

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І
ТОРГІВЛІ»**

Кафедра економіки підприємства

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

**Навчально-методичний посібник
до самостійного вивчення дисципліни студентами напряму
підготовки 6.140103 «Туризм»**

ПОЛТАВА 2016

Укладачі: *Дробий Л.В.*, доцент кафедри економіки підприємства ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», к.е.н., доц.;
Сергійчук В.О., асистент кафедри економіки підприємства ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Рецензенти: **Скляр Г.П.**, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», д.е.н., проф.;
Карпенко Н.В., завідувач кафедри маркетингу ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», д.е.н., проф.

Навчально-методичний посібник
обговорений і схвалений на засіданні
кафедри економіки підприємства
« 11 » квітня 2016 р.
Протокол № 8
Зав. кафедри

Начальник науково-методичного центру
управління якістю діяльності
_____ доц. Огуй Н.І.
« ____ » _____ 2016 р.

Директор науково-навчального центру
_____ доц. Герман Н. В.
« ____ » _____ 2016 р.

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Економіка підприємства» є нормативною для підготовки бакалавра напряму 6.140103 «Туризм» у вищих навчальних закладах IV рівня акредитації.

Основна *мета* вивчення навчальної дисципліни «Економіка підприємства» полягає у формуванні економічного мислення у студентів і системи спеціальних економічних знань у галузі управління господарсько-фінансовою діяльністю туристичних підприємств, опанування необхідними практичними навичками економічного обґрунтування управлінських рішень. Засвоєння основ цієї дисципліни дає можливість систематизувати теоретичні знання та практичні навички, сформувати сучасне економічне мислення у студентів.

Головні *завдання* вивчення навчальної дисципліни:

визначення ролі і місця туризму в системі ринкового господарства України;

вивчення економічних особливостей функціонування та господарсько-фінансового механізму діяльності туристичних підприємств;

аналіз основних економічних показників задля обґрунтування управлінських рішень та досягнення поставлених цілей підприємства;

засвоєння основ управління ресурсним потенціалом, обсягами діяльності та фінансовими результатами туристичних підприємств;

обґрунтування ефективності інвестиційної діяльності туристичних підприємств:

розробка і обґрунтування економічної стратегії туристичних підприємств.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є господарсько-фінансовий механізм діяльності підприємств сфери туризму.

Знання, які одержує студент при вивченні навчальної дисципліни – це опанування теоретичних та практичних питань організації діяльності та функціонування туристичних підприємств, забезпечення їх ефективності та конкурентоспроможності на ринку, оволодіння знаннями з планування, організації та аналізу економічної діяльності туристичного підприємства.

Основні уміння – використання у процесі господарсько-фінансової діяльності туристичних підприємств конкретних форм прояву економічних законів і закономірностей функціонування й розвитку

суспільного виробництва. з планування, організації та аналізу економічної діяльності туристичного підприємства.

Основні навички – проведення аналізу різних сфер діяльності туристичних підприємств та обґрунтування господарських рішень щодо управління їх ресурсним потенціалом: проведення економічного аналізу обсягу реалізації туристичного продукту; оцінка матеріальних, трудових і фінансових ресурсів туристичних підприємств; оптимізація понесених витрат і собівартості туристичної послуги; оцінка отриманих прибутків та інших економічних вигод, рівня конкуренції на ринку; мінімізація комерційних ризиків і запобігання банкрутству.

При вивченні навчальної дисципліни слід врахувати, що вона тісно пов'язана з навчальними дисциплінами, що вивчалися раніше і є базовими для вивчення економіки підприємства: економічна теорія, макроекономіка, мікроекономіка, статистика туризму.

Послідовність викладання матеріалу відповідає Галузевому стандарту вищої освіти Освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів галузі знань 1401 «Сфера обслуговування».

При викладанні навчальної дисципліни використовується чинне законодавство України, монографічні джерела, матеріали періодичних видань, відомчі документи тощо.

Структура освітнього процесу з навчальної дисципліни «Економіка підприємства» передбачає 216 годин навчання, у т.ч. 38 годин лекцій, 64 години практичних занять, 36 годин індивідуально-консультативної роботи викладача зі студентом, 78 годин самостійної роботи.

Підсумковим контролем знань студентів є ПМК, екзамен.

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ 1. УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ТЕМА 1. *Роль і місце туризму в системі ринкового господарства України*

Сутність туризму як виду економічної діяльності. Характеристика функцій туризму. Економічна природа та зміст окремих функцій – наявність виробничої діяльності по виробництву туристичного продукту та туристичних послуг на туристичних підприємствах. Завдання, що вирішуються туристичними підприємствами в процесі реалізації кожної функції. Місце і роль туризму в системі ринкового господарства України, їх взаємозв'язок з іншими галузями ринкового господарства. Особливості функціонування ринку туристичних послуг в Україні.

Соціально-економічне значення туризму. Основні показники, що характеризують соціально-економічне значення і розвиток туризму.

Поняття туристичної індустрії. Роль туристичної індустрії в комплексному обслуговуванні споживачів. Тенденції розвитку туризму залежно від загальноекономічної ситуації. Особливості пропозиції туристичного продукту на ринку. Форми пропозиції туристичних послуг. Основні чинники, що впливають на пропозицію туристичного продукту на ринку іноземного, закордонного та внутрішнього туризму.

Особливості попиту на туристичному ринку. Чинники, що впливають на попит на ринку туристичних послуг, їх кількісна оцінка. Методи оцінки ступеня задоволення попиту на туристичні послуги. Еластичність попиту на туристичний продукт по ціні: методика оцінки та характеристика.

Інфраструктура туристичного ринку, характеристика її складових елементів, галузеві економічні відносини. Характеристика сучасного стану та тенденцій розвитку туризму в Україні.

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.

Методичний інструментарій та порядок здійснення економічного аналізу обсягу реалізації туристичного продукту на підприємствах туризму.

Інформаційна база даних та джерела її формування. Оцінка зовнішніх та внутрішніх чинників, що обумовлюють зміни обсягу та структури реалізації туристичного продукту.

Методика розробки продуктової програми на туристичних підприємствах на прогностичний період. Оптимізація продуктової програми відповідно до стратегії розвитку підприємства. Визначення обсягу надання послуг у точці безбиткової діяльності, мінімальної та нормальної рентабельності.

МОДУЛЬ 2. РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ НИМ

ТЕМА 3. *Управління матеріальними ресурсами туристичних підприємств*

Поняття економічних ресурсів і ресурсного потенціалу туристичних підприємств. Складові частини ресурсного потенціалу та їх взаємозв'язок у процесі надання туристичних послуг. Форми економічного взаємозв'язку окремих елементів ресурсного потенціалу туристичних підприємств.

Особливості використання ресурсного потенціалу туристичних підприємств. Оптимальне співвідношення окремих видів ресурсів туристичних підприємств. Показники ефективності використання ресурсів підприємств туристичної сфери. Основні напрямки підвищення ефективності ресурсного потенціалу туристичних підприємств. Сутність матеріальних ресурсів туристичних

підприємств. Основні елементи матеріальних ресурсів: основні засоби, оборотні засоби та матеріальна частина фондів обертання.

Економічна сутність товарних ресурсів. Показники ефективності використання товарних ресурсів. Шляхи підвищення ефективності використання товарно-матеріальних ресурсів туристичного призначення.

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

Методичний інструментарій і порядок проведення економічного аналізу стану та ефективності використання основних засобів туристичних підприємств. Вихідні передумови, цілі та завдання управління матеріальними ресурсами туристичних підприємств. Методика обґрунтування потреби в прирості основних засобів підприємств туристичної сфери. План розвитку матеріально-технічної бази туристичних підприємств.

