівень комерційних доходів від надання послуг туристичними підприємствами, методика їх розрахунку. Фактори, що впливають на формування комерційного доходу від надання послуг туристичними підприємствами.

Цілі та завдання управління доходами підприємств туристичної сфери. Структурно-логічна схема процесу управління доходами та характеристика змісту окремих етапів роботи.

Методи планування доходів туристичних підприємств в цілому та по окремих видах доходів.

Особливості управління формуванням інших видів доходів підприємств туристичної сфери.

Література: основна [1-6; 8; 17; 18; 20; 22]; додаткова [23-25; 28].

Тема 7. Поточні витрати та собівартість послуг на підприємствах туристичної сфери

Економічна сутність поточних витрат туристичних підприємств. Класифікація поточних витрат підприємств туристичної сфери залежно від напрямів діяльності, функціонального призначення, за елементами витрат відповідно до норм Національного стандарту бухгалтерського обліку.

Поняття, склад та структура експлуатаційних витрат в засобах розміщення туристів. Поточні витрати турагентів та туроператорів.

Особливості визначення собівартості в засобах розміщення туристів. Експлуатаційна та повна собівартість послуг розміщення. Особливості визначення собівартості туристичного продукту.

Показники оцінки загального обсягу і рівня поточних витрат на туристичних підприємствах: абсолютні, відносні, показники ефективності.

Фактори, що визначають обсяг та рівень поточних витрат підприємств туристичної сфери. Характеристика впливу на поточні витрати зовнішніх та внутрішніх факторів.

Цілі та завдання управління поточними витратами на підприємствах туристичної сфери. Структурно-логічна схема процесу управління поточними витратами та характеристика змісту окремих етапів роботи.

Інформаційне забезпечення аналітичної роботи. Структурно-логічна модель аналітичної роботи, характеристика сутності та інструментарію окремих етапів аналізу.

Планування обсягу поточних витрат підприємств туристичної сфери. Методи обґрунтування плану поточних витрат підприємств туристичної сфери в цілому та по окремих групах витрат.

Література: основна [3-6; 13; 17; 18; 20]; додаткова [25; 26; 29].

Тема 8. Прибуток та рентабельність на підприємствах туристичної сфери

Прибуток як економічна категорія та узагальнюючий показник економічної ефективності господарської діяльності підприємств туристичної сфери. Види та джерела утворення прибутку підприємств туристичної сфери. Економічні підходи до характеристики прибутку підприємства: залежно від виду діяльності, порядку визначення, методики оцінки, мети визначення. Поняття мінімального, цільового, нормального та максимального прибутку туристичних підприємств, методичні підходи до оцінки його розмірів.

Поняття рентабельності підприємств туристичної сфери. Показники вимірювання прибутковості та рентабельності туристичних підприємств.

Фактори, що впливають на формування прибутку підприємств туристичної сфери в цілому та по окремих видах діяльності (окремих господарських операціях).

Вихідні передумови та зміст управління прибутком (фінансовим результатом) та рентабельністю підприємств туристичної сфери. Структурно-логічна схема процесу управління фінансовими результатами та характеристика змісту окремих етапів роботи.

Поняття можливого та необхідного обсягу прибутку, методичні підходи до визначення їх обсягу. Методи планування можливого прибутку підприємств туристичної сфери в цілому та по окремих джерелах формування.

Література: основна [5; 6; 13; 17; 18; 20]; додаткова [23-25; 29].

Тема 9. Ціна туристичного продукту та ціноутворення на окремі види туристичних послуг

Економічна природа та сутність ціни в ринковій економіці. Наукові теорії ринкового ціноутворення. Система і класифікація цін на товари і послуги споживчого ринку.

Особливості державного регулювання цін в Україні на сучасному етапі та його вплив на ціноутворення на туристичних підприємствах. Співвідношення регульованих та вільних ринкових цін на продукцію, товари та послуги на туристичних підприємствах.

Види цін на послуги підприємств туристичної сфери. Суть та склад ціни туристичного продукту. Комплексність ціни туристичного продукту. Склад та структура ціни на окремі види туристичних послуг: на туристсько-екскурсійне обслуговування, на транспортні послуги (автобусні, залізничні, авіа тощо) та інші. Структура ціни туристичного продукту на одного туриста. Поняття та структура відпускної вартості одного туродня в туристичних підприємствах.

Механізм формування цін на послуги готельного господарства. Структура ціни на основні (послуги розміщення) та додаткові послуги підприємств готельного господарства, характеристика її складових елементів. Поняття та структура відпускної вартості одиниці послуги (одна людино-доба) проживання в засобах розміщення туристів.

Структурні елементи роздрібної ціни на інші послуги підприємств туристичної індустрії. Визначення повної собівартості, прибутку та податку на додану вартість у складі роздрібної ціни на інші послуги. Фактори, що впливають на їх величину.

Комерційні знижки і надбавки до роздрібних цін та умови їх застосування. Моделювання і калькулювання ринкових цін на основні, додаткові послуги та продукцію підприємств туристичної сфери.

Цінова політика підприємств туристичної сфери на національному та міжнародному туристичному ринку.

Література: основна [6; 8; 9; 13; 14; 17-19; 22]; додаткова [23; 25; 26].

Тема 10. Інвестиційна діяльність та бізнес-планування на підприємствах туристичної сфери

Поняття і види інвестицій Реальні і фінансові інвестиції. Інвестиційна політика підприємств туристичної сфери. Управління інвестиціями на підприємствах туристичної сфери.

Поняття бізнес-плану інвестиційного проекту туристичних підприємств. Цілі і завдання бізнес-плану. Зміст і структура бізнес-плану. Бізнес-план як інструмент реалізації економічної стратегії підприємства і здійснення конкретної

маркетингової, фінансової та інвестиційної політики. Бізнес-план як комплексний документ поєднання планів: маркетингу, виробничого, організаційно-юридичного, фінансового, запобігання ризику. Методологічні основи розробки окремих розділів бізнес-плану підприємств туристичної сфери. Методи дослідження ринку туристичних послуг. Викладення прогресивної продуктової ідеї та перспективної виробничо-комерційної ідеї бізнес-плану розвитку туристичних послуг.

Особливості розробки бізнес-плану будівництва нового підприємства туристичної сфери.

Аналіз ефективності використання економічного потенціалу та особливості розробки бізнес-плану реконструкції діючого підприємства туристичної сфери.

Література: основна [5; 6; 13; 14; 17-21]; додаткова [24; 28; 29; 30].

3. МАТЕРІАЛИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Практичні заняття проводяться методом вирішення задач, групової вправи, індивідуальних вправ з подальшим обговоренням їх вирішення. Практичні заняття з дисципліни проводяться в формі активного навчання та націлені на закріплення та поглиблення теоретичних знань студентів, отриманих на лекціях та в процесі самостійного вивчення спеціальної літератури та інформаційних джерел.

Практичне заняття 1. Підприємницька діяльність – основа туристичного бізнесу

Програма заняття:

1. Які риси характерні для підприємництва в туризмі?
2. На яких принципах ґрунтується підприємницька діяльність у туристичному бізнесі?
3. Розкрийте сутність функцій підприємництва в туризмі.
4. Охарактеризуйте основні суб'єкти підприємницької діяльності в туризмі.
5. Що відноситься до туристичної інфраструктури?
6. У чому полягає мета підприємницької діяльності суб'єктів туристичного бізнесу?
7. На яких правових засадах ґрунтується туристичне підприємництво в Україні?
8. Оцініть умови здійснення туристичної діяльності.
9. Як формується туристичний потік?
10. Які показники використовуються для оцінки потоку туристів?
11. Чи можна оцінити інтенсивність розвитку туризму?
12. Як визначається економічна та соціальна ефективність туристичного бізнесу країни?

Основні показники туристичної діяльності країни (регіону):

- кількість відвідувачів;
- кількість іноземних (в'їзних) відвідувачів;
- кількість зарубіжних (виїзних) відвідувачів;
- кількість внутрішніх туристів;
- кількість екскурсантів;
- середня тривалість перебування = кількість ночівель (туро-днів, ліжко-днів, людино-днів)/ кількість туристів;
- показник середньодобових витрат відвідувача = вартість туру/тривалість туру;
- показник обсягу туристичного споживання = в'їзне туристичне споживання + внутрішнє туристичне споживання + виїзне туристичне споживання + надходження від в'їзних одноденних відвідувань;

- показник валових туристичних витрат в інших країнах – показник, що відображає обсяг туристичного споживання громадян України за її кордоном
- кількість суб'єктів галузі туризму = кількість суб'єктів тур.діяльності + кількість готелів та аналогічних закладів + кількість санаторно-курортних (оздоровчих) закладів;
- чисельність працівників галузі туризму = чисельність працівників суб'єктів тур.діяльності + чисельність працівників готелів та аналогічних закладів + чисельність працівників санаторно-курортних (оздоровчих) закладів;
- обсяг послуг, наданих підприємствами сфери туризму = обсяг послуг, наданих суб'єктами тур.діяльності + доходи від експлуатації готелів та аналогічних закладів + сума вартості продажу всіх путівок санаторно-курортних (оздоровчих) закладів;
- коефіцієнт завантаження засобів розміщення = загальний час перебування приїжджих (ліжко-днів, людино-днів) / (кількість місць (номерів) закладу * 365).

Система показників, що характеризує динаміку та ефективність розвитку туристичної галузі

1. Темп росту обсягу споживання туристичного продукту, % = Обсяг споживання туристичного продукту в звітному періоді, грн. * 100% / Обсяг споживання туристичного продукту в минулому періоді, грн.

Показник характеризує динаміку обсягу реалізованих послуг і товарів туристичного призначення.

2. Темп росту обсягу споживання туристичного продукту в зіставних цінах, % = Обсяг споживання туристичного продукту в звітному періоді, грн. * 100% / (Обсяг споживання туристичного продукту в минулому періоді, грн. * Індекс цін на турпослуги).

Характеризує динаміку фізичного обсягу реалізації туристичних послуг і товарів.

3. Темп приросту обсягу споживання туристичного продукту, % = (Обсяг споживання туристичного продукту в звітному періоді, грн. - Обсяг споживання туристичного продукту в минулому періоді, грн.) * 100% / Обсяг споживання туристичного продукту в минулому періоді, грн. = Темп росту обсягу споживання туристичного продукту, % - 100%.

Характеризує динаміку обсягу реалізації послуг і товарів туристичного призначення.

4. Темп приросту обсягу споживання туристичного продукту в зіставних цінах, % = (Обсяг споживання туристичного продукту в звітному періоді, грн. - Обсяг споживання туристичного продукту в минулому періоді, грн. * Індекс цін на турпослуги) * 100% / Обсяг споживання туристичного продукту в минулому періоді, грн. * Індекс цін на турпослуги = Темп росту обсягу споживання туристичного продукту в зіставних цінах, % - 100%.

Характеризує динаміку обсягу реалізації послуг і товарів туристичного призначення.

5. Фондовіддача основних фондів туристичної галузі = Обсяг реалізації туристичного продукту, грн. / Середньорічна вартість основних фондів туристичних підприємств, грн.

Характеризує ефективність використання основних фондів.

6. Рентабельність основних фондів туристичних підприємств, % = Чистий прибуток туристичних підприємств, грн. * 100% / Середньорічна вартість основних фондів туристичних підприємств, грн.

Характеризує ефективність використання основних фондів.

7. Коефіцієнт завантаження номерного фонду підприємств готельного господарства = Обсяг реалізації готельних послуг, людино-днів / Середньорічна пропускна спроможність підприємств готельного господарства, людино-днів.

Характеризує ефективність використання пропускнуї спроможності номерного фонду підприємств готельного господарства.

8. Продуктивність праці (виробіток), грн. / людину (або туроднів / людину) = Обсяг реалізації туристичних послуг, грн. (або туроднів) / Середньооблікова чисельність працівників туристичних підприємств, людин.

Характеризує ефективність використання трудових ресурсів підприємства.

9. Кількість працюючих на 1000 туристів = Середньооблікова чисельність працівників туристичних підприємств, людин / (Кількість обслужених туристів, людин * 1000).

Характеризує ефективність використання трудових ресурсів.

10. Кількість працюючих на підприємствах готельного господарства на 1000 ночівель = Середньооблікова чисельність працівників готельних підприємств, людин / (Кількість наданих готельних послуг підприємствами, людино-днів * 1000).

Характеризує ефективність використання трудових ресурсів.

11. Рентабельність трудових ресурсів, % = Чистий прибуток туристичних підприємств, грн.*100% / Середньооблікова чисельність працівників туристичних підприємств, людин.

Характеризує ефективність використання трудових ресурсів.

12. Мультиплікатор доходів від туризму, % = Зміна чистого національного продукту країни, грн./ Приріст інвестицій в туристську діяльність, грн.

Характеризує приріст чистого національного продукту країни від інвестицій в туристську діяльність.

13. Частка туризму в валовому внутрішньому продукту країни, % = Обсяг реалізації послуг і товарів туристичного призначення, наданих підприємствами країни, грн.*100% / Валовий внутрішній продукт країни, грн.

Характеризує внесок туризму в економіку країни.

Валовий внутрішній продукт (ВВП) – узагальнюючий грошовий показник вартості всіх кінцевих товарів (продуктів) і послуг, вироблених на території даної країни за рік.

14. Частка туризму в валовому національному доході країни, % = Чистий прибуток туристичних підприємств країни, грн.*100% / Національний дохід країни, грн.

Характеризує внесок туризму в економіку країни.

15. Частка туризму в доходах від експорту, % = Доходи (виручка) від реалізації туристичних послуг, наданих іноземним туристам, грн.*100% / Доходи від експорту в країні, грн.

Характеризує внесок туризму в економіку країни.

16. Частка туризму в зовнішньоторговельному обороті, % = (Обсяг реалізації послуг іноземним туристам, грн. + Обсяг реалізації послуг, наданих вітчизняним туристам, що подорожують за кордон, грн.) * 100% / Зовнішньоторговельний оборот країни, грн.

Характеризує питому вагу послуг міжнародного туризму в складі експорту та імпорту країни.

17. Темп росту платежів туристичних підприємств до бюджету, % = Обсяг податкових надходжень від туристичних підприємств до бюджету у звітному періоді, грн. *100% / Обсяг податкових надходжень від туристичних підприємств до бюджету в минулому періоді, грн.

Характеризує динаміку податкових надходжень від туристичних підприємств до бюджету.

18. Сальдо туристичного балансу країни, людей = Кількість іноземних (в'їжджаючих до країни) туристів, людей - Кількість вітчизняних туристів, що виїжджають за кордон, людей.

Характеризує співвідношення між в'їжджаючими та виїжджаючими туристами.

19. Сальдо платіжного балансу по статті «Подорожі», грн. = Обсяг реалізації послуг іноземним туристам, грн. / Обсяг реалізації послуг вітчизняним туристам, що подорожують за кордон, грн.

Характеризує співвідношення між експортом та імпортом туристичних послуг.

20. Рівень зайнятості в туризмі, % = Середньооблікова чисельність зайнятих у туризмі, людей * 100% / Загальна чисельність зайнятих у галузях економіки країни, людей

Характеризує питому вагу працівників, зайнятих у туризмі в загальній чисельності працюючих країни.

Задача 1

В Україні туризм до 2020 р. розвивався інтенсивними темпами. Однак загальний обсяг туристичного потоку та окремі його складові за типами туризму (в'їзний, виїзний, внутрішній) змінювався неоднаковими темпами, що вплинуло на показники туристичного балансу. У Законі України «Про внесення змін до Закону України "Про туризм"», останній визнано одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки України. Це вимагає постійного моніторингу за змінами економічних показників на ринку надання туристичних послуг та їх аналітичної оцінки.

