

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПАКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА**  
**з навчальної дисципліни**  
**«ЦІНОУТВОРЕННЯ В ТУРИСТИЧНОМУ**  
**БІЗНЕСІ»**

для студентів за напрямом підготовки 6.140103 «Туризм»

Полтава 2015

- Укладач: Карпенко Ю. В., к. е. н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавського університету економіки і торгівлі».
- Рецензенти: Пасека С. Р., д. е. н., завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького;  
Гросул В. А., д. е. н., завідувач кафедри прикладної економіки та інформаційних систем Харківського державного університету харчування і торгівлі.

Навчальна програма обговорена і схвалена на засіданні кафедри туристичного та готельного бізнесу 1 вересня 2015 р. протокол № 1

Зав. кафедрою \_\_\_\_\_ проф. Скляр Г. П.  
(підпис)

#### УЗГОДЖЕНО

Голова науково-методичної групи з напрямку підготовки і спеціальності «Туризм»  
2 вересня 2015 р. протокол № 1

\_\_\_\_\_ проф. Скляр Г. П.  
(підпис)

#### СХВАЛЕНО

Голова науково-методичної Ради ПУЕТ

\_\_\_\_\_ проф. Рогоза М. Є.  
(підпис)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ р.

**ЗМІСТ**

Вступ.....	4
Зміст дисципліни .....	6
Перелік основної та додаткової літератури .....	10

## ВСТУП

Навчальна дисципліна «Ціноутворення в туристичному бізнесі» є однією із дисциплін з підготовки бакалаврів за напрямом 6.140103 «Туризм». Вона охоплює головні теоретико-методологічні основи управління цінами на продукти (послуги) туристичного бізнесу, дає необхідну сукупність теоретичних і практичних знань з виробу, обґрунтування та розробки цінової політики і стратегії підприємства з урахуванням впливу зовнішніх і внутрішніх чинників.

*Метою вивчення дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» є формування у студентів знань сучасних поглядів на особливості процесу ціноутворення, що здійснюється на основі сукупності загальних принципів, правил, методів розробки ціни і формування концепції ціноутворення.*

*Основні завдання вивчення дисципліни:*

формування у студентів уявлення про загальну методологією ціноутворення в умовах ринкової економіки;

розкрити особливості ціноутворення у туристичній галузі;

озброєння студентів навичками визначення оптимальної структури ціни для максимізації прибутку туристичного підприємства.

*Предметом дисципліни є виявлення конкретних форм прояву економічних законів функціонування, розвитку та управління цінами в умовах ринкової економіки, формування цінової політики і стратегії ціноутворення в туристичному бізнесі.*

*Результатом вивчення дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» є формування професійних знань та вмінь, розвиток творчої особистості майбутнього фахівця.*

У результаті опанування навчальної дисципліни студенти повинні:

*знати:* сучасні теорії та ринкові методи управління цінами; сутність та принципи формування цінової політики підприємства та етапи розробки цінової стратегії підприємства; предмет, завдання та методи ціноутворення у туристичному бізнесі та особливості ціноутворення на інших видах ринків; складові ціни та чинники, що впливають на неї; методи контролю і регулювання цін з боку держави;

*вміти:* економічно обґрунтовувати цінову політику підприємства та розробляти цінову стратегію; ефективно управляти цінами у відповідності до змін ринкової кон'юнктури; розраховувати ціну на туристичний продукт різними методами; розраховувати еластичність попиту за ціною на туристичний продукт; визначати поведінку тури-

стичних підприємств, споживачів в умовах конкуренції.

Оволодіти *основними навичками* щодо творчого, критичного погляду на діючий економічний механізм управління цінами та процес розробки обґрунтованих пропозицій щодо його вдосконалення;

швидкого реагування на зміну кон'юнктури ринку та відповідної зміни цінової політики і стратегії для збереження чи покращення позицій підприємства на відповідному ринку.

Викладання дисципліни базується на чинному законодавстві України, сучасних літературних джерелах, довідкової і монографічної літератури, матеріалах періодичних видань, відомчих документів, даних мережі Інтернет; на практичних заняттях передбачається використання матеріалів підприємств різних форм власності і господарювання, вирішення ситуаційних завдань, проведення самостійного дослідження окремих показників діяльності підприємства.