ТЕМА 4. *Управління трудовими ресурсами 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. Чинники, що обумовлюють рівень та можливості зростання продуктивності праці на туристичних підприємствах.

Ефективність використання трудових ресурсів на туристичних підприємствах. Основні напрями 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.

Методичний інструментарій та порядок здійснення економічного аналізу формування та використання трудових ресурсів в туризмі. Зміст плану з праці на туристичних підприємствах, порядок його розробки. Структурно-логічна схема розробки плану з праці та характеристика змісту окремих етапів роботи.

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.

ТЕМА 5. *Управління фінансовими ресурсами туристичних підприємств*

Сутність 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 ринком, ринком цінних паперів, валютним і страховим. Взаємозв'язок фінансової діяльності туристичних підприємств з найважливішими інститутами фінансового ринку – комерційними банками, фондovими і валютними біржами,

інвестиційними фондами, пенсійним фондом, страховими компаніями і т.д. 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.

Методичний інструментарій та порядок проведення економічного аналізу формування та використання фінансових ресурсів у туризмі. Цілі та завдання управління фінансовими ресурсами туристичних підприємств.

МОДУЛЬ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ГОСПОДАРСЬКО-ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ НЕЮ

ТЕМА 6. Управління доходами 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 Національних стандартів 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. Чинники, 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. Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу доходів туристичних

підприємств. Інформаційне забезпечення аналітичної роботи. Чинники, що впливають на формування доходів підприємств туристичної сфери та їх кількісна характеристика.

Методи обґрунтування планового обсягу доходів туристичних підприємств. Поняття можливого та необхідного обсягу доходів, методичні підходи до визначення їх обсягу. Методи планування доходів туристичних підприємств в цілому та за окремими видами доходів. Особливості управління формуванням інших видів доходів підприємств туристичної сфери.

ТЕМА 7. *Управління поточними витратами та собівартістю 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 Національних стандартів 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. Чинники, що визначають обсяг та рівень поточних витрат підприємств туристичної сфери. Характеристика впливу на поточні витрати зовнішніх та внутрішніх чинників.

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

Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу поточних витрат підприємств туристичної сфери. Інформаційне забезпечення аналітичної роботи. Структурно-логічна модель аналізу поточних витрат, 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 за окремими групами витрат. Оцінка економічної обґрунтованості плану поточних витрат підприємств туристичної сфери.

Розробка організаційно-технічних і технологічних заходів щодо забезпечення виконання плану витрат оборотання.

ТЕМА 8. *Управління прибутками та рентабельністю 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.

Чинники, що впливають на формування прибутку підприємств туристичної сфери в цілому та за окремими видами 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.

Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу фінансового результату підприємств туристичної сфери. Інформаційне забезпечення аналітичної роботи. Структурно-логічна модель аналітичної роботи, характеристика сутності та інструментарію окремих етапів аналізу при позитивному та негативному фінансовому результаті. Методичні підходи до розробки плану (прогнозу) формування фінансового результату (прибутку) підприємств туристичної сфери. Поняття можливого та необхідного обсягу прибутку, методичні підходи до визначення їх обсягу. Методи планування можливого прибутку підприємств туристичної сфери в цілому та за окремими джерелами формування. Обґрунтування

потреби туристичних підприємств за окремими напрямками використання прибутку: виробничий розвиток, соціальний розвиток, споживання власників, резервування тощо. Порядок планування розподілу планового чистого прибутку підприємств туристичної сфери.

МОДУЛЬ 4. УПРАВЛІННЯ ПОДАТКОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ТА РИЗИКАМИ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

ТЕМА 9. *Управління податковою політикою туристичних підприємств*

Класифікація податків та обов'язкових платежів, що сплачують туристичні підприємства. Особливості та порядок розрахунку на туристичних підприємствах окремих видів податків та обов'язкових платежів.

Характеристика бази оподаткування, податкових ставок, пільг та термінів сплати кожного виду податкового платежу в туристичних підприємствах. Спрощена система оподаткування: її сутність та механізм сплати єдиного податку.

Сутність та вихідні передумови розробки політики управління сплатою податкових платежів (податкова політика). Структурно-логічна схема процесу управління реалізацією податкової політики підприємства та характеристика змісту окремих етапів роботи.

Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу сплати податкових платежів підприємств туристичної сфери.

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

Методика розробки податкової політики підприємств туристичної сфери. Методика визначення планового обсягу сплати окремих видів податкових платежів туристичних підприємств.

ТЕМА 10. *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 і т.д.) та інші. Структура ціни туристичного продукту на одного туриста.

Поняття та структура відпускнуої вартості одного туро-дня 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 відпускнуої 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. Чинники, 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.

ТЕМА 11. *Управління інвестиційною діяльністю 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 прогностичної 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.

ТЕМА 12. *Управління ризиком у підприємницькій діяльності та шляхи запобігання банкрутства туристичних підприємств*

Сутність та основні види ризиків у діяльності підприємств туристичної сфери. Класифікація та характеристика ризиків туристичних підприємств.

Види та характеристика втрат підприємств туристичної індустрії від ризикових подій. Оцінка розміру господарського ризику і можливих фінансових втрат. Вихідні передумови та зміст управління ризиком: сутність, принципи розробки. Структурно-логічна схема процесу управління ризиком та характеристика змісту окремих етапів роботи. Методичні підходи до виявлення ризикових подій та видів ризику, що притаманні діяльності підприємств туристичної сфери. Методичний інструментарій оцінки рівня ризиків підприємств туристичної сфери залежно від їх виду, характеру прояву, наявності інформаційного забезпечення тощо.

Шляхи та заходи щодо профілактики та мінімізації рівня ризиків на підприємствах туристичної сфери. Форми внутрішнього страхування господарського ризику та оцінка їх ефективності на туристичних підприємствах. Форми зовнішнього страхування господарського ризику. Обов'язкове та добровільне страхування. Ефективність зовнішнього страхування господарського ризику, методи розрахунків.

Банкрутство підприємства: його суть та форми регулювання в Україні. Основні причини, що призводять до банкрутства туристичних підприємств.

Санація підприємств та умови її проведення. Форм санації туристичних підприємств, порядок та черговість задоволення претензій кредиторів у разі банкрутств.

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ДЛЯ СТУДЕНТІВ НАПРЯМУ ПІДГОТОВКИ 6.140103
«ТУРИЗМ»**

Назва модуля, теми	Кількість годин за видами занять				
	раз ом	аудиторні заняття		позааудиторні заняття	
		лекції	прак- тичні	індиві- дуальна робота	самос- тійна робота
<i>Модуль 1. Управління господарською діяльністю туристичних підприємств</i>					
Тема 1. Роль і місце туризму в системі ринкового господарства України	11	2	2	3	4
Тема 2. Управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах	21	4	6	3	8
Разом по модулю 1	32	6	8	6	12
<i>Модуль 2. Ресурсний потенціал туристичних підприємств та управління ним</i>					
Тема 3. Управління матеріальними ресурсами туристичних підприємств	28	6	10	4	8
Тема 4. Управління трудовими ресурсами підприємств туристичної сфери	22	4	6	4	8
Тема 5. Управління фінансовими ресурсами туристичних підприємств	30	4	10	4	12
Разом по модулю 2	80	14	26	12	28
<i>Модуль 3. Результати господарсько-фінансової діяльності і туристичних підприємств та управління нею</i>					
Тема 6. Управління доходами підприємств туристичної сфери	15	4	4	2	5
Тема 7. Управління поточними витратами та собівартістю послуг на підприємствах туристичної сфери	25	6	12	2	5
Тема 8. Управління прибутками та рентабельністю на підприємствах туристичної сфери	25	6	12	2	5
Разом по модулю 3	65	16	28	6	15
<i>Модуль 4. Управління податковою політикою та ризиками в туристичній сфері</i>					
Тема 9. Управління податковою політикою туристичних підприємств	9	-	-	3	6

Продовж. тематичного плану дисципліни

Назва модуля, теми	Кількість годин за видами занять				
	раз ом	аудиторні заняття		позааудиторні заняття	
		лекції	прак- тичні	індиві- дуальна робота	самос- тійна робота
Тема 10. Ціна туристичного продукту та ціноутворення на окремі види туристичних послуг	9	-	-	3	6
Тема 11. Управління інвестиційною діяльністю та бізнес-планування на підприємствах туристичної сфери	10	-	-	4	6
Тема 12. Управління ризиком у підприємницькій діяльності та шляхи запобігання банкрутства туристичних підприємств	11	2	2	2	5
Разом по модулю 4	21	2	2	12	23
Разом по дисципліні	216	38	64	36	78

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ 1. УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ТЕМА 1. Роль і місце туризму в системі ринкового господарства України

Методичні поради до вивчення теми

Вивчення даної теми передбачає з'ясування ролі і місця туризму в системі ринкового господарства України.