За даними таблиці 1:

1. Розрахувати темпи росту та приросту (ланцюгові та базисні) загального обсягу обслугованих туристів у цілому по Україні, в тому числі за типами туризму.
2. Визначити та проаналізувати зміни питомої ваги окремих типів туризму в загальному обсязі туристичних потоків.
3. Розрахувати сальдо туристичного балансу та простежити його зміни в динаміці.
4. Побудувати графік динаміки різних типів туристичних потоків в Україні за останні п'ять років.
5. Побудувати стовпчикову діаграму сальдо туристичного балансу України за останні п'ять років.
6. Побудувати колові діаграми структури різних типів туристичних потоків в Україні за перший і п'ятий роки динамічного ряду.
7. Скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій: прокоментувати результати розрахунків; сформулювати фактори, що впливають на розподіл туристичних потоків за типами туризму; дати пропозиції щодо активізації розвитку в'їзного та внутрішнього туризму в Україні,

використовуючи світовий досвід та рекомендації Всесвітньої туристичної організації.

Таблиця 1

Основні показники розвитку туристичної галузі України за п'ять років

Показники	Роки				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
1. Кількість іноземних туристів, млн. чол.	6,2	4,2	4,4	5,8	6,3
2. Кількість внутрішніх туристів, млн. чол.	5,7	6,4	6,6	6,9	7,2
3. Кількість виїжджаючих туристів, млн. чол.	8,6	7,4	8,7	9,4	9,3
4. Загальний обсяг туристичних потоків, млн. чол.	20,5	18,0	19,7	22,1	22,8

Коефіцієнт росту розраховується наступним чином:

Базовий $k_i = y_i / y_0$; ланцюговий $k_i = y_i / y_{i-1}$.

Якщо коефіцієнти росту виражають у відсотках, то їх називають темпами росту:

$$T_p = K \cdot 100\%.$$

Темп приросту може бути розрахований двома способами:

Базовий $T_n = ((y_i - y_0) / y_0) \cdot 100\%$; ланцюговий $T_n = ((y_i - y_{i-1}) / y_{i-1}) \cdot 100\%$;

або $T_n = T_p - 100\%$.

Самостійна робота:

- Які риси характерні для підприємництва в туризмі?
- На яких принципах ґрунтується підприємницька діяльність у туристичному бізнесі?
- Розкрийте сутність функцій підприємництва в туризмі.
- Охарактеризуйте основні суб'єкти підприємницької діяльності в туризмі.
- У чому полягає мета підприємницької діяльності суб'єктів туристичного бізнесу?
- На яких правових засадах ґрунтується туристичне підприємництво в Україні?
- Оцініть умови здійснення туристичної діяльності.
- Які засоби прямого впливу на економіку туристичного бізнесу застосовує держава?
- Поясніть роль непрямого державного впливу на розвиток туризму в Україні.
- Як формується туристичний потік?
- Які показники використовуються для оцінки потоку туристів?
- Чи можна оцінити інтенсивність розвитку туризму?
- Як визначається економічна та соціальна ефективність туристичного бізнесу країни?

- Дайте визначення туристичного потоку як основи формування туристичного продукту.

Задача 1

Кількість туро-днів, наданих туристичним агентством за звітний рік склала 7899 туро-днів. При цьому максимальний обсяг реалізації був у серпні – 1122 туро-дня; мінімальний – у лютому та складав 217 туро-днів. У середньому за місяць туристичне агентство реалізовувало 658 туро-днів. Розрахуйте коефіцієнти нерівномірності туристичних потоків.

Кількість туроднів (людино-днів) визначається шляхом множення загальної кількості туристів на середню тривалість (у днях) перебування одного туриста в країні (регіоні).

Туристичний потік – явище нерівномірне. Тому для характеристики нерівномірності туристичного потоку застосовують *коефіцієнт нерівномірності*, який може бути обчислений трьома способами, залежно від мети й завдання аналізу динаміки туристичного потоку.

1. Коефіцієнт нерівномірності, % = $\frac{\text{Кількість туроднів у місяці максимального туристичного потоку, людино-днів} \cdot 100 \%}{\text{Кількість туроднів у місяці мінімального туристичного потоку, людино-днів}}$
2. Коефіцієнт нерівномірності, % = $\frac{\text{Кількість туроднів у місяці максимального туристичного потоку, людино-днів} \cdot 100 \%}{\text{Річна кількість туроднів, людино-днів}}$
3. Коефіцієнт нерівномірності, % = $\frac{\text{Кількість туроднів у місяці максимального туристичного потоку, людино-днів} \cdot 100 \%}{\text{Середньомісячна кількість туроднів, людино-днів}}$,

де Середньомісячна кількість туроднів, людино-днів = $\frac{\text{Річна кількість туроднів, людино-днів}}{12}$.

Задача 2

Визначте загальну кількість туро-днів перебування туристів у Турції в попередньому й звітному періодах, встановіть вплив на зміну даного показника наступних чинників: кількості туристів, середньої тривалості перебування туристів у країні за наступними даними:

Показники	Період	
	попередній	звітний
Кількість туристів, осіб	6780	7789
Середня тривалість перебування одного туристу у регіоні, днів	14	13

Задача 3

Провести аналіз сальдо туристичного балансу за вихідними даними в таблиці. Розподілити аналізовані країни за двома групами: країни з позитивним сальдо туристичного балансу та з негативним сальдо*.

Вихідні дані

Країна	Витрати, млн.дол.	Доходи, млн.дол.
США	75	103
Німеччина	79	34
Великобританія	50	30
Японія	28	13
Франція	38	46
Італія	27	40
Нідерланди	20	12
Канада	29	15
Австралія	10	19
Іспанія	16	52

*Сальдо – це різниця між доходами та витратами

Література:

1. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. Відомості Верховної Ради України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
2. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
3. Закони України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698-XII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
4. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» від 21.01.1994 № 3857-XII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12>
5. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16.03.2017 № 168-р. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>
6. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Навч. посібник. К.: Знання України, 2006. 352 с.
7. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
8. Кушнірук Г.В. та ін. Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні : кол. монографія / за ред. д-ра іст. наук, проф. Чепурди Г. М.; Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2021. – 189 с.

9. Social Transformations of the National Economy in the Context of European Integration Processes: Collective monograph / S. Bugil and others: [Ed. by Doctors of Economics Sciences, Prof. Lupenko Yu., Pasichnyk Yu.] Shioda GmbH, Steyr, Austria, 2019. 370 p.

Практичне заняття 2. Управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах

Програма заняття:

1. Сутність, склад пропозиції та обсягу реалізації туристичного продукту на туристичних підприємствах.
2. Поняття, характеристика туристичного продукту: туристичні послуги та туристичні товари.
3. Складові елементи туристичного продукту.
4. Показники оцінки обсягу пропозиції послуг туристичних підприємств.
5. Вихідні передумови, цілі та завдання управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах.
6. Структурно-логічна схема процесу управління обсягом реалізації послуг та характеристика змісту окремих етапів роботи.
7. Визначення обсягу надання послуг у точці беззбиткової діяльності, мінімальної та нормальної рентабельності.

Основні показники економічного аналізу на туристичному підприємстві

Обсяг реалізації послуг туристичного підприємства оцінюється за допомогою наступних показників: кількість обслужених туристів (осіб), тривалість туру (днів), дохід (виручка) від реалізації туристичного продукту (грн.), обсяг реалізації туристичного продукту (туроднів), кількість реалізованих турів (од).

Коефіцієнт ритмічності = обсяг реалізації туристичного продукту в межах плану, грн. (туроднів) / загальний обсяг реалізації туристичного продукту за планом за весь період, грн. (туроднів).

Поріг безпечності, грн. = дохід (виручка) від реалізації туристичних послуг фактичний, грн. - дохід (виручка) від реалізації турпродукту в точці беззбитковості, грн.

Дохід (виручка) від реалізації турпродукту в точці беззбитковості, грн. = витрати постійні, грн. / (Ціна туру, грн - витрати змінні на I тур, грн.) * Ціна туру, грн.

Постійні витрати – це витрати, що залишаються незмінними при зміні обсягів реалізації турпродукту. До них відноситься частина загальновиробничих і загальногосподарських витрат, а саме, витрати на рекламу, адміністративно-управлінські витрати, амортизація необоротних активів, витрати на використання інформаційних баз даних тощо.

Змінні витрати в туризмі – це вартість проживання, транспортування, харчування, вартість спеціалізованих послуг (страхування, гίδα-перекладача, бронювання послуг, екскурсійні тощо), більша частина витрат операційної діяльності, витрат на збут туристичного продукту.

Витрати, пов'язані з операційною діяльністю підприємства, що не включаються до собівартості реалізованого турпродукту, поділяються на адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати.

До адміністративних витрат відносяться загальногосподарські витрати, пов'язані з загальним обслуговуванням та управлінням підприємством - це витрати на проведення річних зборів і представницькі витрати; витрати на відрядження та утримання апарату управління підприємства й іншого загальногосподарського персоналу; витрати на утримання й амортизацію основних фондів та інших матеріальних необоротних активів загальногосподарського використання; витрати на зв'язок та амортизацію нематеріальних активів загальногосподарського значення; витрати на врегулювання суперечок через судові органи, на сплату податків, зборів та інших обов'язкових платежів підприємства, крім включених до собівартості реалізованого турпродукту (послуг); оплата розрахунково-касового обслуговування та інших послуг банків; інші витрати загальногосподарського призначення.

До витрат на збут відносяться витрати, пов'язані з реалізацією турпродукту безпосередньо покупцям або через посередників, -це винагорода продавцям турпродукту, витрати на рекламу і дослідження ринку, на відрядження працівників збуту, на страхування туристів і супровідників туристичних груп та інші витрати, пов'язані зі збутому турпродукту та послуг.

До інших операційних витрат включаються витрати, пов'язані з конвертацією національної валюти в іноземну при виїзному туризмі і конвертацією валюти іноземних туристів у національну валюту; суми безнадійної дебіторської заборгованості і відрахувань у резерв сумнівних боргів; втрати від зміни курсу валют при операційній діяльності; визнані штрафи, пені, неустойки; витрати на виплату матеріальної допомоги, на утримання об'єктів соціального, культурного та побутового призначення і т.п.; інші витрати на операційну діяльність.

Запас фінансової міцності, разів = дохід (виручка) від реалізації туристичних послуг фактичний, грн. / дохід (виручка) від реалізації турпродукту в точці беззбитковості, грн.

Задача 1

У нових ринкових умовах господарювання троє випускників закладу вищої освіти зі спеціальності «Туризм» вирішили організувати туристичну фірму «Мандри», що пропонуватиме нові маршрути в напрямку виїзного туризму. Проаналізувавши пропозицію туристичних послуг на ринках України, молоді підприємці вирішили організувати туристичні подорожі до Бельгії, де вони проходили виробничу практику і в підсумку якої ознайомилися з туристичними об'єктами цієї країни.

1. Розрахувати обсяг діяльності туристичної фірми «Мандри» у точці беззбитковості в натуральних і вартісних показниках.

2. Розрахувати обсяг діяльності туристичної фірми «Мандри» у точці цільового прибутку в натуральних і вартісних показниках.

3. Скласти пояснювальну аналітичну записку.

Вихідні дані показані в таблиці:

Вихідні дані

Показники	Значення показників, тис. грн
Цільовий прибуток	52,0
Витрати:	
- постійні,	202,0
- змінні на 1 путівку.	1,252
Ціна путівки	4,050

Точка беззбитковості – це обсяг діяльності при якому доходи підприємства дорівнюють його витратам або маржинальний дохід (виручка від реалізації за виключенням ПДВ мінус змінні витрати) дорівнює постійним витратам.

Існує три методи визначення цього показника – метод рівняння, метод маржинального прибутку й графічний метод.

1. Метод рівняння.

Виторг - Змінні витрати - Постійні витрати = Операційний прибуток
або

Продажна ціна за одиницю товару * Кількість проданих товарів - Змінні витрати на одиницю товару * Кількість проданих товарів - Постійні витрати = Операційний прибуток.

2. Метод маржинального прибутку

Продажна ціна за од. * Кількість проданого товару - Змінні витрати на од. тов. * Кількість проданого товару - Постійні витрати = Операційний прибуток
або

(Продажна ціна за од. - Змінні витрати на од. тов.) * Кількість проданої продукції = Операційний прибуток + Постійні витрати.

У точці беззбитковості операційний прибуток = 0.

(Продажна ціна за од. - Змінні витрати на од. тов.) * Кількість проданої продукції = Постійні витрати.

(Продажна ціна за од. - Змінні витрати на од. тов.) - Маржинальний прибуток на одиницю товару.

Маржинальний прибуток на одиницю товару * Кількість проданої продукції = Постійні витрати

Кількість проданої продукції = Постійні витрати / Маржинальний прибуток на одиницю товару

3. Графічний метод полягає у визначенні точки беззбитковості шляхом побудови графіків залежності доходу та загальних витрат від обсягу діяльності підприємства.

Задача 2

Тризірковий готель, розташований у зручному (з точки зору транспортної доступності) місці великого промислового міста. Готуючись до сертифікації готельних послуг, підприємство здійснило плановий поточний та капітальний ремонт частини номерного фонду з метою його перепланування. Крім ремонтних робіт, інші причини обумовили зниження коефіцієнта завантаження номерного фонду порівняно із запланованим, що

негативно вплинуло на виконання показників виробничо-експлуатаційної програми готелю.

1. Визначити можливу пропускну спроможність готелю.

2. Визначити час простою номерного фонду (людино-днів) із різних причин (капітального ремонту; поточного ремонту; санітарної обробки номерів; інших)

3. Визначити пропускну спроможність готелю.

4. Визначити планову пропускну спроможність готелю.

5. Визначити коефіцієнт завантаження готелю в звітному році.

6. Скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій надати оцінку фактичному використанню пропускну спроможності готелю і сформулювати пропозиції щодо підвищення ефективності її використання.

7. Вихідні дані:

Кількість номерів – 40, у тому числі: президентські апартаменти – 6, апартаменти – 8, "люкс" – 16, "напівлюкс" – 10. Першої категорії: однокімнатні одномісні - 90, однокімнатні двомісні – 50.

Кількість номерів у капітальному ремонті, всього – 10, у тому числі "напівлюкс" – 10.

Кількість номерів у поточному профілактичному ремонті, всього – 44, у тому числі: "люкс" – 2, однокімнатні одномісні – 32, однокімнатні двомісні -10.

Тривалість поточного ремонту – 6 днів, середній час санітарної обробки і підготовки номеру до заселення – 1,8 години.

Фактично надано за рік 76860 людино-днів. Середня тривалість перебування гостя – 6 днів.

Експлуатаційна програма – це кількість місць (номерів), які надаються для проживання гостям у плановому періоді з урахуванням середнього терміну проживання гостей (або оборотності одного місця) в готелі.

За одиницю виміру основних послуг готелю прийнято число людино-днів (місце-днів, ліжко-днів).

Показники експлуатаційної програми готельного підприємства

1. *Одноразова місткість* = кількість номерів кожної категорії* число постійних (інвентарних) місць у кожному номері. Характеризує кількість інвентарних місць готелю.

2. *Можлива пропускну спроможність* = одноразова місткість* кількість календарних днів роботи готелю. Характеризує чисельність гостей, що можуть бути обслужені в готелі з урахуванням кількості інвентарних місць за певний період у відсутності простоїв.