*Методологія вивчення курсу* включає сукупність таких методів як: історичний, логічний, макро- і мікроекономічні підходи до оцінки економічних процесів і явищ, альтернативність варіантів розв'язання господарських задач, узагальнення та визначення можливості застосування і поширення передового вітчизняного та зарубіжного досвіду формування цінової політики та стратегії ціноутворення.

Вивчення курсу передбачає метою глибоке оволодіння теоріями сучасного ціноутворення, різними типами цінової політики і стратегії підприємств, методами ринкового ціноутворення у сферах виробництва і обігу з метою максимізації доходів та прибутку підприємств, підвищення конкурентоспроможності продукції.

Навчальна дисципліна спирається не тільки на власні логіку і зміст, але й на вихідні методологічні положення базових дисциплін, таких як «Економічна теорія», «Регіональна економіка», «Маркетинг», «Фінанси», «Економіка підприємства».

При викладанні дисципліни використовується чинне законодавство України, сучасні літературні джерела, довідкова і монографічна література, матеріали періодичних видань, відомчі документи, дані мережі Інтернет.

Структура навчального процесу з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» передбачає:

денна форма – 90 годин навантаження, у тому числі: 18 годин лекцій, практичних занять – 30 годин, індивідуальних – 10 годин, самостійної роботи студентів – 32 години.

Підсумковим контролем знань з дисципліни є ПМК (залік).

## **ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ**

### **Тема 1. Економічна сутність та функції ціни**

Зміст, завдання та структура навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі», її теоретичні й методологічні основи, зв'язок із спеціальними дисциплінами, що формують систему економічних знань майбутнього фахівця.

Сутність категорій «ціна» та «ціноутворення». Ціна як комерційний механізм. Теорії, на яких ґрунтуються підходи щодо визначення цінності товару. Чинники, що впливають на ціни. Функції ціни.

Методологія ціноутворення як процес формування рівнів, структури та динаміки цін. Принципи ціноутворення як елементи методології ціноутворення.

Методика ціноутворення як засіб формування цінової політики туристичного підприємства.

### **Тема 2. Державне регулювання цін в Україні**

Державне регулювання цін, його основні методи. Цілі державного регулювання цін в Україні. Форми і засоби державного регулювання цін.

Моніторинг цін. Непрямий вплив на ціни. Безпосереднє державне втручання у процес ціноутворення. Внутрішні та зовнішні ціни. Цінове регулювання суб'єктів природної монополії.

Нормативно-правове забезпечення державного регулювання цін. Повноваження державних органів щодо регулювання цін. Контроль за дотриманням цінової дисципліни.

Ступінь, форми та масштаби державного втручання у ціноутворення. Антимонопольна діяльність держави.

Особливості державного регулювання цін на продукцію (послуги) підприємств туристичного бізнесу.

### **Тема 3. Система цін в економіці України**

Поняття та характеристика системи цін. Класифікація цін залежно від: сфери і масштабів діяльності підприємства, виду ринку (внутрішній, міжнародний); виду та призначення товарів (споживчих,

виробничого призначення); каналів руху товарів від виробника до споживача і врахування у ціні витрат на виробництво і збут; умов поставки у внутрішній та міжнародній торгівлі; територіальної диференціації; часу дії тощо.

Види цін та порядок їх встановлення на послуги та продукцію підприємств туристичного бізнесу.

#### **Тема 4. Механізм ринкового ціноутворення в туристичному бізнесі**

Вибір методу ціноутворення в умовах конкуренції. Чинники, що впливають на формування цінової політики в умовах конкуренції.

Загальний алгоритм методики розрахунку ціни.

Цінова політика як елемент господарського механізму підприємства. Принципи, завдання та етапи формування цінової політики підприємств.

Методи ціноутворення в туристичному бізнесі. Зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на ціну туристичного продукту (послуги).

#### **Тема 5. Склад і структура витрат на формування та реалізацію туристичного продукту (послуг)**

Загальна характеристика витрат. Склад витрат, які відносять до собівартості. Класифікація витрат.

Система управління витратами. Витрати на організацію послуг за складом, економічним призначенням, питомою вагою у виготовленні та реалізації.