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 національному використанні всіх наявних туристських ресурсів.

Виокремлюють такі *складники* індустрії туризму:

ринок послуг для подорожуючих (travel market) – ринок туристичних послуг;

ринок послуг для проведення дозвілля (leisure time market).

Студент має знати, що туристська індустрія є міжгалузевим комплексом організацій з виробництва товарів і послуг для туризму, у складі якої виділяють *дві структури*:

1. Організації, що надають *об'єкти (засоби) для розміщення та тимчасового проживання, організованого харчування та транспортного обслуговування.*

2. Організації, що здійснюють *туристську діяльність, екскурсійне обслуговування, обслуговування іноземних туристів.*

Необхідно знати, що в економіці туризму особливу роль відіграють туроператорська та турагентська діяльність.

Туроператорська діяльність – це діяльність з формування туристичного продукту, що включає різні послуги з просування цього продукту на ринок і його реалізації. Основними напрямками спеціалізації такої діяльності є:

1. *Спеціалізація на прийомі та обслуговуванні іноземних туристів.* Турфірми, що займаються цією діяльністю, називаються *туроператорами з прийому.*

2. *Спеціалізація на організації туристських поїздок громадян своєї країни за кордон.* Турфірми, що займаються цим, називаються *туроператорами за напрямком.*

Турагентська діяльність – це продовження діяльності туроператора, але вже на роздрібному ринку. Фірми-турагенти виступають в якості продавців туристичного продукту, сформованого туроператорами.

Студентам необхідно також знати, що усі підприємства, що виробляють продукти і послуги для туристів, можна класифікувати наступним чином: *первинні* – призначені безпосередньо для *обслуговування туристів* (санаторії, пансіонати, турбази тощо); *вторинні* – призначені для *обслуговування переважно туристів*, хоча їх послугами можуть користуватися і місцеві жителі (підприємства громадського харчування, культурні заклади тощо); *третинні* – як правило, призначені для *обслуговування місцевих жителів*, але їх послугами також можуть користуватися для задоволення своїх потреб і туристи (громадський транспорт, пошта тощо).

Слід також пам'ятати, що на базі індустрії туризму розвивається *туристський бізнес*, характерна ознака якого полягає у тому, що *результатом праці у цій сфері є задоволення туристських потреб.*

Туристична індустрія *позитивно впливає на розвиток інших галузей*, прямо не пов'язаних із туризмом (будівництво, транспорт, зв'язок, комунально-побутове господарство тощо). Особливо це стосується сфери послуг. Туризм *сприяє*: розвитку та розбудові окремих регіонів (нові робочі місця, розвиток місцевої промисловості, сільського господарства, сфери послуг, благоустрій міст і сіл, відродження місцевих традицій, народні промисли); підвищенню життєвого рівня місцевого населення як *безпосередньо* (приплив грошових коштів до регіону, створення нових робочих місць, можливості для працевлаштування), так і *опосередковано* (створення та розвиток місцевої інфраструктури й сервісних служб); подоланню нерівномірного економічного розвитку окремих територій; надходження до державного бюджету через податки, а також – поповнення позабюджетних фондів.

Отже, *туристська галузь* – це галузь суспільного виробництва, що складається з підприємств, що виробляють товари або послуги, призначені для реалізації на туристському сегменті ринку.

Студент має знати, що *туристичний ринок* – це економічна система взаємодії чотирьох основних елементів: *туристичного*

попиту, пропозиції туристичного продукту, ціни та конкуренції. Функціонує даний ринок на основі дії законів попиту і пропозиції.

Туристичну пропозицію слід розглядати у вузькому значенні як сукупність благ і послуг, які виробники надають за визначеною ціною туристам, та у ширшому як сукупність дій усіх суб'єктів, діяльність яких спрямована для задоволення попиту туристів. Отже, туристична пропозиція – це сукупність послуг і продуктів, які подаються на розгляд клієнта, котрий бажає здійснити туристичну подорож. До неї належить усе, що може бути використано для задоволення туристичного попиту: готелі, ресторани, заклади розважального характеру, клімат, ландшафт тощо..

Оскільки об'єктом туристичної пропозиції є споживач, а саме турист, то планування і розробка пакета послуг має враховувати реальні його потреби й орієнтувати на них пропозицію (туристична пропозиція має бути достовірною і правдивою – відповідність рекламованого і реального має бути максимальною). Складники туристичної пропозиції відображені на рис. 1.1.

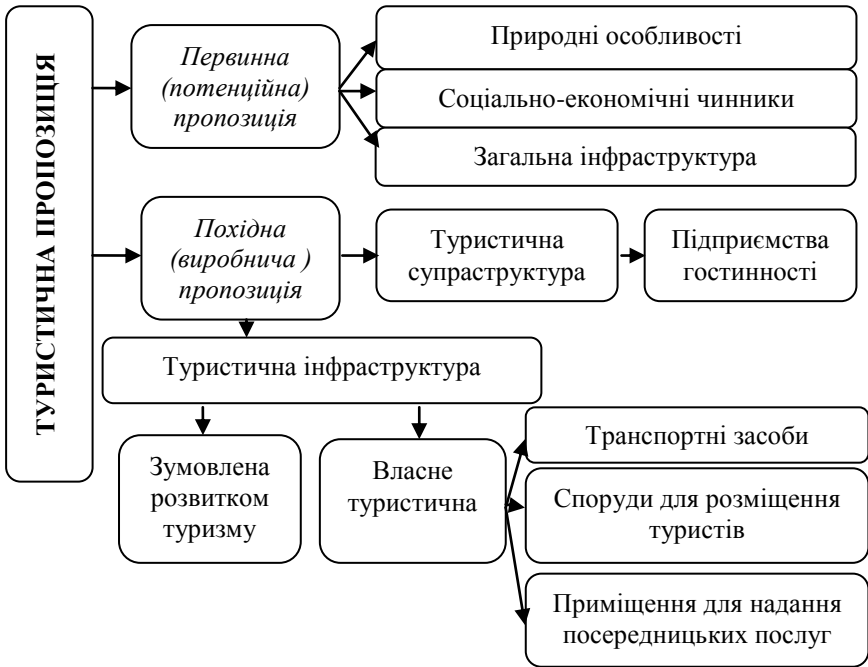


Рис. 1.1. Складники туристичної пропозиції

Первинна (потенційна) пропозиція цікава для туристів своєю природною корисністю і створюється не лише для туристичних цілей, Її визначає низка складників: природні особливості країни (географічне положення, клімат, топографія, рослинний і тваринний світ); соціально-культурні чинники (культура, традиції та звичаї, споруди світового значення, гостинність); загальна інфраструктура (шляхи сполучення, комунікації газо-, водо- й електропостачання, очисні споруди, заклади культури і дозвілля).