3. *Пропускна спроможність* = можлива пропускну спроможність - кількість людино-днів перебування номерного фонду в капітальному ремонті та реконструкції. Характеризує чисельність гостей, що можуть бути обслужені в готелі з урахуванням простоїв, пов'язаних із капремонтom і реконструкцією готелю.

4. *Планова пропускна спроможність* = Пропускна спроможність - кількість людино-днів перебування номерного фонду в простої під плановим ремонтом - кількість людино-днів перебування номерів у простої з причин санітарної обробки номерів та підготовки їх до заселення - кількість людино-днів перебування номерів у простої під плановим ремонтом з інших об'єктивних причин. Характеризує чисельність гостей, що можуть бути обслужені в готелі з урахуванням планових простоїв з об'єктивних причин.

5. *Середня місткість* = (Кількість місць в експлуатації на початок періоду * термін перебування номерів (місць) в експлуатації на початок періоду, днів + Кількість місць в експлуатації на кінець періоду * термін перебування номерів (місць) в експлуатації на кінець періоду, днів) / загальний календарний термін експлуатації номерного фонду готелю, днів. Характеризує середню кількість інвентарних місць у готелі за певний період.

6. *Плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду (місць) за певний період (коефіцієнт використання пропускної спроможності)* = Планова пропускна спроможність / Пропускна спроможність. Характеризує ступінь використання номерного фонду готелю за планом

7. *Звітний коефіцієнт завантаження номерного фонду (місць) за певний період (коефіцієнт використання пропускної спроможності)* = фактично надана кількість місце-днів / людино-днів (загальний час перебування приїжджих) / Пропускна спроможність.

8. *Рівень завантаження номерного фонду* = фактично надана кількість місце-днів / людино-днів (загальний час перебування приїжджих) / Пропускна спроможність * 100.

Характеризує ступінь використання номерного фонду готелю за певний період.

Оперативні показники експлуатаційної програми підприємств готельного господарства

1. *Середня кількість гостей на місце* = загальна кількість гостей, осіб / кількість проданих місць

Характеризує середню кількість гостей, що в середньому обслужена за рік на одному місці

2. *Середній час перебування гостя* = фактично надана кількість людино-днів / загальна кількість гостей, осіб.

Характеризує тривалість перебування гостя в готелі в середньому за рік.

3. *Коефіцієнт завантаження номерного фонду (місць) за день* = кількість зайнятих місць / кількість інвентарних місць.

Показує ступінь завантаження місць готелю.

4. *Обіговість місця*: в разях = середня кількість місць в експлуатації / середній термін перебування гостя в готелі, днів.

Характеризує кількість разів експлуатації одного місця за період з урахуванням середнього терміну перебування гостя в готелі.

5. *Обіговість місця*: в днях = фактична кількість людино-днів / середня кількість місць в експлуатації.

Характеризує річну кількість використання місця за певний період з урахуванням середньої тривалості проживання, що склалася.

6. *Обіговість місця*: в кількості осіб = кількість гостей, обслужених у готелі за певний період, осіб / середня кількість місць в експлуатації.

Характеризує чисельність гостей, які в середньому обслужені на 1 місці готелю за певний період.

7. *Середня кількість номерів, прибраних за день* = кількість зайнятих номерів, од / кількість 8-годинних змін покоївок.

Показує середню кількість номерів, прибраних за день.

Самостійна робота:

- Наведіть схему формування та збуту туристичного продукту.
- Чим відрізняється реалізація та споживання турпродукту (окремих послуг) від матеріально-речових товарів?
- Поясніть порядок оформлення продажу туристичного продукту.
- Охарактеризуйте взаємозв'язок туроператора з постачальниками туристичних послуг і покупцями турпродукту.
- За допомогою яких показників оцінюється експлуатаційна потужність підприємства готельного типу?
- Як визначається місткість (ємність) і пропускна спроможність об'єкта розміщення туристів?
- Які показники використовуються при оцінці ефективності використання (завантаження) підприємств готельного типу?

Задача 1

1. Визначити обсяг реалізації турів до Болгарії у точці беззбиткової діяльності підприємства.
2. Скласти пояснювальну аналітичну записку. Вихідні дані представлені в таблиці:

Вихідні дані

Показники	Значення показників, ум. грош. од.
Середня ціна туру	380,0
Середні змінні витрати на 1 тур	210,0
Загальні постійні витрати підприємства	850,0

Література:

1. Закон України «Про валюту і валютні операції» від 21.06.2018 № 2473-VIII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19>
2. Закон України «Про страхування» від 07.03.1996 № 85/96-ВР. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-вр>
3. Бугіль С.Я. Економіка туристичного підприємства: конспект лекцій. Львів: ЛНАУ, 2019. 106 с.
4. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник. К.:НУХТ, 2018. 360 с.
5. Власова Н.О., Краснокрутьська Н.С. Економіка ресторанного господарства. Харків, Світ книг, 2015. 389 с.

6. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навч.посіб. К.: Кондор-Видавництво, 2012. 436с.
7. Економіка туризму: теорія та практика: підруч. / Мальська М.П. Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 544 с.
8. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування туристичної діяльності: підруч. К.: Знання, 2010. 310с.
9. Chang, S. Experience economy in the hospitality and tourism context. Tourism management perspective. 2018. No. 27. P. 83–90.

Практичне заняття 3. Матеріальні ресурси туристичних підприємств

Програма заняття:

1. Система ресурсного забезпечення туристичного бізнесу
2. Виробнича структура основних фондів.
3. Оцінка основних фондів.
4. Методи нарахування амортизації: прямолінійний, виробничий та прискорені.
5. Оборотні фонди.

Рух та технічний стан основних засобів туристичного підприємства оцінюється за показниками *зношеності, придатності, оновлення та вибуття*.

Коефіцієнт зносу розраховується як відношення суми *зносу* основних засобів до первинної їх вартості.

Коефіцієнт оновлення – це відношення вартості введених основних засобів до вартості основних засобів на кінець року.

Коефіцієнт придатності розраховується як відношення залишкової вартості основних засобів до первинної їх вартості.

Коефіцієнт вибуття – це відношення вартості основних засобів, що вибули до вартості основних засобів на початок року.

Узагальнюючим показником використання основних засобів є показник *фондовіддачі*, який розраховується за наступним алгоритмом.

Фондовіддача основних засобів туристичної галузі = Обсяг реалізації туристичного продукту, грн. / Середньорічна вартість основних засобів туристичних підприємств, грн.

Цей показник показує, скільки туристичних продуктів чи послуг отримано з кожної гривні задіяних основних засобів. Розраховується даний показник у натуральному і грошовому виразі.

Фондомісткість турпродукту (послуг) розраховується як відношення середньорічної вартості основних засобів до обсягів проданого турпродукту. Показує, скільки припадає основних засобів на гривню реалізованого туристичного продукту чи послуги.

Фондоозброєність (ступінь забезпеченості працівників туристичних підприємств капіталом) розраховується як відношення середньорічної вартості основних засобів до середньорічної кількості працівників туристичного підприємства.

Рентабельність основних засобів туристичних підприємств, % = Чистий прибуток туристичних підприємств, грн. × 100 % / Середньорічна вартість основних засобів туристичних підприємств, грн.

Самостійна робота:

- Як класифікуються ресурси, необхідні для забезпечення туристичної діяльності?
- Чим визначається система ресурсного забезпечення формування та реалізації туристичного продукту?
- Основні фонди підприємства. Показники руху, фізичне та моральне зношення, амортизація, відтворення основних фондів.
- Оборотні фонди і оборотні засоби підприємства.

Задача 1

Визначити коефіцієнти оновлення, вибуття та приросту основних фондів, а також вартість основних фондів на кінець року в цілому і по кожній групі, використовуючи дані таблиці.

Показники	На початок звітнього року, тис.грн	Надійшло у звітньому році, тис.грн	Вибуло у звітньому році, тис.грн	На кінець звітнього року, тис.грн
Всього основних фондів, в тому числі:	5800	600	200	
Будівлі	2300	-	-	
Споруди	500	30	40	
Обладнання	120	120	10	
Інші основні фонди	1720	300	80	
Комп'ютерні засоби	1160	150	70	

Задача 2

Визначити норму та річну амортизацію автопарку туристичного підприємства, якщо його первісна вартість складає 800 тис. грн. Термін використання автобусів за технічним паспортом складає 15 років.

Для об'єктів основних засобів, які швидко морально застарівають, або у міру старіння яких значно збільшуються витрати на їх ремонт та технічне обслуговування (транспортні засоби, комп'ютери) доцільно використовувати прискорені методи амортизації.

Література:

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
2. Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698-XII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
3. Бугіль С.Я. Економіка туристичного підприємства: конспект лекцій. Львів: ЛНАУ, 2019. 106 с.
4. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник. К.:НУХТ, 2018. 360 с.
5. Власова Н.О., Краснокрутьська Н.С. Економіка ресторанного господарства. Харків, Світ книг, 2015. 389 с.
6. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навч.посіб. К.: Кондор-Видавництво, 2012. 436с.
7. Економіка туризму: теорія та практика: підруч. / Мальська М.П. Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 544 с.
8. Економіка і аналіз готельних та ресторанних підприємств: конспект лекцій / уклад. І. О. Мельник. Миколаїв : МНАУ, 2021. 62 с.
9. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2007. 224 с.
10. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування туристичної діяльності: підруч. К.: Знання, 2010. 310с.

Практичне заняття 4. Трудові ресурси підприємств туристичної сфери

Програма заняття:

1. Яку роль відіграють трудові ресурси в діяльності підприємств туристичного бізнесу?
2. Чим відрізняється поняття «трудові ресурси» від «кадрового потенціалу» підприємства?
3. Перелічіть і розкрийте сутність показників оцінки кадрового забезпечення підприємств.
4. Охарактеризуйте показники руху (обороту) трудових ресурсів підприємства за певний період часу.
5. Що характеризує середньооблікова чисельність штатних працівників і як вона розраховується?

6. Якими показниками вимірюється інтенсивність обороту (зміни) кадрового складу підприємства?
7. Як визначається фонд робочого часу працівників?
8. Розкрийте сутність показників ефективності використання трудових ресурсів підприємств туристичного бізнесу.
9. Яка роль заробітної плати у формуванні трудового колективу і у відтворенні робочої сили?
10. Які елементи утворюють тарифну систему оплати праці? Розкрийте їхню сутність.
11. У чому полягають відмінності між погодинною та відрядною формами оплати праці?
12. Охарактеризуйте системи відрядної форми оплати праці.
13. Як регулюється оплата праці в туристичному бізнесі України?

Форми оплати праці:

Погодинна форма оплата праці працівників здійснюється на основі погодинних (денних) тарифних ставок і нормованих завдань на відповідний період часу або місячних окладів.

Погодинна оплата праці у сфері туризму здійснюється на основі посадових окладів з урахуванням відпрацьованого часу. При *простій погодинній системі оплати* тарифний заробіток працівника за місяць ($ЗПт$) розраховується за формулою

$$ЗПт = (ОК / Дн) \times Дф$$

де $ОК$ – місячна сума посадового окладу;

$Дн$ – номінальна кількість робочих днів (годин) у місяці;

$Дф$ – фактично відпрацьована кількість днів (годин) за місяць.

При *погодинно-преміальній системі оплати праці*, крім тарифного заробітку ($ЗПт$), виплачується премія ($ПР$) за виконання кількісних та якісних показників:

$$ЗПеп = ЗПт + ПР,$$

де $ЗПеп$ – заробітна плата, нарахована за погодинно-преміальною системою.

Відрядна форма оплата праці здійснюється на основі норми виробітку і розцінки за одиницю виконаної роботи.

При *простій відрядній системі* оплати праці заробіток ($ЗПв$) розраховується за формулою

$$ЗПв = Nmn \times P,$$

де Nmn – кількість одиниць створеного (реалізованого) турпродукту (послуг);

P – розцінка за одиницю турпродукту (послуг).

При *непрямій відрядній системі* оплати праці заробіток обслуговуючого персоналу залежить від результатів праці тих працівників, яких він обслуговує. До працівників з непрямою відрядною оплатою праці в туристичних підприємствах відносяться маркетологи і менеджери по забезпеченню туроператорів необхідними туристичними послугами.

Заробіток при такій системі ($ЗПвн$) розраховується за формулою

$$ЗПвн = ТСгод \times t \times Кн,$$

де $ТСгод$ – тарифна ставка за годину роботи основного працівника;

t – фактично відпрацьована кількість годин основним працівником;

K_n – коефіцієнт виконання норм основним працівником, що обслуговується допоміжним працівником.

При *відрядно-преміальній системі* оплати праці заробіток працівника ($ЗП_{впр}$) включає відрядний прямий заробіток ($ЗП_{вп}$) і премію ($ПР$) за досягнення кількісних та якісних показників, які преміюються:

$$ЗП_{впр} = ЗП_{вп} + ПР.$$

При *відрядно-прогресивній системі* оплати праці заробіток працівника ($ЗП_{впрг}$) включає, крім відрядного прямого заробітку, ще й премію, яка визначається за зростаючою шкалою.

Ступінь зростання премії залежить від рівня перевиконання нормованого завдання.

Розрахунок заробітку при цій системі здійснюється за формулою

$$ЗП_{впрг} = ЗП_{вп} \cdot I_{прг},$$

де $I_{прг}$ – індекс прогресивно зростаючої премії.

При *акордній системі* оплати праці застосовуються дві підсистеми: проста акордна та акордно-преміальна. Проста акордна оплата здійснюється за весь комплекс виконаних робіт. Показники оплати й обсяг робіт передбачаються в договорі.

При *акордно-преміальній системі* оплати праці виплачується ще й премія за якість і достроковість виконання робіт, передбачених договором.

Досить розповсюдженою системою оплати праці в туристичних агентствах є *участь працівників у доходах підприємства*, яка передбачає збільшення частки агентської винагороди при перевищенні домовленостей по реалізації турпродукту. Для розрахунків можна використовувати формулу

$$ЗП_{аг} = АВд \times I_{зн} + \Delta АВ \times I^{б}зн,$$

де $ЗП_{аг}$ – заробітна плата агентів-реалізаторів турпродукту;

$АВд$ – агентська винагорода за договірний обсяг реалізації турпродукту;

$I_{зн}$ – частка (індекс) заробітної плати в агентському доході за договірний обсяг реалізації турпродукту;

$\Delta АВ$ – перевищення договірних обсягів агентського збору за реалізацію тур продукту;

$I^{б}зн$ – збільшений індекс заробітної плати за понаддоговірну реалізацію тур продукту.

Самостійна робота:

- Що є основою мотивації праці?
- Визначте місце та роль мотивації праці в організації заробітної плати.
- Які види стимулів є найбільш ефективними в управлінні трудовими ресурсами?
- Виділіть ті форми мотивації праці, які підвищують віддачу трудових ресурсів.
- На яких вимогах ґрунтується мотивація праці?
- Що необхідно здійснювати для підтримки мотивації праці?
- Охарактеризуйте заробітну плату, яка є головним мотивом до праці.
- Що охоплює колективний договір між підприємцем і найманими працівниками? Яка його юридична сила?

Задача 1

Визначити необхідну суму коштів на оплату праці туристичного підприємства на плановий рік. Середня заробітна плата в звітному році становила 4464,0 грн., чисельність працівників 25 осіб. У плановому році передбачається скоротити штат на 20,0 %, а підвищення заробітної плати на 15,0 %.

Задача 2

На початок року в туристичному підприємстві чисельність працівників становила 206 осіб. На протязі року звільнилося 4 особи, а було прийнято за конкурсом 5 осіб. Визначити середньооблікову чисельність працівників, а також коефіцієнти загального обороту, прийому кадрів, звільнення та відновлення кадрів.