Розрахунок собівартості продукції (послуг) підприємств туристичного бізнесу. Основні елементи витрат підприємств туристичного бізнесу.

Витрати туроператорів, що утворюють собівартість туристичного продукту. Витрати з реалізації туристичного продукту турагентами (посередниками).

## **Тема 6. Особливості обліку і калькуляції собівартості продукції (послуг) підприємств туристичного бізнесу**

Чинники, що впливають на витрати підприємств туристичного бізнесу. Групування витрат підприємств туристичного бізнесу за калькуляційними статтями.

Склад статей витрат, що включаються до калькуляції собівартості туристичного продукту. Управління витратами туристичного продукту (послуги).

Калькулювання і його місце в економічних розрахунках. Вибір калькуляційних одиниць. Кошторис підприємства і собівартість продукції (послуг). Групування витрат за калькуляційними статтями. Склад і зміст статей калькуляції, методика їх обчислення на окремі види продукції (послуг) підприємств туристичного бізнесу.

Економічне обґрунтування ефективності виробництва туристичної продукції (послуг). Напрями зниження собівартості туристичної продукції (послуг).

## **Тема 7. Формування цін на туристичну продукцію (послуги)**

Чинники, які впливають на формування цін на продукцію (послуги) туристичних підприємств. Структура ціни туристичної продукції (послуг).

Собівартість пакету туристичних послуг. Нормативний дохід туристичного підприємства. Характер і цінова чутливість попиту.

Методи визначення реакції споживачів на ціну. Чинники, що впливають на чутливість попиту за ціною туристичних послуг.

Моделі формування ціни на комплекс туристичних послуг. Формування ціни на окремі послуги, що реалізуються постачальниками туристичних послуг. Формування ціни на комплексне обслуговування. Формування ціни на один туро-день комплексного обслуговування. Формування (встановлення) кінцевої ціни на туристичний пакет за допомогою калькуляційного (витратного) методу.

Напрями диференціації цін. Знижки до ціни з метою стимулювання попиту і формування лояльності туристів.





## ПЕРЕЛІК ОСНОВНОЇ ТА ДОДАТКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

### Основна

1. Господарський Кодекс України: Кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
2. Податковий Кодекс України: Кодекс України від 2.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
3. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
4. Про внесення змін до деяких законів України (щодо особливостей оподаткування турпослуг): Закон України від 03.06.2005 р. № 2642-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
5. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців: Закон України від 15.05.2003 р. № 755-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
6. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення: Закон України від 24.02.1994 р. № 4004-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
7. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
8. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 р. № 2210-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
9. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
10. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. № 959-XII XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
11. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України від 1.06.2000 р. № 1775-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
12. Про обмеження монополізму і недопущенні несумлінної конкуренції в підприємницькій діяльності: Закон України від

18.02.92 р. № 2132-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.

13. Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті: Закон України від 23.09.1994 р. № 185/94-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.

14. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.

15. Про страхування: Закон України від 07.03.1996 р. № 85/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

16. Про туризм: Закон України від 18.11.2003 р. № 1282-ІV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.

17. Про ціни і ціноутворення: Закон України від 03.12.1990 р. № 507-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана. – Назва з екрана.

18. 35 положень (стандартів) бухгалтерського обліку: збірник офіційних текстів законів станом на 1 лютого 2012 р. / Упоряд. Ю. І. Руснак – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 258 с.

19. Положення про порядок видачі референса суб'єктам туристичної діяльності України: Наказ Міністерства закордонних справ та Держкомтуризму від 25.12.1996 р. № 164-09/61 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана. – Назва з екрана.

20. Положення про пошуково-рятувальні служби суб'єктів туристичної діяльності, що спеціалізуються на організації туристичних подорожей з використанням активних форм пересування туристів: Наказ Державного комітету по туризму України від 10.07.1996 р. № 33 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.

21. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: ДСТУ 4527-2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.normativ.com.ua>. – Назва з екрана.

22. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги: ДСТУ 4268-2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.normativ.com.ua>. – Назва з екрана.

23. Послуги туристичні. Класифікація готелів: ДСТУ 4269-2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.normativ.com.ua>.

24. Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської та турагентської діяльності: Наказ Державного

комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Міністерства культури і туризму України від 11.09.2007 р. № 111/55 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.

25. Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності: Наказ Державної туристичної адміністрації України від 12.11.2003 р. № 142/394 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.

26. Про затвердження Порядку контролю за додержанням ліцензійних умов провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності: Наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Державної туристичної адміністрації України від 14.11.2002 р. № 121/83 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.

27. Про затвердження форм державної статистичної звітності з питань туризму та інструкцій щодо їх заповнення: Наказ Державного комітету статистики України від 04.03.1998 р. № 96 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.

28. Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні: Указ президента України від 21.02.2007 р. № 136/2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.

29. Про затвердження Порядку декларування зміни оптово-відпускних цін на продовольчі товари: Постанова Кабінету Міністрів України від 17.10.2007 р. № 1222 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.

30. Про удосконалення порядку формування цін: Постанова Кабінету Міністрів України від 18.12.1998 р. № 1998 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.

31. Березін О. В. Управління ціноутворенням / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. – Суми : Університетська книга, 2012. – 176 с.

32. Березін О. В. Ціноутворення в туристичному бізнесі / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. – Суми : Університетська книга, 2014. – 168 с.

### **Додаткова**

33. Агеев С. Я. Ціноутворення теорія та практикум: навчальний посібник / С. Я. Агеев, Т. В. Шахматова, С. В. Піча. – Львів: Новий світ 2000, 2012. – 374 с.
34. Герасименко В. В. Ценообразование: учебное пособие / В. В. Герасименко. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 422 с.
35. Дмитриев М. Н. Экономика туристского рынка: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма / М. Н. Дмитриев, М. Н. Забаева, Е. Н. Малыгина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 311 с.
36. Есипов В. Е. Цены и ценообразование: электрон. учебник / В. Е. Есипов [Электронный ресурс]. – М. : КноРус, 2010. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
37. Забуранна Л. В. Маркетингові комунікації туристичних підприємств: сучасна теорія і практика: монографія / Л. В. Забуранна. – К. : ЦНЛ, 2012. – 152 с.
38. Карпенко Ю. В. Сучасні аспекти ціноутворення на підприємствах туристичної індустрії та готельного бізнесу / Ю. В. Карпенко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2011. – Вип. II. (42) Ч. 2. Т. 2. Економічні науки. – С. 377-382.
39. Ковальчук С. В. Маркетингова цінова політика: навч. посібник / С. В. Ковальчук, І. В. Гвоздецька, С. М. Синиця. – Львів: Новий світ 2000, 2011. – 352 с.
40. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг: навчальний посібник / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2011. – 351 с.
41. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: навчальний посібник / О. Є. Мазур. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 480 с.
42. Мальська М. П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія і практика: навчальний посібник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
43. Морозов М. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. для студ. высш. учеб. заведений / М. А. Морозов. – 5-е изд. стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2009. – 288 с.
44. Мунін Г. Б. Маркетинг туризму: економіко-організаційні аспекти. Підручник / Г. Б. Мунін. – К. : Центр навчальної літератури, 2011. – 431 с.

45. Окландер М. А. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / М. А. Окландер, О. П. Чукурна. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.
46. Пінішко В. С. Ціно- і тарифоутворення: навч. посіб. / В. С. Пінішко. – Львів: Магнолія 2006, 2009. – 303 с.
47. Слепов В. А. Ценообразование: учебное пособие / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова. – М. : Магистр, 2010. – 144 с.
48. Тарасевич В. М. Ценовая политика предприятия: учебник / В. М. Тарасевич. – СПб. : Питер, 2010. – 320 с.
49. Ціноутворення в умовах ринку: навчальний посібник / Ю. І. Літвінов, Л. А. Останкова, Т. М. Літвінова [та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 400 с.
50. Черевичко Т. В. Экономика туризма: учебное пособие / Т. В. Черевичко. – М. : Дашков и К, 2012. – 264 с.
51. Школа І. М. Менеджмент туризму: підручник / І. М. Школа, О. П. Корольчук. – Чернівці: Книги-XXI, 2011. – 464 с.