Похідна (виробнича) пропозиція складається з елементів, які створюються виключно для туристичного використання.

Студент має знати, що у складі туристичної пропозиції можна виокремити туристичну інфраструктуру і туристичну супраструктуру.

Туристична інфраструктура – це сукупність об'єктів, які забезпечують відпочинок і розваги туристів. Вона зумовлена розвитком туризму і має багато спільного із загальною інфраструктурою (первинною пропозицією).

Туристична супраструктура представлена сукупністю господарських і культурно-історичних об'єктів, які доповнюють туристичну інфраструктуру, розташовані на туристичній території і підвищують рівень задоволення туриста від подорожі.

Необхідно пам'ятати, що при формуванні туристичної пропозиції враховується *життєвий цикл туристичного продукту* (вихід на ринок, зростання, зрілість, насичення, занепад), що в свою чергу визначає його привабливість. Кожен із перелічених етапів передбачає певні завдання щодо розвитку туристичної пропозиції і потребує відповідних затрат. Пропозиція має бути розрахована на широке коло споживачів з різним рівнем доходу та враховувати очікування споживачів, що дасть можливість охопити більшу частку ринку.

Студент має усвідомити, що суттєвий вплив на *туристичну пропозицію* мають: суспільно-політична система держави; політична стабільність; безперешкодне переміщення; валютний курс, кредитна та податкова політика; розвиток інфраструктури. Певні *негативні наслідки* виникають внаслідок *сезонності* туристичної пропозиції (періодичне перевантаження території туристичним рухом; необхідність нагромадження запасів у деяких видах виробничої діяльності; обмежена можливість використання туристичних об'єктів поза сезоном; необхідність еластичного регулювання обсягу і структури працевлаштування під час сезону та поза ним; вища ймовірність зниження якості надання послуг під впливом зростаючого

попиту).

Студент має звернути особливу увагу на те, що для ефективного функціонування сфери туризму велике значення має *інфраструктура* туристичного ринку. Оскільки *суб'єктами* туристичного ринку виступають: туроператори, виконавці туристичних послуг, турагенти, споживачі туристичного продукту, продавці туристичних послуг, покупці, то *інфраструктура* туристичного ринку буде представлена:

туристичними фірмами по виробництву та реалізації туристичного продукту (туристичні бюро (туроператори), туристичні агентства, екскурсійні бюро, бюро реалізації путівок);

фірмами-виробниками туристських послуг (лікарні, санаторії, здравниці, бази відпочинку, ділові консультації та ін.);

спеціалізованими підприємствами, що надають послуги з розміщення (готелі, мотелі, кемпінги, пансіонати, туристичні бази, будинки відпочинку тощо);

спеціалізованими підприємствами харчування (ресторани, бари, кафе, їдальні тощо);

спеціалізованими транспортними підприємствами (авіаційні підприємства, автопідприємства, залізничні відомства, підприємства морського і річкового транспорту тощо);

виробничими туристичними підприємствами (фабрики з виробництва сувенірів, підприємства з виробництва туристичного спорядження, підприємства з виробництва комплектуючих для готелів та туристичних офісів – меблі, спальні предмети тощо);

підприємствами торгівлі та торговими фірмами, що спеціалізуються на товарах для туристів (магазини з реалізації туристичного спорядження, магазини з реалізації сувенірів, пункти прокату тощо);

підприємствами сфери дозвілля в туризмі (кіноконцертні зали, зали ігрових автоматів та ін.);

закладами самодіяльного туризму (туристичні клуби, альпіністські, водні, спелеологічні, кінні, велосипедні та інші клуби);

рекламно-інформаційними туристськими установами (рекламні агентства, рекламні бюро, інформаційно-туристичні центри та ін.);

державними підприємствами (національні, регіональні, муніципальні підприємства унітарного або акціонерного характеру, що займаються туризмом на комерційних або соціальних засадах);

навчальними та науково-проектними туристичними закладами (вищі і середні спеціальні навчальні туристичні заклади, інститути

підвищення кваліфікації та перепідготовки, навчальні курсові комбінати, науково-дослідницькі та проектні інститути);

органами управління туризмом (комітети, департаменти, управління туризму, громадські туристичні організації та об'єднання);
банківськими установами, міграційними службами тощо.

Крім цього, в інфраструктуру туристичного ринку входять підприємства *зв'язку, дорожні і комунальні служби, прикордонні і митні переходи* та інші.

Лише злагоджена робота усіх інфраструктурних одиниць забезпечить можливість задовольнити попит споживачів на туристичні послуги.

Таким чином, *туристичний попит* – це суспільна потреба в туристичному продукті, а *туристична пропозиція* – сукупність виробничих можливостей підприємств, спроможних надати туристичний продукт.

Термінологічний словник

Виконавці туристичних послуг – готелі, ресторани, транспортні компанії (компанії-перевізники), заклади культури (парки, музеї, театри тощо), спорту (клуби, стадіони тощо), лікувально-оздоровчі заклади тощо.

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.

Покупці – юридичні або фізичні особи, учасники ринкового процесу, які купують права власності на послугу (пакет послуг) у продавця в обмін на гроші.

Продавці туристичних послуг – це юридичні або фізичні особи, учасники ринкового процесу, які поступаються правом власності на послугу (пакет послуг) покупцеві в обмін на гроші (туроператори, турагенти).

Ринок туристичних послуг – це сфера реалізації специфічного продукту, який виробляє індустрія туризму.

Споживачі туристичного продукту – будь-які фізичні особи, які використовують, купують або збираються придбати туристичні послуги (турпродукт) для особистих потреб.

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.

Темати рефератів

1. Місце і роль туризму в системі ринкового господарства.
2. Особливості функціонування ринку туристичних послуг в Україні.
3. Соціально-економічне значення туризму.
4. Роль туристичної індустрії в комплексному обслуговуванні споживачів.
5. Сучасний стан та тенденції розвитку туризму в Україні.
6. Роль туристичної індустрії в комплексному обслуговуванні споживачів.
7. Особливості пропозиції туристичного продукту на ринку.
8. Особливості попиту на туристичному ринку.
9. Форми пропозиції туристичних послуг.
10. Інфраструктура туристичного ринку, характеристика її складових елементів.

Питання для самостійного вивчення

1. Методи оцінки ступеня задоволення попиту на туристичні послуги.
2. Еластичність попиту на туристичний продукт по ціні: методика оцінки та характеристика.

Практичне заняття 1

Розвиток туристичної індустрії України

(2 год.)

1. Сутність туризму як виду економічної діяльності та його функції.
2. Роль туристичної індустрії у комплексному обслуговуванні споживачів.
3. Форми пропозиції туристичних послуг.
4. Особливості попиту на туристичному ринку.
5. Характеристика інфраструктури туристичного ринку.

Завдання для самостійної роботи студентів

1. Поясніть сутність туризму як виду економічної діяльності.
2. Дайте характеристику функцій туризму та поясніть зміст окремих з них.
3. Охарактеризуйте складові інфраструктури туристичного ринку.
4. Дайте оцінку показникам, що характеризують соціально-економічне значення і розвиток туризму в Україні.

Навчальні завдання до практичних занять

Задача 1.

Необхідно розробити туристичний продукт для туриста який має бажання ознайомитися з національними традиціями на Полтавщині. Тривалість подорожі 2 дні.

Задача 2.

Турист планує здійснити одноденну мандрівку у м. Львів із метою ділової зустрічі. Розробити пакет послуг, які необхідно надати туристу. Тривалість подорожі 1 день.

Задача 3.

Розробити туристичний продукт для туриста, який має бажання відвідати м. Миргород із метою оздоровлення. Термін перебування 10 днів.

Задача 4.