Задача 3

Чисельність працівників туристичного підприємства на початок року складала 143 особи, з яких 87% – явочна чисельність. На протязі року було прийнято 12 осіб, а звільнено 26 осіб, з яких 15% – за поважними причинами та решта за власним бажанням. Визначити середньооблікову чисельність працівників та коефіцієнти стабільності, звільнення та плинності кадрів, а також фонд робочого часу за місяць, якщо середня тривалість робочого дня працівника – 7 годин.

Рух працівників облікового складу виражається формулою балансового зв'язку

$$Ч_n + Ч_{пр} - Ч_{зв} = Ч_k$$

де $Ч_n$, $Ч_k$ – відповідно чисельність працівників на початок і на кінець періоду;

$Ч_{пр}$, $Ч_{зв}$ – чисельність прийнятих і звільнених працівників за певний період відповідно.

Інтенсивність обороту кадрів виражається рядом показників.

1. Коефіцієнт загального обороту ($Коб$) розраховується як відношення кількості прийнятих і звільнених працівників за звітний період до середньооблікової чисельності штатних працівників:

$$Коб = ((Ч_{пр} + Ч_{зв}) / Ч_{об}) * 100$$

2. Коефіцієнт прийому кадрів ($Кп$) визначається як відношення кількості осіб, прийнятих на роботу за певний період ($Ч_{пр}$), до середньооблікової чисельності штатних працівників за той самий період:

$$Кп = (Ч_{пр} / Ч_{об}) * 100$$

3. Коефіцієнт звільнення, тобто вибуття ($Кзв$), працівників розраховується як відношення кількості звільнених працівників за звітний період до середньооблікової чисельності штатних працівників

$$Кзв = Ч_{зв} / Ч_{об}$$

Велике значення для оцінки обороту кадрів має визначення коефіцієнтів плинності та відновлення.

4. Коефіцієнт плинності кадрів ($K_{пл}$) розраховується як відношення кількості звільнених працівників за звітний період за прогули та інші порушення трудової дисципліни, невідповідність зайнятій посаді, а також за власним бажанням (крім поважних причин) до середньооблікової чисельності штатних працівників:

$$K_{пл} = Ч_{зв.пор} / Ч_{об},$$

де $Ч_{зв.пор}$ – чисельність звільнених за порушення трудової дисципліни та за власним бажанням.

5. Коефіцієнт відновлення кадрів характеризується співвідношенням кількості прийнятих працівників до кількості звільнених з різних причин за певний період:

$$K_{від} = Ч_{пр} / Ч_{зв.}$$

Задача 4

Проаналізувати зміну продуктивності праці на туристичному підприємстві у натуральному і вартісному виразі за два роки за нижче приведеними даними:

Вихідні дані

Показники	Роки	
	базисний	звітний
Обсяг реалізації, од.	785	823
Виручка від реалізації, тис. грн.	540	685
Чисельність працівників на початок року, осіб	70	?
Чисельність працівників на кінець року, осіб	78	?

Примітка: у базисному році чисельність звільнених працівників становила 5 осіб, а прийнятих – 2 особи.

У загальному розумінні *продуктивність праці* – це показник ефективності (результативності) праці, який розраховується як частка від ділення обсягу продукції (робіт, послуг) на ту кількість праці, що витрачена на його виробництво. Рівень продуктивності праці розраховується двома способами: прямим і зворотним.

При *прямому способі* продуктивність праці в туризмі визначається кількістю сформованого (реалізованого) турпродукту (турпослуг) в розрахунку на одного працівника підприємства в одиницю часу. Оскільки обсяг роботи виражається в натуральних і вартісних показниках, то продуктивність праці обчислюється в таких же показниках відповідно за формулами

$$ПП^н = N_{mn} / Ч_{об}$$

$$ПП^{вар} = V_{mn} / Ч_{об}$$

де $ПП^н$; $ПП^{вар}$ – продуктивність праці відповідно в натуральному і вартісному вираженні;

N_{mn} – кількість створеного (реалізованого) тур продукту (послуг);

V_{mn} – обсяг виручки від реалізації турпродукту (послуг).

Зворотний спосіб визначення ефективності праці полягає в розрахунках *трудоємності* одиниці турпродукту (послуг). Трудоємність характеризується кількістю робочого часу, витраченого на одиницю турпродукту (послуги), і розраховується за формулою

$$T^n = \Phi_{рч} / N_{mn}$$

де T^n – трудоємність натуральної одиниці турпродукту (послуги);

$\Phi_{рч}$ – фонд робочого часу, витрачений на створення та реалізацію усієї кількості турпродукту (послуг) за певний період.

Фонд робочого часу визначається за формулою $\Phi_{рч} = Чоб \times РЧ$

Вартісні показники трудоємності обчислюються як співвідношення витраченого часу до вартості сформованого (реалізованого) турпродукту (послуг) за той же час:

$$T^{var} = \Phi_{рч} / V_{mn}$$

де T^{var} – трудоємність турпродукту (послуги), виражена у вартісних показниках;

V_{mn} – обсяг реалізованого турпродукту (послуг) у грошовому вираженні.

Головні резерви підвищення продуктивності праці пов'язані зі скороченням трудоємності турпродукту та окремих послуг.

Література:

1. Податковий кодекс України. Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. Відомості Верховної Ради України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
3. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
4. Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698-XII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
5. Андrenко І.Б., Влащенко Н.М. Фінансово-економічний аналіз підприємств туризму: підручник. Х.: ХНАМГ, 2012. 308 с.
6. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навч. посіб. К.: Кондор-Видавництво, 2012. 436с.
7. Економіка туризму: теорія та практика: підруч. / Мальська М.П. Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 544 с.
8. Економіка і аналіз готельних та ресторанних підприємств: конспект лекцій / уклад. І. О. Мельник. Миколаїв : МНАУ, 2021. 62 с.
9. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2007. 224 с.

10. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
11. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування туристичної діяльності: підруч. К.: Знання, 2010. 310с.
12. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Економіка готельного господарства і туризму: навч. посібник. Київ : КНТЕУ, 2010. 179 с.

Практичне заняття 5. Фінансові ресурси туристичних підприємств

Програма заняття:

1. Сутність і роль фінансів туристичних підприємств та їх зв'язок з державним фінансовим механізмом та зі складовими фінансового ринку.
2. Методи впливу державного фінансового механізму на фінансову діяльність туристичних підприємств.
3. Порядок проведення економічного аналізу формування та використання фінансових ресурсів у туризмі.
4. Кредит та його форми.
5. Основні джерела формування прибутку.

Показники ліквідності підприємства

Показники	Формула для розрахунку	Рекомендовані значення
Показники ліквідності		
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$(\text{Грошові кошти} + \text{Поточні фінансові інвестиції}) / \text{Поточні зобов'язання}$	$> 0,2$
Коефіцієнт поточної ліквідності	$(\text{Грошові кошти} + \text{Поточні фінансові інвестиції} + \text{Дебіторська заборгованість} + \text{Готова продукція}) / \text{Поточні зобов'язання}$	> 1
Коефіцієнт загальної ліквідності	$\text{Оборотний капітал} / \text{поточні зобов'язання}$	2

Показники ділової активності

Коефіцієнт ділової активності	$\text{Виторг від реалізації} / \text{Валюта балансу}$	max
Коефіцієнт ефективності використання фінансових ресурсів	$\text{Чистий дохід} / \text{Валюта балансу}$	
Тривалість обігу фінансових ресурсів (днів)	$\text{Валюта балансу} * \text{Кількість днів у періоді} / \text{Чистий дохід}$	
Коефіцієнт оборотності оборотного капіталу	$\text{Виторг від реалізації} / \text{Середній залишок оборотного капіталу}$	

Тривалість одного обороту оборотного капіталу (днів)	Середній залишок оборотного капіталу*Кількість днів у періоді / Виторг від реалізації	
Коефіцієнт забезпечення власними коштами	Власний оборотний капітал/Оборотний капітал	
Частка оборотного капіталу, %	Оборотний капітал*100% / Валюта балансу	
Частка власного оборотного капіталу, %	Власний оборотний капітал*100% / Оборотний капітал	max

Показники рентабельності

Рентабельність власного капіталу, %	Чистий прибуток *100% / Середня величина власного капіталу	max
Рентабельність капіталу, %	Чистий прибуток *100% / Середня величина валюти капіталу	max
Рентабельність продукції, %	Чистий прибуток*100% / Собівартість продукції	max
Рентабельність продаж, %	Чистий прибуток *100% / Виручка від реалізації	max

Самостійна робота:

- Особливості фінансових відносин туристичної установи.
- Сутність фінансового управління підприємством.
- Інформаційне забезпечення фінансового управління.
- Управління фінансовою діяльністю. Фінансові менеджери.
- Фінансове планування. Фінансові потоки туристичної фірми.
- Запаси, нормування та використання оборотних засобів.

Задача 1

За звітний період туристичне підприємство реалізувало турпослуг на суму 1,15 млн.грн., тоді як плановий розмір реалізації складав 987 тис.грн. За звітний рік тривалість обороту оборотних коштів становила 25 днів, а планова величина складала 30 днів. Визначити фактичне і планове значення коефіцієнта оборотності оборотних коштів, середньорічний розмір оборотних коштів, а також річний обсяг вивільнених або залучених оборотних коштів.

Задача 2

Розрахувати показники використання оборотних засобів туристичного підприємства та їх зміни у звітному році, порівняно з базовим роком.

Показники	Значення		Зміни	
	Базовий рік	Звітний рік	Абсолютні +/-	Відносні %
Виручка, тис.грн	11 800	15 400		
Залишки оборотних засобів, тис.грн	2 200	3 100		
Кількість днів в плановому періоді	360	360		
Коефіцієнт оборотності				
Коефіцієнт завантаженості				
Тривалість одного обороту				

Коефіцієнт оборотності (КО) оборотних засобів визначається діленням обсягу реалізації продукції (РП) до середнього залишку оборотних коштів

$$КО = РП / ОЗ$$

Цей показник характеризує віддачу оборотних засобів або скільки доводиться гривень продукції на одну гривню використовуваних фондів.

Чим вищий, тим ефективніше використовуються обігові кошти, оскільки чим більше оборотів здійснюють оборотні кошти, тим краще вони використовуються

Коефіцієнт (КЗ) завантаження оборотних фондів є зворотним показником коефіцієнта оборотності і характеризує, скільки гривень фондів припадає на кожну одну гривню продукції:

$$КЗ = ОЗ / РП$$

Чим менше оборотних коштів припадає на одну гривню реалізованої продукції, тим ефективніше вони використовуються

Тривалість обороту (ТО) оборотних фондів визначається відношенням кількості днів (КД) у плановому періоді до коефіцієнта оборотності:

$$ТО = КД / КО$$

Вказує на ефективність управління оборотними фондами підприємства. Це період, протягом якого оборотні фонди здійснюють повний оборот. Зниження показника свідчить про те, що підприємству потрібно менше ресурсів для фінансування своїх оборотних фондів

Література:

1. Закон України «Про валюту і валютні операції» від 21.06.2018 № 2473-VIII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19>
2. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Навч. посібник. К.: Знання України, 2006. 352с

3. Економіка туризму: теорія та практика: підруч. / Мальська М.П. Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 544 с.
4. Андренко І.Б., Влащенко Н.М. Фінансово-економічний аналіз підприємств туризму: підручник. Х.: ХНАМГ, 2012. 308 с.
5. Балашова Р.І. Розвиток туристичного підприємства: теорія та практика: монографія. Донецьк : видавництво «Вебер», 2009. 343 с.
6. Конкурентоспроможність національної економіки: фіскальні важелі та стимули: монографія / С.Я. Бугіль та ін. ; за заг. ред. Ситник Н.С., Стасишин А.В. Львів : „Сполом”, 2017. Ч. 2. 512 с.
7. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування туристичної діяльності: підруч. К.: Знання, 2010. 310с.

Практичне заняття 6. Доходи підприємств туристичної сфери

Програма заняття:

1. Комерційний дохід від надання послуг як головна складова доходів туристичних підприємств.
2. Джерела формування комерційного доходу туроператорів та турагентів.
3. Чинники, що впливають на формування комерційного доходу від надання послуг туристичними підприємствами.
4. Методика розрахунку показників, що характеризують обсяг та рівень комерційних доходів від надання послуг туристичними підприємствами.
5. Методи планування доходів туристичних підприємств в цілому та за окремими видами доходів.

Дохід від реалізації турпродукту та послуг – це сума виручки, яку розраховують за формулою:

$$V = \sum_{i=1}^n N_i * C_i$$

де V – дохід (виручка) від реалізації турпродукту (послуг);

n – види туристичних послуг (від 1 до n);

N_i – кількість i -тої туристичної послуги (турпродукту);

C_i – ціна i -тої туристичної послуги (турпродукту).

Для розрахунків обсягів реалізації, що забезпечать точку беззбитковості туроператора, в натуральному вираженні (кількості турів або послуг) використовується формула

$$N_{тбз}^{оп} = B_{пос} / C_{оп} - B_{зм. в ціні}$$

де $N_{тбз}^{оп}$ – кількість турів або туристичних послуг, яка забезпечить беззбитковість діяльності туроператора (оп);

B_{noc} – сума постійних витрат підприємства;

$C_{\text{оп}}$ – оптова ціна туру (туристичної послуги) без ПДВ;

$B_{\text{зм. в ціні}}$ – сума змінних витрат в ціні.

При розрахунках планових обсягів реалізації турпродукту (послуг) у натуральному вираженні, що забезпечать беззбитковість турагента, необхідно використовувати одну з формул:

$$N_{\text{тбз}}^{\text{аз}} = B_{\text{noc}} / 3H - B_{\text{зм}}$$

$$N_{\text{тбз}}^{\text{аз}} = B_{\text{noc}} / P_{\text{зн}} - P_{\text{змв}}$$

де $N_{\text{тбз}}^{\text{аз}}$ – кількість турів (туристичних послуг), яка забезпечить беззбитковість діяльності турагента;

$3H$ – сума знижки (агентська винагорода), надана туроператором на реалізацію одного туру (послуги);

$B_{\text{зм}}$ – сума витрат змінних, що покриваються за рахунок знижки;

$P_{\text{зн}}$ – рівень знижки на реалізацію турпродукту без ПДВ, % до суми реалізації без ПДВ;

$P_{\text{змв}}$ – рівень змінних витрат турагента, % до суми реалізації без ПДВ.

Обсяг реалізації турпродукту (послуг) у вартісному виразі, що забезпечує підприємству беззбитковість, розраховується як сума добутків планової кількості кожного виду реалізованих турів (послуг) на їхні ціни за формулою

$$V_{\text{тбз}} = \sum_{i=1}^n N_{\text{тбз}}^i \times C_i \times I_{\text{ПДВ}}$$

де $V_{\text{тбз}}$ – обсяг турпродукту, реалізація якого забезпечить беззбитковість діяльності підприємства;

$N_{\text{тбз}}^i$ – кількість і-того продукту, що забезпечує беззбитковість;

C_i – ціна і-того турпродукту (послуги) в плановому періоді;

$I_{\text{ПДВ}}$ – індекс податку на додану вартість.