Турист бажає займатися гірськолижним спортом в Українських

Карпатах. Туристичний оператор розробляючи для даного туриста тур, включив до туристичного пакету вартість: страховки, проїзду до м. Львів та у зворотному напрямі, трансферні витрати, вартість екскурсій по визначних місцях регіону; вартість послуг розміщення, абонентну плату за катання на лижах на 6 днів. Окрім того, турист відвідав каток. Турист заздалегідь забронював туристичний пакет. Визначити туристичні послуги, які формують ядро туристичного продукту, реальний та розширений туристичний продукт.

Задача 5.

Побудуйте криву попиту на послуги розміщення в готелі, якщо відомі співвідношення попиту і ціни. Обґрунтуйте зміну попиту на зазначені послуги якщо послуги розміщення у хостелах зменшились на 10,5 %. Співвідношення між ціною та попитом на послуги розміщення наведено нижче:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Ціна, у.о.	100	95	90	85	80	75	70	65	60
Попит	5	6	7	8	9	10	11	12	13

Задача 6.

Побудуйте криву пропозиції на екскурсійні послуги якщо відомі співвідношення між кількістю пропонованих послуг та їх ціни. Визначте зміну пропозиції при зменшенні витрат на створення послуг на 10,0 %. Співвідношення між ціною та пропозицією екскурсійних послуг наведено нижче:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Ціна, у.о.	200	225	250	275	300	325	350	375	400
Пропозиція	10	12	14	16	18	20	23	26	30

Задача 7.

Побудуйте криву пропозиції на послуги круїзних перевезень якщо відомі співвідношення між кількістю пропонованих послуг та їх ціною. Визначте зміну пропозиції при зростанні витрат на створення послуг на 18,0 %. Співвідношення між ціною та пропозицією круїзних послуг наведено нижче:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Ціна, у.о.	4000	4250	4500	4750	5000	5250	5500	5750	6000
Пропозиція	100	120	140	160	180	200	230	260	300

Задача 8.

Необхідно побудувати криву пропозиції на послуги розміщення якщо відомі наступні співвідношення між кількістю пропонованих послуг та їх ціною. Визначте зміну пропозиції при зменшенні витрат на створення послуг на 23,0 %. Співвідношення між ціною та пропозицією послуг розміщення наведено нижче:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Ціна, у.о.	40,0	42,5	45,0	47,5	50,0	52,5	55,0	57,5	60,0
Пропозиція	100	120	140	160	180	200	230	260	300

Задача 9.

Визначити еластичність попиту на транспортні послуги, якщо відомі такі показники: кількість рейсів у звітному році становила 250, середня ціна одного замовлення 6300,0 грн., у плановому році планується збільшити кількість рейсів до 315, а середню ціну одного замовлення залишити на рівні звітного року.

Задача 10.

Визначте рівноважну ціну екскурсійних послуг. Обґрунтуйте рівень дефіциту туристичних послуг при ціні 53 у.о. та профіциту при ціні 66 у.о. Співвідношення попиту і пропозиції екскурсійних послуг наведено нижче:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Ціна, у.о.	50,0	52,5	55,0	57,5	60,0	62,5	65,0	67,5	70,0
Пропозиція	200	210	220	230	240	250	260	270	280
Попит	300	275	250	230	200	175	150	140	135

Задача 11.

Визначте рівноважну ціну туристичного продукту, якщо відомі наступні показники попиту і пропозиції. Обґрунтуйте рівень дефіциту туристичних послуг при ціні 1800 у.о. та профіциту при ціні 2850 у.о. Визначте зміну рівноважної ціни при зростанні пропозиції на 10,0 % та 25,0 %. Визначте змін рівноважної ціни при зростанні попиту на 20,0 % та зменшенні попиту на 10,0 %. Співвідношення попиту і пропозиції послуг туристичного продукту наведено нижче:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Ціна, у.о.	1000,0	1250	1500	1750	2000	2250	2500	2750	3000
Пропозиція	100	120	140	160	180	200	230	260	300
Попит	400	350	300	250	225	200	175	150	125

Задача 12.

На основі нижче наведених даних проведіть аналіз динаміки обсягу реалізації туристичного продукції на підприємстві за два роки:

(у співставних цінах)

Показник	Минулий рік				Звітний рік			
	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
Обсяг реалізації	570,0	650,0	890,0	1160,0	1220,0	1560,0	1790,0	2130,0

Дослідити рівномірність реалізації туристичного продукту на підприємстві. За результатами проведеного аналізу зробіть висновки.

Задача 13.

У звітному році кількість туристів Полтавського регіону становила 3,2 млн. осіб. У плановому році кількість туристів зросте на 15,0 %. Загальна кількість туристичних подорожей у звітному році складала 2,9 млн. од., тоді як у плановому році їх прогнозована кількість буде більша на 22,0 %. Чисельність населення Полтавського регіону у звітному році становила 6,7 млн. осіб, а у плановому році прогнозують зменшення на 5,0 %. Визначити нетто та бруто інтенсивності туристичних потоків.

Задача 14.

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 склав 217 туро-днів. У середньому за місяць туристичне агентство реалізовувало 658 туро-днів. Розрахуйте коефіцієнти нерівномірності туристських потоків.

Задача 15.

Визначте еластичність попиту на послуги перевезення, якщо відомі такі показники: кількість рейсів за перший період становила 250, ціна одного замовлення 5000 грн., другий період кількість рейсів зросла до 320; ціна одного замовлення склала 6000 грн.

Задача 16.

Розрахувати платоспроможний попит на основні послуги туристичних підприємств України у плановому році в натуральних і

вартісних одиницях виміру, визначити коефіцієнт еластичності реалізованого попиту на готельні послуги за ціною.

Таблиця 1 – Показники обсягу реалізованого попиту на готельні послуги в Україні за 2 роки

Показники	Роки	
	1-й	2-й
Доходи від основного виду діяльності, тис. грн.	283719,20	383918,60
Загальний час перебування приїжджих, тис. людино-днів	8166,73	8933,85

За даними табл. 1 дати економічну оцінку реалізованого попиту на готельні послуги щодо ступеня його еластичності за ціною.

Інформаційні джерела: 3-4, 10, 20, 25, 28-30, 38-39, 43-44, 51, 58

Тести

1. Під туризмом слід розуміти:

- а) можливість задоволення духовних потреб та інших прав людини при переїзді з місця постійного до місця тимчасового проживання;
- б) тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування;
- в) спеціальну форму переміщення осіб із місця їх постійного проживання на короткий термін;
- г) подорож особи до іншої місцевості чи населеного пункту на термін, що перевищує 24 години.

2. Яке визначення найбільш точно характеризує поняття «суб'єкти туристичної діяльності»:

- а) підприємства, установи, організації незалежно від форм власності; фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг;
- б) юридичні та фізичні особи, які зареєстровані у встановленому законодавством України порядку, діяльність яких пов'язана з наданням туристичних послуг;
- в) підприємства, організації, які забезпечують діяльність туристичної сфери (готелі, мотелі, кемпінги, транспортні

підприємства, підприємства ресторанного господарства) і працюють на основі ліцензії.

3. Який чинник є визначальним у розвитку туризму?

- а) широкий асортимент туристичних товарів і послуг, скомплектованих у тури;
- б) професійні висококваліфіковані кадри;
- в) капітал.

4. Основними видами суб'єктів туристичної діяльності є:

- а) туроператори, турагенти;
- б) підприємства готельного та ресторанного господарств;
- в) готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо.

5. Основними економічними завданнями суб'єктів туристичної діяльності в Україні є:

- а) створення туристичного продукту та надання туристичних послуг;
- б) удосконалення інфраструктури туризму;
- в) розвиток внутрішнього та виїзного туризму;
- г) усі перераховані відповіді.

6. Що таке туристична індустрія?

- а) сукупність юридичних осіб, які займаються туристичною діяльністю згідно з отриманою ліцензією;
- б) підприємства галузей економіки, які виробляють туристичний продукт;
- в) сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), що забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

7. Різниця між туристичним оператором та туристичним агентом полягає у тому, що:

- а) турагенти – фізичні особи, а туроператори – юридичні;
- б) туроператори створюють і реалізують туристичний продукт, а турагенти лише реалізують туристичний продукт;
- в) тільки туроператори можуть здійснювати посередницьку діяльність з надання характерних та супутніх послуг;
- г) турагенти не можуть отримати ліцензії на здійснення туристичної діяльності.

д) усі перераховані відповіді.

8. *Суб'єктами, що здійснюють та забезпечують туристичну діяльність, є:*

- а) туристичні оператори та туристичні агенти;
- б) гідів-перекладачів, екскурсіводів,
- в) спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу;
- г) фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо;
- д) усі перераховані відповіді.

9. *За яких умов характер попиту на туристичні послуги є еластичним?*

- а) попит зростає більш високими темпами, ніж знижуються ціни;
- б) при зростанні ціни попит знижується на необмежену величину;
- в) темп зростання попиту відповідає темпу зростання ціни.

10. *Падіння попиту на туристичні послуги може бути наслідком:*

- а) зменшення доходів споживачів;
- б) скорочення обсягу пропозиції на туристичні послуги;
- в) очікування зростання цін на послуги.

11. *Попит на які туристичні продукти не є еластичним (чи є мало-еластичним) від ціни?*

- а) ділові тури;
- б) спортивні тури;
- в) пізнавальні тури.

12. *За яких умов характер попиту на додаткові послуги готелю є еластичним?*

- а) темп зростання попиту відповідає темпу зниження цін;
- б) при зростанні ціни обсяг попиту знижується на необмежену величину;
- в) темп зростання попиту перевищує темп зростання ціни.

13. *Як змінюється попит споживачів на послуги рекреаційного туризму у разі підвищення ціни?*

- а) попит падає таким самим темпом, яким зростає ціна;
- б) темп зниження попиту є нижчим за темп зростання ціни;
- в) попит знижується вищими темпами, ніж зростає ціна.

14. *Основними напрямками державного впливу на туристичний сектор*

є:

- а) моніторинг тенденцій розвитку;
- б) централізоване управління;
- в) фінансова підтримка.

15. *Яке з вказаних явищ не може бути наслідком зниження споживчого попиту на послуги:*

- а) падіння норми прибутку;
- б) скорочення обсягу пропозиції;
- в) зростання цін на послуги.

16. *Падіння попиту на туристичні послуги не може бути наслідком:*

- а) зменшення доходів споживачів;
- б) скорочення обсягу пропозиції туристичних послуг;
- в) зниження цін на туристичні послуги.

17. *Якщо будь-яка кількість туристичних послуг реалізується за однаковою ціною, то попит на цю послугу є:*

- а) досконало еластичним;
- б) нееластичним;
- в) одинично еластичним.

18. *Основними джерелами фінансування розвитку туризму є:*

- а) власні фінансові ресурси суб'єктів туристичної діяльності, грошові внески громадян і юридичних осіб;
- б) кошти фонду розвитку туризму України, що формуються за рахунок відрахувань суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності;
- в) безоплатні та благодійні внески, пожертвування підприємств, установ і громадян, іноземні інвестиції;
- г) усі перераховані відповіді.

19. *Економічна діяльність у галузі туризму – це:*

- а) забезпечення ефективного використання наявної та створення нової матеріально-технічної бази туризму;
- б) збільшення валютних надходжень до бюджету держави;
- в) сприяння зайнятості населення;
- г) усі перераховані відповіді.

20. *За якою ознакою туристичні підприємства належать до групи малих підприємств?*

- а) розмір статутного капіталу;
- б) середньооблікова чисельність працівників;
- в) розмір доходу.

ТЕМА 2. Управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах

Методичні поради до вивчення теми

При вивченні даної теми студент має знати, що основним товаром на туристичному ринку виступає *туристичний продукт*, який представляє собою комплекс туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі. *Послуга* – це результат безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, а також власної діяльності виконавця по задоволенню потреби споживача.

Туристична послуга, як і всякий товар, має бути корисною для туриста і здатною задовольнити певні його потреби, а також обмінюватися на інші товари або послуги. *Туристичні послуги* можуть бути *основними* (розміщення, харчування, транспортне обслуговування та страхування), *додатковими* (побутові, медичні, валютно-кредитні, торговельні, послуги спеціальних видів зв'язку, інформаційні, культурно-видовищні, ігрові, спортивні тощо) і *специфічними* (надаються підприємствами-посередниками в туризмі - послуги туристичних бюро, туристичних агентств, туристичних операторів, екскурсійних бюро, бюро подорожей і екскурсій та інших підприємств). Залежно від того як вони оформлені і скомбіновані в єдиний комплекс, визначають *тип підприємства* (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорт, установи культури, розваг, спорту, оздоровлення, рекреації, тощо).

Студент має звернути увагу на те, що на відміну від туристичної послуги, яка може бути придбана і спожита лише у місці її виробництва, *туристичний продукт* може бути придбаний і за місцем проживання, проте споживається лише на місці виробництва туристичних послуг.

У Законі України «Про туризм» поняття туру трактується наступним чином: «*Тур* – це туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо)». У турі присутні як *матеріальні послуги* (харчування туристів, послуги з їх утримання), так і *нематеріальні* (екскурсії, послуги гідів-перекладачів). Складовими туру є *туристичний пакет* та *комплекс послуг на маршруті*, які клієнт просить включити в обов'язкову програму і

сплачує за них заздалегідь. Тур оформляється туроператором у вигляді *туристської путівки* або *ваучера*. При додаванні до туру проїзду від місця формування групи до першого на маршруті пункту розміщення і від останнього на маршруті пункту розміщення назад утворюється *транстур*.

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 (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Складові елементи туристичного продукту

Туристичний продукт, як і будь-який продукт, проходить у своєму розвитку чотири послідовні стадії: *впровадження, зростання, зрілість і спад*.

Додаткові туристично-екскурсійні послуги – це послуги, непередбачувані турпутівкою, що доводяться до споживача в режимі вільного часу (додаткове харчування, всередині маршрутний транспорт, послуги гіда і т.д.). Ці послуги турист набуває за додаткову плату.

Товари туристсько-сувенірного призначення включають у себе: *специфічну матеріальну частину турпродукту* (туристські карти, путівники, листівки, значки, буклети, сувеніри, тур спорядження та *неспецифічну частину турпродукту* (товари, які є дефіцитними або більш дорогими в місці постійного проживання туриста).

Вивчення даної теми передбачає знання студентами системи показників оцінки результатів туристичної діяльності. Зокрема показників, що характеризують *обсяг туристичного потоку, стан і розвиток матеріально-технічної бази туризму, фінансово-економічні показники і показники розвитку міжнародного туризму*.

Так, *рівень розвитку туризму* (в країні чи регіоні) оцінюється за *туристичними потоками*. *Туристичний потік* – це постійне прибуття туристів у країну (регіон) або виїзд туристів за кордон за певний

період часу. До показників, що характеризують туристичний потік відносяться:

загальна кількість туристів (організованих і самодіяльних);

кількість туро-днів (ночівель, ліжко-днів), яка розраховується за формулою:

$$TD = Q_{тур} \times t, \quad (2.1)$$

де TD – кількість туро-днів;

$Q_{тур}$ – чисельність туристів;

t – середня тривалість перебування одного туриста в даній країні (регіоні), дні;

середня тривалість (час) перебування туристів у країні (регіоні).