Якщо підприємство працює з великою номенклатурою турів і туристичних послуг, то планувати обсяг реалізації, який забезпечить беззбитковість туроператора, слід у вартісному вираженні за такою формулою:

$$V_{\text{тбз}}^{\text{оп}} = (B_{\text{noc}} / (I - ЧВ_{\text{зм.у вир.}})) * I_{\text{ПДВ}}$$

де $V_{\text{тбз}}^{\text{оп}}$ – обсяг реалізації турпродукту (послуг), що забезпечить точку беззбитковості туроператора;

$ЧВ_{\text{зм.у вир.}}$ – частка змінних витрат у виручці від реалізації турпродукту (послуг) без ПДВ.

Обсяг доходу, що забезпечить у плановому періоді беззбитковість туристичного агента, розраховується за формулою

$$D_{\text{тбз}}^{\text{аз}} = (B_{\text{noc}} / (I - ЧВ_{\text{зм.у доходи}})) * I_{\text{ПДВ}}$$

де $D_{\text{тбз}}^{\text{аз}}$ – дохід, необхідний для забезпечення точки беззбитковості турагента;

$ЧВ_{\text{зм.у доходи}}$ – частка змінних витрат у чистому доході турагента.

В економіці України, де поки що багато збиткових підприємств, суму мінімального прибутку слід приймати на рівні процентної ставки на депозитні внески, використовуючи таку формулу:

$$C_6 = M_{pp}$$

де C_6 - відсоткова ставка на депозитні вклади;

M_{pp} - мінімальний рівень рентабельності власного капіталу.

З урахуванням цієї рівності суму мінімального прибутку можна розрахувати за формулою

$$P_{\min} = (K_{\text{вл}} * C_6) / 100$$

де $P_{\min}$ - сума мінімального прибутку за певний період часу;

$K_{\text{вл}}$ - середня величина власного капіталу за той же період.

Визначивши суму мінімального прибутку, можна розрахувати обсяг реалізації, що забезпечить її одержання туроператором, за формулою

$$V_{\text{mpp}}^{\text{on}} = V_{\text{тбз}}^{\text{on}} + P_{\min} / (I - ЧВ_{\text{зм.у.вир.}}) * I_{\text{ПДВ}}$$

де $V_{\text{mpp}}^{\text{on}}$ - обсяг реалізації, що забезпечить туроператору одержання мінімального рівня рентабельності.

Підставивши значення $V_{\text{тбз}}^{\text{on}}$ з формули наведеної трохи вище, одержимо інший вигляд цієї формули:

$$V_{\text{тбз}}^{\text{on}} = (B_{\text{noc}} + P_{\min}) / (I - ЧВ_{\text{зм.у.вир.}}) * I_{\text{ПДВ}}$$

При плануванні тур агентом обсягів доходу від реалізації турпродукту (послуг), які забезпечать мінімальний прибуток, варто використати формулу обсягу доходу, що забезпечить у плановому періоді беззбитковість туристичного агента, додавши в чисельник мінімальний прибуток. З урахуванням цього формула набуває такого вигляду:

$$D_{\text{mpp}}^{\text{az}} = (B_{\text{noc}} + P_{\min}) / (I - ЧВ_{\text{зм.у.доході}})$$

де $D_{\text{mpp}}^{\text{az}}$ - обсяг доходу, що забезпечить турагенту одержання мінімального рівня рентабельності.

Якщо цільовий прибуток визначений, то обсяг реалізації, який забезпечить туроператору його одержання, можна розрахувати за формулою

$$V_{\text{ц}}^{\text{on}} = (B_{\text{noc}} + П_{\text{ц}}) / (I - ЧВ_{\text{зм.у.вир.}}) * I_{\text{ПДВ}}$$

де $V_{\text{ц}}^{\text{on}}$ - обсяг реалізації турпродукту (послуг), що забезпечить одержання цільового прибутку туроператором;

$П_{\text{ц}}$ - сума встановленого на плановий період цільового прибутку.

Для турагента розраховувати цей показник слід за формулою

$$D_{\text{ц}}^{\text{az}} = (B_{\text{noc}} + П_{\text{ц}}) / (P_{\text{зн}} - P_{\text{змв}}) * I_{\text{ПДВ}}$$

де $D_{\text{ц}}^{\text{az}}$ - обсяг реалізації, що забезпечить турагенту одержання цільового прибутку.

Обсяги реалізації турпродукту або окремих послуг у натуральному вираженні, що забезпечать одержання туроператором мінімального або цільового прибутку, слід розраховувати за наведеними формулами:

$$N_{\text{mpp}}^{\text{on}} = (B_{\text{noc}} + P_{\min}) / (Ц_{\text{оп}} - B_{\text{зм.в.ціні}})$$

$$N_{\text{ц}}^{\text{on}} = (B_{\text{noc}} + П_{\text{ц}}) / (Ц_{\text{оп}} - B_{\text{зм.в.ціні}})$$

Для турагента ці формули мають інший вигляд:

$$N_{\text{mpp}}^{\text{az}} = (B_{\text{noc}} + P_{\min}) / (ЗН - B_{\text{зм}})$$

$$N_{\text{ц}}^{\text{az}} = (B_{\text{noc}} + П_{\text{ц}}) / (P_{\text{зн}} - P_{\text{змв}})$$

Задача 1

Туристична фірма надає один вид послуг. Є наступні вихідні дані: постійні витрати – 300 тис. грн.; ціна одиниці послуги – 1000 грн.; середні змінні

витрати – 450 грн. Потрібно визначити граничну виручку (критичний обсяг продажу).

Самостійна робота:

- Які особливості характерні для формування доходу в туристичному бізнесі?
- Виділіть і поясніть відмінності в джерелах отримання доходу туроператором і турагентом?
- Як розраховується дохід від реалізації туристичного продукту або окремих послуг?
- Охарактеризуйте модель формування та використання доходу туристичних підприємств.
- Чим відрізняється валовий дохід підприємства від чистого доходу та оподаткованого прибутку?
- За якими напрямками розподіляється дохід підприємств туристичного бізнесу?
- Які відмінності доходу від звичайної діяльності і від надзвичайних подій?
- Поясніть процес визначення прибутку (збитку) на основі розподілу (використання) доходу підприємства.

Задача 1

Визначити розмір доходу від реалізації турпродукту, розмір чистого доходу від реалізації та розмір валового прибутку, якщо за місяць було реалізовано 3 тури за ціною 1200 грн., 5 турів за ціною 2350 грн., 2 тури за ціною 4200 грн., 6 турів за ціною 2000 грн. Крім того реалізовано 3 тури іноземним туристам за ціною 3000 грн., розрахунок яких здійснювався за межами України по безготівковому розрахунку. Розмір інших вирахувань з доходу становить 7% від загального доходу від реалізації турпродукту. Загальна собівартість реалізованого турпродукту становить 12540 грн.

Задача 2

Туристи, під час перебування в Єгипті, купили у партнера туркомпанії додаткову екскурсію на коралові рифи, під час якої туристи плавали з маскою без попереднього інструктажу. Одного туриста забули (підібрали через годину), його вкусила мурена, а на борту не було аптечки. Після повернення постраждалий висунув претензію до турагентства з вимогою компенсації понесених витрат, а також моральної шкоди. Турфірма вважає, що за

екскурсію, яка не входить у вартість, компанія відповідальності не несе. Хто правий?

Література:

1. Андренко І.Б., Влащенко Н.М. Фінансово-економічний аналіз підприємств туризму: підручник. Х.: ХНАМГ, 2012. 308 с.
2. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник. К.:НУХТ, 2018. 360 с.
3. Власова Н.О., Краснокрутська Н.С. Економіка ресторанного господарства. Харків, Світ книг, 2015. 389 с.
4. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навч.посіб. К.: Кондор-Видавництво, 2012. 436с.
5. Економіка туризму: теорія та практика: підруч. / Мальська М.П. Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 544 с.
6. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2007. 224 с.
7. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
8. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування туристичної діяльності: підруч. К.: Знання, 2010. 310с.
9. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Економіка готельного господарства і туризму: навч. посібник. Київ : КНТЕУ, 2010. 179 с.
10. Social Transformations of the National Economy in the Context of European Integration Processes: Collective monograph / S. Bugil and others: [Ed. by Doctors of Economics Sciences, Prof. Lupenko Yu., Pasichnyk Yu.] Shioda GmbH, Steyr, Austria, 2019. 370 p.

Практичне заняття 7. Поточні витрати та собівартість послуг на підприємствах туристичної сфери

Програма заняття:

1. У чому полягає сутність витрат, пов'язаних з формуванням і реалізацією туристичного продукту (послуг)?
2. Визначте, які витрати відносяться на собівартість туристичного продукту (послуги).
3. За якими ознаками класифікують витрати, що входять до собівартості турпродукту?
4. Розкрийте особливості та відмінні риси постійних і змінних витрат.

5. Що відноситься до адміністративних витрат?
6. Охарактеризуйте елементи операційних витрат.
7. Що відноситься до фінансових витрат?
8. Розкрийте сутність загальної моделі планування витрат туристичного підприємства.

Для управління витратами формуються такі види собівартості туристичних послуг.

Технологічна собівартість – витрати на проживання та харчування, транспортні послуги, страхування, оформлення візи, екскурсійне обслуговування, витрачені в процесі надання туристичних послуг, тобто прямі матеріальні витрати $S_{техн.} = S_{пр.зм.}$

Для формування такої собівартості туроператором використовуються зовнішні або його власні ресурси:

$$S_{техн.} = S_{пр.зм.}$$

де $S_{техн.}$ – технологічна собівартість, грн.;

$S_{пр.зм.}$ – прямі змінні витрати на створення туристичного продукту, грн.

Виробнича собівартість $S_{вир.}$, до якої згідно із П(С)БО 16 “Витрати” належать прямі матеріальні витрати (технологічна собівартість), прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати та інші змінні загально виробничі витрати та постійні розподілені загальновиробничі витрати:

$$S_{вир.} = S_{техн.} + S_{зм.заг.вир.} + S_{пост.розп.}$$

де $S_{техн.}$ – технологічна собівартість, грн.;

$S_{зм.заг.вир.}$ – змінні загальновиробничі витрати на створення туристичного продукту, грн.;

$S_{пост.розп.}$ – постійні розподілені загальновиробничі витрати на створення туристичного продукту, грн.

Собівартість реалізованої продукції, яка включає виробничу собівартість, плюс постійні нерозподілені загальновиробничі витрати та понаднормативні виробничі витрати згідно із П(С)БО 16 “Витрати”:

$$S_{реал.} = S_{вир.} + S_{пост.нерозп.} + S_{понаднорм.}$$

Собівартість одиниці реалізованої туристичної послуги формально має такий алгоритм:

$$S_{пр.зм.} + S_{зм.заг.вир.} + S_{пост.розп.} + S_{пост.нер.} + S_{понаднорм.}$$

$$S_{од.реал.} = \frac{\quad}{N_{i=1}^n}$$

де $S_{од.реал.}$ – собівартість одиниці реалізованої туристичної продукції, грн.;

N – кількість туристів, споживачів цього продукту, осіб; i ;

n – кількість споживачів, яка може зростати від 1 (однієї) особи до (n) осіб;

$S_{пр.зм.}$ – прямі змінні витрати на створення туристичного продукту, грн.;

$S_{зм.заг.вир.}$ – змінні загальновиробничі витрати, грн.;

$S_{пост.розп.}$ – постійні розподілені загально виробничі витрати на створення туристичного продукту, грн;

$S_{пост.нер.}$ – вартість нерозподілених загальновиробничих витрат, грн.

$S_{понаднорм.}$ – вартість понаднормативних виробничих витрат, грн.

«Загальна» повна собівартість. Під цими витратами розуміються всі витрати, що увійшли до собівартості реалізованої продукції, до яких додано адміністративні витрати, витрати на збут й інші операційні витрати:

$$S_{заг.} = S_{реал.} + B_{адм.} + B_{зб.} + B_{ін.}$$

де $S_{реал.}$ – собівартість реалізованого туристичного продукту, грн.;

$B_{адм.}$ – адміністративні витрати, грн.;

$B_{зб.}$ – витрати на збут, грн.;

$B_{ін.}$ – інші операційні витрати, грн.

$$S_{од.заг.} = \frac{S_{реал.} + B_{адм.} + B_{зб.} + B_{ін.}}{N_{i=1}^n}$$

де $S_{од.заг.}$ – загальна (повна) собівартість одиниці туристичної продукції, грн.

Задача 1

Визначити вартість туристичної путівки на 1 людину за наступними вихідними даними.

Іноземним громадянам пропонується тур Київ-Львів (без перельоту):

Київ, 4 дні, 3 ночі.

Львів, 6 днів, 5 ночей.

Кількість туристів з перекладачем – 18 осіб.

Харчування – повний пансіон (сніданок, обід, вечеря).

Проживання в двохмісних номерах «люкс» готелю ***.

Транспорт – комфортабельний автобус.

Вартість проживання в готелі Києва – 50 дол. за добу.

Вартість проживання в готелі Львову – 45 дол. за добу.

Вартість харчування у Києві – 65 дол. за добу.

Вартість харчування у Львові – 72 дол. за добу.

Транспорт - вартість оренди 1 година – 15 дол. (6 годин на день).

Вартість переїзду Київ - Львів – 55 дол. за люд.

Екскурсійна програма у Києві – 45 дол.

Екскурсійна програма у Львові – 70 дол.

Послуги турфірми – 5 % від розміру всіх видатків.

Прибуток турфірми – 10 % від розміру всіх видатків.

Самостійна робота:

- Які витрати не включаються до собівартості реалізованого турпродукту (послуг)?
- Як пов'язані між собою витрати на збут туроператора та турагента?
- Охарактеризуйте елементи операційних витрат.
- Що відноситься до фінансових витрат?
- З якими особливостями пов'язана калькуляція собівартості туристичного продукту?

- Якими методами плануються поточні витрати підприємств туристичного бізнесу? Розкрийте їх сутність.

Задача 1

Визначити планову та фактичну суму витрат туристичного підприємства, а також їх зміну, якщо в звітному році витрати на рекламу склали 64 тис.грн., адміністративно-управлінські витрати – 34,2 тис.грн., амортизація основних фондів – 62 тис.грн., витрати на послуги розміщення – 136,5 тис.грн., послуги харчування – 107,4 тис.грн., послуги груповодів – 47,9 тис.грн, транспортні витрати – 86,5 тис.грн, комунальні витрати – 26,7 тис.грн., витрати на оплату праці – 210 тис.грн. На плановий період передбачено підвищити обсяг реалізації турпродукту на 25%, а змінні витрати плануються в обсязі 575 тис.грн.

Задача 2

Туристи придбали турпродукт із розміщенням у стандартному номері в готелі 4*. При заселенні в готель туристи були поінформовані співробітником готелю про те, що вільних стандартних номерів немає, і їх зможуть розмістити тільки в номері «студія» за умови доплати туристами 1000 євро. Туристи погодилися на доплату та були розміщені. Після повернення туристи висунули претензію до турагентства з вимогою компенсації понесених витрат, а також моральної шкоди у розмірі 500 євро. Чи має право турист у цій ситуації повернення своїх витрат з оплати туристичного продукту чи ненаданих послуг?

Література:

1. Андренко І.Б., Влащенко Н.М. Фінансово-економічний аналіз підприємств туризму: підручник. Х.: ХНАМГ, 2012. 308 с.
2. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник. К.:НУХТ, 2018. 360 с.
3. Власова Н.О., Краснокрутьська Н.С. Економіка ресторанного господарства. Харків, Світ книг, 2015. 389 с.
4. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навч.посіб. К.: Кондор-Видавництво, 2012. 436с.
5. Економіка туризму: теорія та практика: підруч. / Мальська М.П. Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 544 с.
6. Економіка і аналіз готельних та ресторанних підприємств: конспект лекцій / уклад. І. О. Мельник. Миколаїв : МНАУ, 2021. 62 с.

7. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2007. 224 с.
8. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
9. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Економіка готельного господарства і туризму: навч. посібник. Київ : КНТЕУ, 2010. 179 с.

Практичне заняття 8. Прибуток та рентабельність на підприємствах туристичної сфери

Програма заняття:

1. Розкрийте економічну сутність і функції прибутку підприємств?
2. Яка різниця між економічним і бухгалтерським прибутком?
3. Охарактеризуйте взаємозв'язок доходу і прибутку.
4. На який вид прибутку впливає упущена вигода підприємства в будь-якій сфері діяльності?
5. Яка роль прибутку в економіці підприємства як критерію ефективності підприємницької діяльності?
6. Із яких джерел формується прибуток підприємств туристичного бізнесу?
7. Що являє собою прибуток від операційної діяльності в туризмі і як він розраховується?
8. За якими ознаками класифікується прибуток (збиток) підприємств?
9. Чим відрізняється номінальний прибуток від реального?
10. За яких умов підприємство отримує збитки або мінімальний прибуток?
11. Що необхідно робити, щоб підприємство позбавилося збитків і забезпечило отримання цільового прибутку?
12. У яких показниках оцінюється прибуток? Дайте їх характеристику.
13. Розкрийте систему показників рентабельності діяльності та використання ресурсів підприємства.
14. Чим відрізняються розрахунки рентабельності діяльності туроператорів і турагентів?
15. Яке значення в плануванні діяльності підприємства має визначення цільового прибутку?
16. Що охоплює система планових розрахунків прибутку підприємств?
17. Охарактеризуйте методи планування прибутку підприємств, прийнятні для туристичного бізнесу.
18. Як розраховується коефіцієнт капіталізації прибутку підприємницьких структур?

Прибуток є частиною доходу, що залишається підприємству після відшкодування витрат і сплати податків та обов'язкових зборів:

$$П = Д_ч - В - П_{од},$$

де $П$ – чистий прибуток;

$Д_ч$ – чистий доход;

$В$ – витрати;

$П_{од}$ – податки й обов'язкові збори.

Номінальний прибуток – це фактично отримана сума прибутку, тобто прибуток, виражений у діючих цінах, а *реальний прибуток* – це прибуток, виражений у порівнянних цінах. При визначенні реального прибутку враховується індекс інфляції за формулою:

$$Pr = П_{ном} / I_{inf}$$

де Pr , $П_{ном}$ – відповідно реальна і номінальна сума прибутку, грн;

I_{inf} – індекс інфляції, коефіцієнт.

Величину *мінімального прибутку*, що підлягає оподатковуванню, можна розрахувати за формулою:

$$П_{min} = (IH * C_{den}) / (100 - C_n)$$

де $П_{min}$ – мінімальний прибуток, що підлягає оподатковуванню;

IH – сума інвестованого капіталу в діяльність підприємства;

C_{den} – середня за поточний період відсоткова ставка на банківські депозити;

C_n – ставка податку на прибуток та інших обов'язкових платежів з прибутку.

Максимальний прибуток виступає метою підприємницької діяльності. Він визначається доцільністю нарощування обсягів реалізації туристичних послуг при мінімізації витрат. Основною вимогою одержання максимального прибутку є умова, за якої сума граничного доходу (MR) дорівнює сумі граничних витрат (MC):

$$MR=MC$$

Цільовий прибуток – це сума чистого прибутку, яка відповідає можливостям підприємства одержувати обсяг прибутку, що відповідає потребам підприємства в забезпеченні економічного та соціального розвитку.

Прибуток від реалізації планується різними методами.

Перший метод ґрунтується на використанні двох уже розроблених планів: плану доходів від реалізації турпродукту (послуг) і плану витрат, пов'язаних з його комплектуванням і реалізацією. Для розрахунків цим методом плану прибутку для туроператора можна використовувати таку формулу:

$$П^{nl}_{on} = V^{nl} - ПДВ - B^{nl}$$

де $П^{nl}_{on}$ – планова сума прибутку туроператора від реалізації;

V^{nl} – планова сума виручки (доходу) від реалізації турпродукту (послуг) туроператора;

B^{nl} – витрати на комплектування та реалізацію планового обсягу турпродукту (послуг).

При плануванні прибутку турагента необхідно враховувати специфіку утворення його доходу і витрат за формулою:

$$П^{nl}_{az} = KB^{nl} - ПДВ - B^{nl}$$

де $П^{nl}_{az}$ – планова сума прибутку від реалізації турпродукту та послуг турагента;

KB^{nl} – планова сума комісійної винагороди;

B^{nl} – витрати турагента на просування на ринок і реалізацію турпродукту (послуг).

Другий метод полягає у використанні середнього рівня рентабельності діяльності підприємства, встановленого на плановий період. При розрахунках плану прибутку цим методом використовуються такі формули:

- для туроператора:

$$\Pi^{nl}_{on} = D^{nl}_q * P_{vir} / 100$$

- для турагента:

$$\Pi^{nl}_{ag} = KB^{nl}_q * P_{kv} / 100$$

де D^{nl}_q – чистий дохід туроператора на плановий період;

P_{vir} – плановий рівень рентабельності виручки туроператора;

KB^{nl}_q – чиста комісійна винагорода турагента на плановий період;

P_{kv} – плановий рівень рентабельності комісійної винагороди турагента.

Третій метод передбачає прямі розрахунки цільового прибутку. Основою такого планування є визначення потреби в прибутку для кожного напрямку його використання:

- 1) інвестування виробничого й соціального розвитку підприємства;
- 2) виплата доходів і дивідендів власникам капіталу не нижче процентної ставки за депозитними внесками;
- 3) додаткове матеріальне стимулювання працівників;
- 4) створення фінансових резервів і фондів ризику;
- 5) сплата податків та інших обов'язкових платежів із прибутку.

Перераховані види потреб формують загальну потребу в чистому прибутку. Для розрахунків оподаткованого прибутку, що забезпечить одержання планового чистого прибутку, використовується формула:

$$\Pi^{nl}_{on} = (\Pi^{nl}_q * 100) / (100 - C_{pod})$$

де Π^{nl}_{on} – оподатковувана сума планового цільового прибутку;

Π^{nl}_q – планова сума чистого прибутку;

C_{pod} – ставка податку на прибуток, %.

Розрахований таким методом оподатковуваний прибуток є вихідним моментом програмно-цільового методу планування доходу та інших показників господарської діяльності.

Для туроператора рентабельність розраховується у відсотках до виручки (доходу) від реалізації турпродукту та окремих послуг (P^{on}_{vir}) за формулою

$$P^{on}_{vir} = \Pi_q / D_q * 100$$

де Π_q – чистий прибуток туроператора;

D_q – чистий дохід (виручка) від реалізації туроператора.

Для турагентської діяльності розраховується рентабельність комісійної винагороди (P^{ag}_{kv}) за формулою

$$P^{ag}_{kv} = \Pi_q / KB * 100$$

Π_q – чистий прибуток турагента;

KB – комісійна винагорода турагента.

Маржинальний дохід = Ціна-«брутто» – ціна «нетто»

Валовий прибуток = Маржинальний дохід – Постійний витрати

Рівень прибутку розробленого турпродукту = Валовий прибуток / Маржинальний дохід

Рентабельність турпродукту = Валовий прибуток * 100 / Повна собівартість

Строк окупності авансованого (вкладеного) капіталу = Сума авансованого капіталу, пов'язана з державною реєстрацією фірми, викупом ліцензії й формуванням статутного капіталу / Чистий прибуток турфірми за рік

Ефективність авансованого капіталу = Чистий прибуток турфірми за рік / Сума авансованого капіталу, пов'язана з державною реєстрацією фірми, викупом ліцензії й формуванням статутного капіталу

Задача

Для організації фірми-туроператора було витрачено: для створення статутного фонду – 30 000 євро (курс 6,5 грн.); на реєстрацію, ліцензію, відкриття – 130 000 грн.

Фірма за рік планує організувати й реалізувати 15 групових (на 20 чоловік) турів за кордон і 60 індивідуальних турів по Україні.

Виробнича собівартість закордонного тура становить 21 000 у.од. (курс 5,3 грн.), у т.ч. витрати на розробку й реалізацію тура – 3 150 у.од.

Прибуток від реалізації тура за кордон становить 18 % від ціни «нетто».

Виробнича собівартість тура по Україні становить 950 грн., в т.ч. витрати на його розробку й реалізацію – 200 грн.

Прибуток від реалізації тура по Україні становить 20 % від ціни «нетто».

Розрахувати:

- виторг від реалізації турів за рік, в т.ч. від реалізації турів за кордон і по Україні;
- маржинальний дохід турфірми, в т.ч. від реалізації турів за кордон і по Україні;
- загальний річний прибуток турфірми, в т.ч. від реалізації турів за кордон і по Україні;
- рентабельність турів за кордон і по Україні;
- строк окупності й ефективність авансованого капіталу за умови, що податок на прибуток становить 25 %.

Самостійна робота:

- Виділіть головні напрями використання прибутку туристичних підприємств.
- Який макроінтерес існує до прибутку будь-якого господарського суб'єкта?
- Які показники застосовуються при плануванні прибутку підприємств?
- Чим визначається система розподілу прибутку при його плануванні?
- За якими напрямками розподіляється прибуток підприємств?

- Як впливає прибуток (збиток) від надзвичайних подій на загальну суму прибутку підприємств?
- За допомогою якого документа сповіщається відповідний податковий орган про прибуток підприємства, що підлягає оподаткуванню?

Задача

Туристи придбали тур до Мексики, у програмі якого було передбачено відвідування пірамід майя, що розташовані на півострові Юкатан (східне узбережжя Мексики). За тиждень до початку поїздки сталося стихійне лихо (ураган Катрін) і східне узбережжя Мексики було закрито для відвідування туристів. В якості альтернативи туристам було запропоновано екскурсію по західній Мексиці та знайомство з морською фауною тихоокеанського узбережжя. Туристи користувалися цією послугою. Після повернення туристи звернулися в туристичну фірму з вимогою відшкодування моральної шкоди за екскурсію до пірамід майя. Туроператор відмовив у задоволенні претензії. Чи правомірні дії туроператора?

Література:

1. Податковий кодекс України. Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. Відомості Верховної Ради України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
3. Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698-XII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
4. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Навч. посібник. К.: Знання України, 2006. 352 с.
5. Бугіль С.Я. Економіка туристичного підприємства: конспект лекцій. Львів: ЛНАУ, 2019. 106 с.
6. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник. К.: НУХТ, 2018. 360 с.
7. Березін О. В., Карпенко Ю. В. Ціноутворення в туристичному бізнесі: навч. посіб. Суми: Університетська книга, 2014. 168 с.
8. Власова Н.О., Краснокрутська Н.С. Економіка ресторанного господарства. Харків, Світ книг, 2015. 389 с.
9. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навч. посіб. К.: Кондор-Видавництво, 2012. 436с.

10. Економіка туризму: теорія та практика: підруч. / Мальська М.П. Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 544 с.

Практичне заняття 9. Ціна туристичного продукту та ціноутворення на окремі види туристичних послуг

Програма заняття:

1. Поняття та структура відпускнуої вартості одного туро-дня в туристичних підприємствах.
2. Елементний склад цін на послуги підприємств розміщення туристів
3. Механізм формування цін на послуги підприємств розміщення: вартості однієї людино-добы; економічному обґрунтуванні ціни-нетто, бруто; ціни обслуговування одного гостя.
4. Умови застосування комерційних знижок і надбавок до роздрібних цін.

Для розрахунків ціни (Ц) пакета послуг одного туриста можна використовувати формулу

$$Ц = \{((C + П - З_n) / Ч_{тур}) * РК_{зб} / 100\} * ((100 + НДС) / 100)$$

де C – собівартість послуг, включених до турпакета;

$П$ – планова сума прибутку підприємства-туроператора;

$З_n$ – сума знижок, наданих туристам туроператором;

$РК_{зб}$ – рівень комісійного збору, % до оптової ціни турпакета;

$Ч_{тур}$ – кількість туристів у групі.

Ціна-«нетто» – відображає суму цін, розцінок і тарифів на всі види послуг, наданих туристам.

Ціна-«нетто» (обмежена собівартість тура) = Прямі змінні витрати (вартість окремих послуг: розміщення, харчування, перевезення, екскурсії, страхування, оформлення віз) + Непрямі податки на окремі види послуг (акцизи, місцеві збори).

Виробнича собівартість тура = Ціна-«нетто» + Поточні витрати на розробку й реалізацію продукту (зарплата персоналу, амортизація устаткування, утримування приміщень, витрати на рекламу, маркетинг, відрядження тощо).

Маржинальний дохід = Поточні витрати на розробку й реалізацію продукту + Прибуток турпідприємства з урахуванням податкових платежів + Комісійна винагорода турагентам (5-10 %) + Сезонні й комерційні знижки = Ціна-«брутто» – ціна-«нетто».

Ціна-«брутто», тобто ціна пропозиції турпродукта на ринку = Виробнича собівартість тура + Маржинальний дохід + ПДВ із доходу від реалізації тура.

Ціна турпакета з розрахунку на одного туриста = ((Вартість послуг, що входять до пакету, складеного туроператором + непрямі податки на окремі види послуг) + (Умовно-постійні витрати туроператора + Прибуток туроператора + Комісійні турагента + Вартість послуг осіб супровідної групи + Комерційні знижки) * 1,2) / Чисельність туристів у групі.

Самостійна робота:

Підготувати доповідь на тему «Чим відрізняється ціноутворення в туризмі від матеріальних галузей економіки?»

Задача 1

Українська турфірма організує закордонні групові тури на 8 днів, 15 турів (у складі кожної групи 7 школярів).

Вартість послуг тура включає:

Авіапереліт – 200 дол.

Проживання в готелі – 400 дол.

У т.ч. сніданок – 40 дол.

Страховий поліс – 10 дол.

Віза – 30 дол.

Харчування (обід, вечеря) – 140 дол.

Екскурсійне обслуговування – 50 дол.

Комісійна винагорода контрагента – 50 дол.

Передбачено знижку школярам за проживання в готелі – 50 %.

Маржа української турфірми – 5%.

Плановий прибуток – 10 % від ціни «нетто».

Ставка ПДВ – 20 %.

Визначити вартість кожного тура, в т.ч. і на одного школяра, розмір виручки, маржинальний дохід, витрати й прибуток турфірми.

Література:

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Навч. посібник. К.: Знання України, 2006. 352 с.
2. Андренко І.Б., Влащенко Н.М. Фінансово-економічний аналіз підприємств туризму: підручник. Х.: ХНАМГ, 2012. 308 с.
3. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник. К.: НУХТ, 2018. 360 с.
4. Березін О. В., Карпенко Ю. В. Ціноутворення в туристичному бізнесі: навч. посіб. Суми: Університетська книга, 2014. 168 с.
5. Власова Н.О., Краснокрутьська Н.С. Економіка ресторанного господарства. Харків, Світ книг, 2015. 389 с.
6. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2007. 224 с.

7. Семенов В.Ф., Герасименко В.Г., Горбань Г.П., Богадьорова Л.М. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посібник. Одеса: Одеський державний економічний університет, 2011. 225 с.

Практичне заняття 10. Інвестиційна діяльність та бізнес-планування на підприємствах туристичної сфери

Програма заняття:

1. Методологічні основи розробки окремих розділів бізнес-плану підприємств туристичної сфери.
2. Методи дослідження ринку туристичних послуг.
3. Особливості розробки бізнес-плану будівництва нового підприємства туристичної сфери.
4. Особливості розробки бізнес-плану реконструкції діючого підприємства туристичної сфери.