Оскільки *туристичний потік* є нерівномірним, то для його характеристики застосовують *коефіцієнт нерівномірності*, який обчислюється *трьома способами*, залежно від мети й завдання аналізу динаміки туристичного потоку.

1 спосіб.

$$\text{Коефіцієнт нерівномірності, \%} = \frac{\text{Кількість туро-днів у місяці максимального туристського потоку, людино-днів} \times 100 \%}{\text{Кількість туро-днів у місяці мінімального туристського потоку, людино-днів}}$$

2 спосіб.

$$\text{Коефіцієнт нерівномірності, \%} = \frac{\text{Кількість туро-днів у місяці максимального туристського потоку, людино-днів} \times 100 \%}{\text{Річна кількість туро-днів, людино-днів}}$$

3 спосіб.

$$\text{Коефіцієнт нерівномірності, \%} = \frac{\text{Кількість туро-днів у місяці максимального туристського потоку, людино-днів} \times 100 \%}{\text{Середньомісячна кількість туро-днів, людино-днів}}$$

$$\text{де} \quad \begin{array}{l} \text{Середньомісячна} \\ \text{кількість туро-днів,} \\ \text{людино-днів} \end{array} = \frac{\text{Річна кількість туро-днів, людино-днів}}{12}$$

До показників, що характеризують *стан і розвиток матеріально-технічної бази туризму*, відносять наступні: *ліжковий фонд* будинків відпочинку, пансіонатів, турбаз, готелів, санаторіїв тощо, а також *кількість ліжок*, наданих місцевими жителями; *кількість місць* у торговельних залах підприємств харчування для туристів; *кількість*

місць у театрах, відведених для туристів; кількість ванн у водолікарнях, відведених для туристів тощо.

Показники фінансово-економічної діяльності туристичного підприємства включають: обсяг реалізації туристичних послуг чи виторг від реалізації послуг туризму; показники використання робочої сили (продуктивність праці, рівень витрат на оплату праці тощо); показники використання виробничих засобів (фондовіддача, оборотність оборотних коштів тощо); собівартість послуг туризму; прибуток; рентабельність; показники фінансового стану туристичної фірми (платоспроможність, ліквідність, фінансова стабільність тощо).

Обсяг реалізації послуг туристичного підприємства оцінюється за допомогою наступних показників: кількість обслугованих туристів (осіб); тривалість туру (днів); дохід (виручка) від реалізації туристичного продукту (грн.); обсяг реалізації туристичного продукту (туро-днів). Обсяг реалізації туристичного продукту є валовим показником діяльності туристичного підприємства і характеризує масштаби його діяльності на певному локальному видовому ринку.

Стан і розвиток міжнародного туризму оцінюють за показниками кількості туристів, що відвідали закордонні країни (визначається по числу перетинання державного кордону; кількості туро-днів відносно іноземних туристів та сумарних грошових витрат, зроблених туристами за час закордонних поїздок.

Студенту необхідно звернути увагу на процес управління обсягом реалізації туристичного продукту, який передбачає дотримання таких основних принципів:

програмно-цільовий підхід – дотримання цілей економічної стратегії функціонування підприємства;

комплексність – узгодження з іншими видами плану.

У загальному вигляді структурно-логічну схему процесу управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах відображено на рис. 2.2. Кожен із зазначених етапів процесу управління обсягом реалізації послуг передбачає виконання певних видів робіт. Процес управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах передбачає планування обсягу реалізації туристичного продукту.



Рис. 2.2. Структурно-логічна схема процесу управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах

Для цього використовують методи наведені у табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Методи розрахунку обсягу реалізації турпродукту підприємствами туризму на плановий період

Метод розрахунку	Сутність методу	Алгоритм розрахунку
1	2	3
Програмно-цільовий: для туроператорів (у вартісних показниках) для турагентств	Розрахунок обсягу туристичних послуг у вартісних показниках, що дозволяє отримати цільовий прибуток	$D(B)_{nl} = \frac{B_{пост} + \Pi_{ц}}{100 - PB_{зм}} \times 100$ <p>де $D(B)_{nl}$ – дохід (виручка) від реалізації туристичних послуг плановий; $B_{пост}$ – витрати постійні; $\Pi_{ц}$ – прибуток цільовий; $PB_{зм}$ – рівень змінних витрат.</p> $D(B)_{nl} = \frac{B_{пост} + \Pi_{ц}}{P_{к.в} - PB_{зм}} \times 100$ <p>де $P_{к.в}$ – розмір комісійної винагороди турагента</p>
Прямий	Передбачає врахування порядку калькулювання ціни на туристичний продукт та оцінку платоспроможного попиту на туристичний продукт підприємства у плановому періоді	$D(B)_{nl} = K_1 \times T_1 \times \Pi_1 + K_2 \times T_2 \times \Pi_2 + \dots + K_i \times T_i \times \Pi_i,$ <p>де $T_{1,2,\dots,i}$ – термін перебування туристів у подорожі в плановому періоді, днів</p>

1	2	3
Економіко-статистичний (розрахунково-аналітичний)	Базується на вивченні тенденцій обсягу реалізації туристичного продукту за 3–5 попередніх років та екстраполяції цих тенденцій за допомогою визначення середньорічного темпу росту на плановий рік	$D(B)_{nl} = \frac{D(B)_{36} \times \bar{T}_p}{100} \pm \Delta D(B)_\phi$, <p>де $D(B)_{nl}$ – дохід (виручка) від реалізації туристичного продукту у плановому періоді (у вартісному виразі); $D(B)_{36}$ – дохід (виручка) від реалізації туристичного продукту у звітному періоді; \bar{T}_p – середньорічні темпи росту обсягу реалізації туристичного продукту; $\Delta D(B)_\phi$ – зміна доходу (виручки) під впливом чинників.</p> $O_{nl} = \frac{O_{36} \times \bar{T}_p}{100}$, <p>де O_{nl} – обсяг реалізації туристичних послуг у плановому періоді (у натуральному виразі), туро-днів; O_{36} – обсяг реалізації туристичних послуг у звітному періоді (у натуральному виразі), туро-днів)</p>
Економіко-математичний	Базується на вивченні динамічних рядів обсягу реалізації туристичного продукту і екстраполяції тенденцій на плановий період з урахуванням ступеня залежності багатьох чинників довготривалої дії	$D(O)_{nl} = f(t)$, <p>де t – період дослідження</p>

План реалізації туристичного продукту, зорієнтований на

можливий обсяг реалізації з урахуванням попиту чи на обсяг продажу, необхідний для одержання цільового прибутку з урахуванням ресурсного забезпечення обсягу реалізації турпродукту (послуг) є вихідною базою при обґрунтуванні продуктової (виробничої) програми туристичного підприємства.

Продуктова (виробнича) програма розробляється лише туроператорами, а *турагенти* обмежуються обґрунтуванням *планів реалізації*, оскільки вони просувають на ринок і реалізують турпродукт, створений туроператорами. Отже, *продуктова (виробнича) програма туристичного оператора* – це документ, у якому передбачаються завдання на створення (комплектування) туристичного продукту визначеної кількості, номенклатури, асортименту та якості у встановлений термін за замовленнями потенційних туристів або для вільної реалізації на основі ринкового попиту.

Продуктова (виробнича) програма туристичного оператора складається з таких *розділів*:

- 1) план надання туристичних послуг і комплектування турпродукту за номенклатурою та асортиментом;
- 2) завдання з підвищення якості турпродукту та послуг;
- 3) план ресурсного забезпечення виробничої програми;
- 4) план кооперування туроператора з постачальниками туристичних послуг і ресурсів.

Після визначення обсягів, номенклатури, асортименту та якості туристичних послуг за видами клієнтів і маршрутами здійснюється *запуск туристичних замовлень в розробку турпродукту*.