Самостійна робота:

- Що являють собою інвестиції, відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність»?
- Яка діяльність вважається інвестиційною?
- Хто такий інвестор?
- Які існують форми інвестицій?
- Бізнес-планування: сутність, призначення, стадії формування, логіка розробки й поліваріантність структури бізнес-плану.
- Зробіть порівняння поточного та бізнес-планування на підприємстві.
- Покажіть сутність і призначення бізнес-планування.
- Покажіть стадії формування бізнес-плану.

Задача 1

У двотижневій автобусній поїздці Європою через поломку автобуса було втрачено три дні та не виконано кілька пунктів екскурсійної програми. У договорі є пункт, який знімає з туристичної фірми відповідальність у разі форс-мажорних обставин, до яких віднесено і поломки автотранспорту. Чи можуть туристи пред'явити претензії до транспортної компанії?

Література:

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
2. Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698-XII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
3. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Навч. посібник. К.: Знання України, 2006. 352 с.
4. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник. К.: НУХТ, 2018. 360 с.
5. Економіка туризму: теорія та практика: підруч. / Мальська М.П. Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 544 с.
6. Концептуальні засади економічного зростання в умовах глобалізації: колективна монографія / Бугіль С.Я. та ін. Нюрнберг, 2016. 487 с.
7. Кушнірук Г.В. та ін. Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні : кол. монографія / за ред. д-ра іст. наук, проф. Чепурди Г. М.; Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2021. – 189 с
8. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування туристичної діяльності: підруч. К.: Знання, 2010. 310с.
9. Social Transformations of the National Economy in the Context of European Integration Processes: Collective monograph / S. Bugil and others: [Ed. by Doctors of Economics Sciences, Prof. Lupenko Yu., Pasichnyk Yu.] Shioda GmbH, Steyr, Austria, 2019. 370 p.
10. Sozioökonomische und rechtliche Faktoren der sozialen Entwicklung unter den Bedingungen der Globalisierung / S. Bugil and others; Hrsg. von Doktor der Wirtschaftswissenschaften, Professor Yu.V. Pasichnyk: kollektive Monographie in 2 Bänden, B. 1: Shioda GmbH, Steyr, Austria, 2018. 470 p.

4. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Особливості попиту на туристичному ринку.
2. Фактори, що впливають на попит на ринку туристичних послуг, їх кількісна оцінка.
3. Методи оцінки ступеня задоволення попиту на туристичні послуги.
4. Еластичність попиту на туристичний продукт по ціні: методика оцінки та характеристика.
5. Інфраструктура туристичного ринку, характеристика її складових елементів, галузеві економічні відносини.
6. Характеристика сучасного стану та тенденцій розвитку туризму в Україні.
7. Поняття, характеристика туристичного продукту: туристичні послуги та туристичні товари.
8. Складові елементи туристичного продукту.
9. Показники оцінки обсягу пропозиції послуг туристичних підприємств.
10. Сутність матеріальних ресурсів туристичних підприємств.
11. Основні елементи матеріальних ресурсів: основні фонди, оборотні фонди та матеріальна частина фондів обертання.
12. Суть та основні елементи матеріально-технічної бази туристичних підприємств.
13. Основні фонди підприємств туристичної сфери.
14. Характеристика основних фондів туристичних підприємств.
15. Види та оцінка вартості основних фондів туристичних підприємств.
16. Поняття виробничої потужності та пропускної спроможності засобів розміщення туристів.
17. Особливості оцінки ефективності використання виробничої потужності та пропускної спроможності підприємств готельного господарства туристичних комплексів.
18. Матеріальні оборотні фонди та фонди обертання підприємств, особливості їх складу в туристичних підприємствах.
19. Показники оцінки забезпеченості туристичних підприємств оборотними фондами та фондами обертання.
20. Поняття трудових ресурсів, трудового колективу, кадрів, персоналу туристичних підприємств.
21. Класифікація трудових ресурсів в туризмі.
22. Джерела формування трудових ресурсів.
23. Діяльність підприємств туристичної сфери на ринку робочої сили.
24. Вихідні передумови, цілі та завдання управління трудовими ресурсами туристичних підприємств,

25. Поняття продуктивності, ефективності й якості праці в туризмі.
26. Показники оцінки продуктивності праці працівників туристичних підприємств. Особливості визначення та оцінки рівня продуктивності праці на туристичних підприємствах.
27. Фактори, що обумовлюють рівень та можливості зростання продуктивності праці на туристичних підприємствах.
28. Організація матеріального стимулювання праці працівників на туристичних підприємствах.
29. Принципи стимулювання праці в умовах ринкових відносин та їх використання на туристичних підприємствах.
30. Особливості та джерела утворення доходів підприємств туристичної сфери.
31. Комерційний дохід від надання послуг як головна складова доходів туристичних підприємств.
32. Особливості визначення собівартості в засобах розміщення туристів.
33. Експлуатаційна та повна собівартість послуг розміщення.
34. Особливості визначення собівартості туристичного продукту.
35. Показники оцінки загального обсягу і рівня поточних витрат на туристичних підприємствах: абсолютні, відносні, показники ефективності.
36. Поняття рентабельності підприємств туристичної сфери.
37. Показники вимірювання прибутковості та рентабельності туристичних підприємств.
38. Фактори, що впливають на формування прибутку підприємств туристичної сфери в цілому та по окремих видах діяльності (окремих господарських операціях).
39. Види цін на послуги підприємств туристичної сфери.
40. Суть та склад ціни туристичного продукту.
41. Склад та структура ціни на окремі види туристичних послуг: на туристсько-екскурсійне обслуговування, на транспортні послуги (автобусні, залізничні, авіа тощо) та інші.
42. Структура ціни туристичного продукту на одного туриста.
43. Поняття та структура відпускнуої вартості одного туродня в туристичних підприємствах.
44. Інвестиційна політика підприємств туристичної сфери.
45. Управління інвестиціями на підприємствах туристичної сфери.
46. Методологічні основи розробки окремих розділів бізнес-плану підприємств туристичної сфери. Методи дослідження ринку туристичних послуг.

5. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Система оцінювання знань, вмінь та навичок студентів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять.

Перевірка та оцінювання знань студентів проводиться у наступних формах:

- оцінювання роботи студентів під час практичних занять;
- проведення проміжного контролю;
- проведення підсумкового контролю.

Загальна оцінка з дисципліни визначається як сукупність балів, що студент отримує за змістовні модулі та проміжний контроль.

Сума балів, які студент денної форми навчання може набрати за першим, другим та третім розділом, дорівнює 60.

Підсумковий контроль здійснюється у формі екзамену. До екзамену допускаються студенти, які мають достатню кількість балів з поточного контролю. Загальна кількість балів за успішне виконання екзаменаційних завдань становить 40. Час виконання – до 80 хвилин.

УВАГА! У разі використання заборонених джерел на екзамені студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни розраховується як сума контрольних оцінок та балів, отриманих за результатами поточного та підсумкового семестрового контролю. Загальна сума балів підсумкового семестрового контролю складає 100.

Схема нарахування балів

Приклад для підсумкового семестрового контролю в формі екзамену з екзаменаційною роботою:

Поточний контроль, самостійна робота, проміжний контроль										Разом	Екзаменаційна робота	Сума
Розділ 1		Розділ 2			Розділ 3					60	40 (мінімум – 20)	100 (мінімум – 50)
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10			
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
60 (мінімум – 30)												

T1, T2 ... T10 – теми розділів.

Структура та складові поточного оцінювання з дисципліни

Поточний контроль – 60 балів.

З них:

– активна робота на практичних заняттях – 40 балів;

– проміжний контроль – 20 балів;

Поточний контроль передбачає вирішення задач та оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на практичних заняттях.

Критерії оцінювання знань студентів на практичних заняттях

Усний виступ, вирішення задачі	Критерії оцінювання
4	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вірно вирішує всі задачі, запропоновані викладачем.
3	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються окремі несуттєві неточності та незначні помилки в вирішенні задач.
2	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки в вирішенні задач.
1	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності в вирішенні задач і.
0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

Доповнення виступу:

2 бали – отримують студенти, які глибоко володіють матеріалом, чітко визначили його зміст; зробили глибокий системний аналіз змісту виступу, виявили нові ідеї та положення, що не були розглянуті, але суттєво впливають на зміст доповіді, надали суттєву допомогу при вирішенні задачі.

1 бал отримують студенти, які виклали матеріал з обговорюваної теми, що доповнює зміст виступу, поглиблює знання з цієї теми та висловили власну думку, надали незначну допомогу при вирішенні задачі.

Ведення опорного конспекту лекції:

Опорний конспект лекції (ОКЛ) – вид навчально-методичного посібника, в якому стисло і системно викладено основний теоретичний матеріал у формі основних понять і положень, що структурно й логічно пов'язані між собою. Його ведення сприяє системному і глибокому засвоєнню навчального матеріалу, дозволяє простежити структурні зв'язки між різними поняттями, положеннями, концепціями, проблемами, теоріями тощо.

Кожен студент повинен мати ОКЛ на лекціях і вести в ньому записи власноруч. Під час аудиторної роботи з ОКЛ студенти записують основні тези лекції та пояснення викладача у визначеному в конспекті полі. Під час самостійної роботи рекомендується доповнити записи лекції та завершити виконання завдань, що були запропоновані викладачем.

Критерії проміжного контролю знань студентів

Проміжний контроль проводиться з метою визначення стану успішності здобувачів вищої освіти за період теоретичного навчання. Проміжний контроль знань студентів здійснюється через проведення комп'ютерного тестування на платформі Moodle та оцінюється в 20 балів.

Умови допуску студента до підсумкового семестрового контролю (екзамену): робота на практичних заняттях та написання проміжного контролю, за результатами яких він набрав не менше 30 балів.

Підсумковий семестровий контроль

Підсумковий семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що здійснюється в університеті у формі заліку та екзамену. На підсумковий семестровий контроль виносяться питання, що передбачають перевірку розуміння здобувачами вищої освіти програмного матеріалу дисципліни в цілому та рівня сформованості відповідних компетентностей після опанування курсу.

Підсумковий контроль 40 балів, в т. ч:

2 теоретичних питання – 30 б (2x15):

13-15 балів отримують студенти, які повно та ґрунтовно розкрили теоретичне питання, використавши при цьому не лише обов'язкову, а й додаткову літературу;

10-12 балів отримують студенти, які в цілому розкрили теоретичне питання, однак не повно і допустивши деякі неточності. При цьому не використав на достатньому рівні обов'язкову літературу;

7-9 балів отримують студенти, які правильно визначили сутність питання, але розкрили його не повністю, допустивши деякі незначні помилки;

5-6 балів отримують студенти, які правильно визначили сутність питання, розкривши його лише частково і допустивши при цьому окремі помилки, котрі не впливають на загальне розуміння питання;

3-4 балів отримують студенти, які правильно визначили сутність питання, недостатньо або поверхово розкривши більшість його окремих положень і допустивши при цьому окремі помилки, які частково вплинули на загальне розуміння проблеми;

0-2 балів отримують студенти, які частково та поверхово розкрили лише окремі положення питання і допустили при цьому певні суттєві помилки, котрі значно вплинули на загальне розуміння питання.

Задача – 10 б:

9-10 балів отримують студенти, які повністю вирішили задачу, отримали правильну відповідь та змогли пояснити логіку розв'язання;

6-8 балів отримують студенти, які правильно, але не повністю відобразили логіку розв'язання задачі та отримали правильну відповідь;

3-5 балів отримують студенти, які частково і поверхово відобразили логіку вирішення задачі або сформулювали висновок, допустивши неточності та помилки;

1-2 бали отримують студенти, які не змогли правильно вирішити задачу але робили спроби з вірним визначенням формул;

0 балів отримують студенти, які не володіють навчальним матеріалом.

Питання до екзамену додаються.

Бали за відповіді на теоретичні питання викладач виставляє після усної співбесіди.

За підсумками поточного і підсумкового контролю студент може набрати від 0 до 100 балів включно. Мінімальна кількість балів, які повинен набрати студент, щоб скласти екзамен, становить 50 балів. Бали за відповіді на теоретичні питання викладач виставляє на оголошенні екзаменаційних оцінок після усної співбесіди. Національна шкала ґрунтується на рейтингу здобувачів вищої освіти у складі потоку/курсу:

– здобувачам вищої освіти, які повністю оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, можуть дати відповіді на всі питання курсу, опанували рекомендовану літературу, виставляють оцінку *відмінно*;

- здобувачам вищої освіти, які оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, проте у відповідях допустили неточності, ставлять оцінку *добре*;
- здобувачам вищої освіти, які показали задовільні результати оволодіння навчальною програмою дисципліни на репродуктивному рівні й при відповідях допускають помилки, ставлять оцінку *задовільно*;
- здобувачі вищої освіти, які за результатами вивчення дисципліни отримали *незадовільні оцінки*, повинні додатково виконати індивідуальні завдання для підвищення рівня своїх знань і повторно перескласти підсумковий контроль.

Для дистанційної форми навчання

Вид навчальної діяльності	Максимальна кількість балів	Мінімальна кількість балів
Проміжний контроль	20	10
Поточний контроль	40	20
Всього робота за семестр	60	30
Підсумковий семестровий екзаменаційний контроль	40	20
Підсумковий контроль	40	20
ВСЬОГО	100	50

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
1-49	незадовільно	не зараховано

6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна література:

1. Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. Відомості Верховної Ради України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
2. Бюджетний кодекс України: Закон України від 08.07.2010 р. № 2456-VI. Відомості Верховної Ради України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
3. Податковий кодекс України. Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
4. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. Відомості Верховної Ради України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
5. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
6. Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698-XII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
7. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» від 21.01.1994 № 3857-XII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12>
8. Закон України «Про валюту і валютні операції» від 21.06.2018 № 2473-VIII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19>
9. Закон України «Про страхування» від 07.03.1996 № 85/96-ВР. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-вр>
10. Закон України «Про державний кордон України» від 04.11.1991 № 1777-XII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1777-12>
11. Закон України «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства» від 22.09.2011 № 3773-VI. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3773-17>
12. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16.03.2017 № 168-р. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>

13. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Навч. посібник. К.: Знання України, 2006. 352 с.
14. Бугіль С.Я. Економіка туристичного підприємства: конспект лекцій. Львів: ЛНАУ, 2019. 106 с.
15. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник. К.:НУХТ, 2018. 360 с.
16. Власова Н.О., Краснокрутська Н.С. Економіка ресторанного господарства. Харків, Світ книг, 2015. 389 с.
17. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навч.посіб. К.: Кондор-Видавництво, 2012. 436 с.
18. Економіка туризму: теорія та практика: підруч. / Мальська М.П. Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 544 с.
19. Економіка і аналіз готельних та ресторанних підприємств: конспект лекцій / уклад. І. О. Мельник. Миколаїв : МНАУ, 2021. 62 с.
20. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2007. 224 с.
21. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
22. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Економіка готельного господарства і туризму: навч. посібник. Київ : КНТЕУ, 2010. 179 с.

Додаткова література:

23. Андренко І.Б., Влащенко Н.М. Фінансово-економічний аналіз підприємств туризму: підручник. Х.: ХНАМГ, 2012. 308 с.
24. Балашова Р.І. Розвиток туристичного підприємства: теорія та практика: монографія. Донецьк : видавництво «Вебер», 2009. 343 с.
25. Березін О. В., Карпенко Ю. В. Ціноутворення в туристичному бізнесі: навч. посіб. Суми: Університетська книга, 2014. 168 с.
26. Конкурентоспроможність національної економіки: фіскальні важелі та стимули: монографія / С.Я. Бугіль та ін. ; за заг. ред. Ситник Н.С., Стасишин А.В. Львів: „Сполом”, 2017. Ч. 2. 512 с.
27. Концептуальні засади економічного зростання в умовах глобалізації: колективна монографія / Бугіль С.Я. та ін. Нюрнберг, 2016. 487 с.
28. Кушнірук Г.В. та ін. Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні : кол. монографія / за ред. д-ра іст. наук, проф. Чепурди Г. М.; Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2021. – 189 с

29. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування туристичної діяльності: підруч. К.: Знання, 2010. 310с.
30. Семенов В.Ф., Герасименко В.Г., Горбань Г.П., Богадьорова Л.М. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посібник. Одеса: Одеський державний економічний університет, 2011. 225 с.
31. Chang, S. Experience economy in the hospitality and tourism context. Tourism management perspective. 2018. No. 27. P. 83–90.
32. Hwang J., Lee J. A strategy for enhancing senior tourists' well-being perception: Focusing on the experience economy. Journal of Travel & Tourism Marketing. 2019. No. 36 (3). P. 314–329.
33. Fiore A., Niehm L., Oh H., Jeong M., Hausafus C. Experience Economy Strategies: Adding Value to Small Rural Businesses. Journal of Extension. 2007. Vol. 45. No. 2. P. 43–52. URL: <https://www.joe.org/joe/2007april/iw4.php>
34. Social Transformations of the National Economy in the Context of European Integration Processes: Collective monograph / S. Bugil and others: [Ed. by Doctors of Economics Sciences, Prof. Lupenko Yu., Pasichnyk Yu.] Shioda GmbH, Steyr, Austria, 2019. 370 p.
35. Sozioökonomische und rechtliche Faktoren der sozialen Entwicklung unter den Bedingungen der Globalisierung / S. Bugil and others; Hrsg. von Doktor der Wirtschaftswissenschaften, Professor Yu.V. Pasichnyk: kollektive Monographie in 2 Bänden, B. 1: Shioda GmbH, Steyr, Austria, 2018. 470 p.

Ресурси мережі Інтернет:

36. Офіційний сайт Президента України. URL: <http://www.president.gov.ua/>
37. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/>
38. Офіційний сайт Урядового порталу. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>
39. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <http://www.me.gov.ua/>
40. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
41. Офіційний сайт Журналу «Урядовий кур'єр». URL: <http://www.ukurier.gov.ua/>
42. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
43. Офіційний сайт Львівської національної бібліотеки України ім. В. Стефаника. URL: <http://www.lsl.lviv.ua/>
44. Американське товариство туристичних агентств (American Society of Travel Agents, ASTA). URL: <https://www.asta.org/>

45. Асоціація турецьких туристичних агентств «TÜRSAB». URL: <https://www.tursab.org.tr/>
46. Всесвітній економічний форум. URL: <https://www.weforum.org/>
47. Всесвітня рада з туризму та подорожей. URL: <https://www.wttc.org/>
48. Всесвітня туристична організація. URL: <http://www2.unwto.org/>
49. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
50. Європейська туристична комісія. URL: <https://etc-corporate.org/>
51. Міжнародний центр перспективних досліджень. URL: <http://icps.com.ua/>
52. Недержавна туристична організація у Великій Британії (ABTA – The Travel Association). URL: <https://www.abta.com/>
53. Німецька асоціація туризму (DTV-Deutsche Tourismusverband). URL: <https://www.deutschertourismusverband.de/>
54. ЮНЕСКО (UNESCO) – Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). URL: <https://ru.unesco.org/>
55. Японська асоціація туристичних агентств (JTA). URL: <https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/about/index.html>

7.ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

Б

Бізнес-план – це стратегічний документ, в якому окреслені цілі організованого туристичного бізнесу і шляхи їх досягнення.

В

Валовий прибуток – різниця між чистим доходом від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції.

Витрати на одиницю продукції в туристичній діяльності при формуванні індивідуального туристичного продукту або наданні одиничної послуги обчислюються безпосередньо на конкретний тур чи послугу.

Д

Доход – виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Джерело сплати податку – це дохід платника, з якого він сплачує податок.

Е

Ефективність – відносний показник, який дає можливість порівняти отриманий ефект з витратами, що викликали одержання цього ефекту.

Ефект – це абсолютний показник, що характеризує отриманий результат. Ефект може бути виробничим, економічним, соціальним.

Є

Єдиний податок для суб'єктів малого підприємництва запроваджено з 1999 р. з метою спрощення системи їх оподаткування (один податок замість усіх, передбачених законодавством).

З

Засоби виробництва – це сукупність усіх елементів, що беруть участь у процесі виготовлення продукції, виконанні робіт та послуг.

Збори – це платежі разового, випадкового і незначного за розмірами характеру, що збираються за місцем події (готельний збір, курортний збір).

Зобов'язання – це заборгованість підприємства, яка виникла внаслідок подій, що сталися, і погашення якої, ймовірно, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що визначаються як економічні вигоди.

Зовнішні прями інвестиції – це вкладення капіталу за кордоном, що за величиною становить не менше 10 % вартості конкретного проекту.

Загальні витрати – це витрати на весь обсяг продукції за певний період. Їх величина залежить від тривалості періоду і кількості виготовленої продукції.

Змінні витрати – це витрати, загальна сума яких за певний час залежить від обсягу виготовленої продукції.

I

Індустрія туризму як економічна категорія – це сукупність взаємопов'язаних галузей і виробництв національної економіки, єдиним функціональним завданням яких є діяльність, спрямована на задоволення різноманітних і постійно зростаючих потреб людей у різних видах відпочинку і подорожей у вільний час при раціональному використанні всіх наявних туристських ресурсів.

Інвестиції – це довгострокові вкладення капіталу в туристичну (підприємницьку) діяльність з метою отримання прибутку.

K

Капітал – це сума коштів, яка необхідна для започаткування та здійснення діяльності підприємства.

Кваліфікація – сукупність спеціальних знань і практичних навичок, що визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій обумовленої складності.

Калькуляція – це поданий у табличній формі розрахунок витрат на предмет калькуляції.

L

Ліквідність – спроможність підприємства своєчасно розраховуватися за зобов'язаннями, чи можливість перетворення оборотних активів у гроші для оплати зобов'язань.

M

Маржинальний дохід – це загальна сума комісійних винагород і надбавок (маржі), що покриває постійні витрати, прибуток та податкові платежі підприємства.

Мотивація – пошук спонукальних мотивів до здійснення певної роботи працівником чи групою працівників.

Маржинальний прибуток характеризує обсяг виручки від продажу продукції за мінусом змінних витрат.

Можливий дохід – це дохід, який може отримати підприємство при наявних потужностях, можливому обсязі реалізації продукції при наявній кон'юктурі ринку.

N

Нематеріальні ресурси – це складова частина потенціалу підприємства, здатна забезпечувати економічну користь протягом відносно тривалого періоду.

Необхідний дохід – дохід який дозволяє підприємству фінансувати всі заплановані поточні витрати, обов'язкові платежі та отримати цільовий прибуток.

Непрямі податки встановлюються в цінах товарів та послуг і сплачуються за рахунок цінової надбавки, а їх розмір для окремого платника прямо не залежить від його доходів.

О

Оборотні засоби – це сукупність матеріальних і грошових цінностей, які перебувають у постійному русі, змінюють свою матеріальну форму впродовж одного виробничого циклу і в повному обсязі переносять свою вартість на пропоновані послуги.

Оборотний капітал – це та частина постійного капіталу, яка витрачається на придбання на ринку предметів праці (сировина, матеріали, складові туристичного продукту тощо).

Оборотні виробничі фонди – це частина виробничих засобів підприємства, яка вступає у виробництво у своїй натуральній формі й у процесі виготовлення продукції цілком споживається, переносячи свою вартість на створюваний продукт.

Основні засоби туристичних підприємств – це частина засобів праці, які багаторазово беруть участь у виробничо-експлуатаційному процесі, повністю або частково зберігають свою натуральну форму, переносять частинами свою вартість на послуги в міру зношення.

Основний капітал – частина постійного капіталу, яка складається з вартості засобів праці (будівлі, споруди, машини, устаткування) та обертається протягом багатьох періодів виробництва.

Операційний прибуток дорівнює валовому прибутку за мінусом невикористаних витрат.

Обсяг беззбиткової діяльності – показник обсягу виручки, ще забезпечує беззбиткову діяльність підприємства.

П

Планування виробничої діяльності туристичного підприємства – це передбачення і програмування на малу, середню та велику перспективи обсягів виробництва туристичних послуг і комплектування турпродукту, що користується попитом, а також розрахунок результатів від його реалізації.

Послуга – це результат безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, а також власної діяльності виконавця по задоволенню потреби споживача.

Підготовчий запас – час, необхідний для комплектації, прийому і доставки складників від партнерів і розраховується з врахуванням специфіки роботи кожного підприємства за ряд попередніх періодів.

Пропускна спроможність обідньої зали – це максимально можлива кількість споживачів, яку зможе обслужити підприємство за одиницю часу (день, місяць тощо).

Продуктова (виробнича) програма туристичного підприємства – це розгорнутий план його виробничо-комерційної діяльності, спрямованої на формування і реалізацію туристичного продукту та формування доходів (виручки) від надання основних, додаткових і спеціалізованих туристичних послуг і товарів відповідно до платоспроможного попиту споживачів при повному використанні ресурсного потенціалу підприємства та отримання максимального результату при мінімальних витратах.

Персонал – сукупність постійних працівників, які мають необхідну професійну підготовку та досвід практичної діяльності.

Постійні витрати – це витрати, які не залежать від кількості виготовленої продукції, вони є незмінними впродовж певних періодів часу.

Прибуток – це та частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства.

Продуктивність праці – кількісне відношення обсягу (маси) отриманого продукту до праці, затраченої на її виготовлення. Вимірюється кількістю продукції, виробленою за одиницю часу (виробітком), чи витратами часу на виробництво одиниці продукції (трудомісткістю).

Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування – визначається як алгебраїчна сума прибутку від операційної діяльності, фінансових та інших доходів (витрат).

Прибуток від операційної діяльності – визначається як алгебраїчна сума валового прибутку, іншого операційного доходу, адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат.

Прямі податки встановлюються безпосередньо щодо платників і сплачуються за рахунок їхніх доходів, а сума податку безпосередньо залежить від розмірів об'єкта оподаткування.

Податкова квота – це частка податку в доході платника.

Податкова система – це сукупність установлених у країні податків і обов'язкових платежів податкового характеру та механізму їх справляння.

Податкова ставка – це законодавчо встановлений розмір податку на одиницю оподаткування.

Податкове стимулювання – система платежів і зборів до бюджету держави і місцевих бюджетів, що спонукає, заохочує фізичних та юридичних осіб до розвитку виробництва, підвищення його ефективності.

Податок – це плата суспільства за виконання державою її функцій, це відрахування частини вартості валового внутрішнього продукту (ВВП) на загальносуспільні потреби, без задоволення яких сучасне суспільство існувати не може.

Портфельні інвестиції – це вкладення капіталу за кордоном, що за величиною становить менше 10 % вартості проекту.

Р

Реальні інвестиції – це вкладення капіталу з метою оновлення існуючих і створення нових виробництв і як наслідок – одержання набагато більшого прибутку.

Рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства, котрий у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат.

Ресурсний потенціал туристичного підприємства – це сукупність ресурсів, що є у розпорядженні підприємства, а також спроможність працівників і менеджерів використовувати ресурси з метою виробництва товарів (послуг) та отримання максимального прибутку.

С

Службовці – працівники, які здійснюють підготовку і оформлення документації, господарське обслуговування, облік і контроль.

Собівартість туристичного продукту (послуги) – це грошова форма витрат на формування (виробництво) та збут туристичного продукту чи послуги.

Спеціалісти – працівники, які виконують інженерно-технічні, економічні та інші роботи.

Спеціальний продукт – це складові послуги туру, які відрізняють його від будь-якого іншого як щодо мети подорожі, так і щодо шляхів її досягнення (послуги бізнес-центру, оздоровлення, лікування тощо).

Страхування – це самостійний вид послуг, що не входить у вартість турпакета, а всі відносини у зв'язку з ним турист вирішує безпосередньо зі страховою компанією.

Супутний продукт – це комплекс послуг та товарів, необхідних туристам для того, щоб використати основний та спеціальний продукт. Наприклад, пропозиція у місцях проживання туристів поштового зв'язку, телефону, необхідних побутових послуг і товарів туристського попиту.

Т

Транспортний запас – це час між поступленням платіжних документів і самих послуг чи продукції.

Точка беззбитковості – обсяг виробництва (чи продажу), за якого підприємство не отримує прибутків, але й не несе збитків (чистий прибуток за проектом дорівнює 0).

Туроператори – юридичні або фізичні особи, які займаються виготовленням, просуванням і реалізацією туристичного продукту.

Турагенти – юридичні або фізичні особи, які займаються просуванням і реалізацією туристичного продукту, посередники.

Турагентська діяльність – це продовження діяльності туроператора, але вже на роздрібному ринку.

Туристична інфраструктура – це сукупність об'єктів, які забезпечують відпочинок і розваги туристів.

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

Туроператорська діяльність – це діяльність з формування туристичного продукту, що включає різні послуги з просування цього продукту на ринок і його реалізації.

Тур – це туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо).

Туристичні послуги – послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуг закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Туристичні витрати – це виражені у грошовій формі затрати живої та уречевленої праці з доведення туристичного продукту до споживача та задоволення його попиту.

Туристичний продукт – це сукупність речових (предмети споживання) та не речових (послуги) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі.

Туристський ваучер (путівка) – документ, що підтверджує статус особи або групи осіб як туристів, оплату послуг чи її гарантію та є підставою для отримання туристом або групою туристів туристичних послуг.

У

Умовно-постійні витрати – витрати, що залишаються незмінними незалежно від динаміки обсягу продажу.

Ф

Фінансові інвестиції означають використання наявного капіталу для придбання акцій, облігацій та інших цінних паперів, що їх випускають підприємства або держава.

Фінансові ресурси підприємств – це їх власний, позичений та залучений грошовий капітал, який вони використовують для формування власних активів і здійснення виробничо-фінансової діяльності з метою отримання доходу і прибутку.

Ц

Ціна – це грошовий вираз вартості продукту (послуги).

Ціна – «нетто» відбиває суму цін, розцінок та тарифів на всі види послуг, що надаються туристам, включаючи податок на додану вартість, готельний збір, митні збори, страхові платежі.

Ціна – «брутто» включає повну собівартість туру, прибуток туроператора, всі види його податкових платежів, комісійну винагороду турагента та інших посередників, сезонні та інші комерційні знижки для окремих туристів і туристських груп, суму ПДВ.

Ч

Чистий дохід – визначається шляхом вирахування з доходу (виручки) від реалізації продукції відповідних податків, зборів.

Навчально-методичне видання

Гапоненко Ганна Ігорівна
Євтушенко Олена Віталіївна

ЕКОНОМІКА ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Методичні рекомендації до вивчення дисципліни
(для студентів спеціальності 242 «Туризм і рекреація»)

Підписано до друку 15.03.2023 р. Формат 60x84/8. Папір офсетний. Друк цифровий.
Обл.-вид. арк. 11,03. Ум. друк. арк. 3,44. Наклад 100 пр.

Видавець і виготовлювач
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
61022, Харків, майдан Свободи, 4.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.09

Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна
Тел. 705-24-32