Студент має знати, що існують певні особливості в методиці розробки виробничої програми підприємств з *розміщення та харчування туристів*. Так, для *підприємств розміщення туристів* розробляється *експлуатаційна програма* (програма використання номерного фонду), а для підприємств харчування – обґрунтовується *виробнича програма та план товарообороту*.

Експлуатаційна програма складається на основі кількості місць для розміщення (проживання) гостей, що передбачається в плановому періоді. Вона виражається в *натуральних* (кількість місце-днів) і *вартісних показниках* (виручка (доход) від реалізації послуг з розміщення клієнтів). Оцінюється *експлуатаційна потужність підприємства* за показниками – *місткість, пропускна спроможність і завантаженість об'єкта розміщення*.

Виробнича програма підприємств харчування – це план випуску продукції власного виробництва. Планування випуску продукції підприємств харчування, що знаходяться в складі туристичних комплексів, здійснюється *економіко-статистичним* або *нормативним методом*.

При розробленні програми виробництва туристичних послуг і комплектування турпродукту застосовуються *натуральні і вартісні показники* (вимірники). У сфері туризму до *натуральних* показників відноситься *кількість розроблених і реалізованих туристичних пакетів, турів чи окремих туристичних послуг*. У галузях, що обслуговують туристів, застосовуються інші натуральні показники їхньої діяльності: *об'єктів розміщення туристів* – кількість наданих спальних місць; *підприємств харчування* – кількість місць для приймання їжі; *на транспорті* – кількість пасажиро-місць; *у видовищних установах* – кількість глядацьких місць тощо.

Крім натуральних показників, робота всіх підприємств індустрії туризму оцінюється сумою *виручки від реалізації туристичних послуг і товарів у грошовому (вартісному) вираженні*.

Розробка й управління продуктовою програмою є базою економічного обґрунтування кінцевих показників фінансово-господарської діяльності туристичних підприємств. Економічний механізм управління підприємством обов'язково повинен враховувати важелі регулювання допустимого його впливу на навколишнє середовище, раціональне використання обмежених природних і культурно-історичних туристичних ресурсів.

Студенту необхідно звернути увагу на те, що передумовою процесу планування є економічний аналіз, який має проводитися у декілька етапів.

1. *Формування інформаційної бази даних про обсяг і структуру реалізації туристичного продукту*. Інформаційною базою даних для економічного аналізу виконання продуктової програми туристичного підприємства є форми статистичної звітності № 1-тур «Звіт про діяльність туристичної організації», форма № 1-послуги «Звіт про обсяг наданих платних послуг», форма фінансової звітності № 2 «Звіт про фінансові результати», дані оперативного бухгалтерського обліку.

2. *Визначення загального обсягу реалізації туристичного продукту та аналіз ступеня виконання плану за звітний період*.

3. *Аналіз динаміки загального обсягу реалізації туристичного продукту*. На цьому етапі визначають темпи росту й темпи приросту

обсягу реалізації туристичного продукту за 3-5 останніх років, середньорічні темпи зміни обсягу реалізації туристичного продукту, які розраховуються за формулою:

$$T_c = n-1 \sqrt[n]{\frac{D(B)_n}{D(B)_6}}, \quad (2.2)$$

де T_c – середньорічні темпи зміни обсягу реалізації туристичного продукту за період;

$D(B)_n$ – дохід (виручка) від реалізації туристичного продукту за n -й період;

$D(B)_6$ – дохід (виручка) від реалізації туристичного продукту у базисному періоді.

4. *Аналіз складу реалізації туристичного продукту за окремими видами туризму.*

5. *Аналіз обсягу та структури реалізації туристичного продукту у розрізі регіонів.*

6. *Аналіз структури й асортименту туристичного продукту.*

Асортимент послуг – це загальна сума всіх продуктів і їх варіація, пропонована туристичним підприємством. *Товарний асортимент* підприємства складається з видів товарів (тури, туристичні та не туристичні послуги, що поділяються в залежності від країни чи регіону відправлення, виду туризму, ціни тощо), а ті в свою чергу – на асортиментні позиції.

7. *Аналіз ритмічності й сезонності реалізації туристичного продукту* здійснюється за допомогою коефіцієнтів *ритмічності* і *сезонності*.

Коефіцієнт ритмічності розраховується за формулою

$$K_p = \frac{O_{p,пл}}{O_{p,заг}}, \quad (2.3)$$

де K_p – коефіцієнт ритмічності;

$O_{p,пл}$ – обсяг реалізації туристичного продукту у межах плану, грн. (туро-днів);

$O_{p,заг}$ – загальний обсяг реалізації туристичного продукту за планом за весь період, грн. (туро-днів).

Ритмічність реалізації туристичного продукту можна визначити також за допомогою показників: *середнє квадратичне відхилення від середнього* (r) і *коефіцієнт варіації* (v):

$$r = \sqrt{\frac{(O_{p,i} - \bar{O}_p)^2}{n}}, \quad (2.4)$$

де r – середньоквадратичне відхилення;

$O_{p,i}$ – обсяг реалізації туристичного продукту за i -й період, грн.;

\bar{O}_p – середня величина, грн.;

n – кількість періодів дослідження, міс.

$$v = \frac{r \times 100}{\bar{O}_p}, \quad (2.5)$$

де v – абсолютний діапазон коливань туристичного продукту від середньої величини, %.

Коефіцієнт варіації оцінюється у відносних величинах і визначає рівномірність реалізації туристичного продукту:

$$I_c = \frac{O_{p,i}}{\bar{O}_p}. \quad (2.6)$$

8. *Аналіз обсягу і структури туристичного продукту за місцем реалізації.*

9. *Кількісна оцінка впливу чинників, що обумовлюють зміни обсягу реалізації та структури реалізації туристичного продукту (зовнішні, внутрішні, особові, міжособові).* із використанням базової формули

Студент має знати, що серед методів кількісної оцінки впливу чинників на пропозицію послуг туристичного підприємства найбільш простим є *метод ланцюгових підстановок* та *метод різниць*, які застосовуються

$$D(B)_p = K \times \bar{T} \times \bar{C}_{m.o.} \quad (2.7)$$

де K – кількість обслужених туристів, осіб;

\bar{T} – середній час перебування туристів, днів;
 $\bar{Ц}_{m.д.}$ – середня ціна одного туро-дня, грн.

10. Дослідження показників *порогу безпечності* та *запасу фінансової міцності* туристичного підприємства.

$$ПБ = Д(В)_ф - Д(В)_{m.б.}, \quad (2.8)$$

де $ПБ$ – поріг безпечності, грн.;

$Д(В)_ф$ – дохід (виручка) від реалізації туристичних послуг фактичний, грн.;

$Д(В)_{m.б.}$ – дохід (виручка) від реалізації туристичного продукту в точці беззбитковості, грн.

$$Д(В)_{m.б.} = \frac{B_{пост}}{Ц_{1туру} - B_{зм.на1тур}} \times Ц_{1туру}, \quad (2.9)$$

де $B_{пост}$ – витрати постійні, грн.;

$Ц_{1туру}$ – ціна туру, грн.;

$B_{зм.на1тур}$ – витрати змінні на 1 тур, грн.

У туризмі до *змінних витрат* відносять вартість проживання, транспортування, харчування, вартість спеціалізованих послуг (страхування, гіда-перекладача, бронювання послуг, екскурсійні тощо), більшу частину витрат операційної діяльності, витрат на збут туристичного продукту

$$ЗФМ = \frac{Д(В)_ф}{Д(В)_{m.б.}}, \quad (2.10)$$

де $ЗФМ$ – запас фінансової міцності, разів.

11. *Визначення резервів збільшення обсягів реалізації туристичного продукту.*

Таким чином, якість процесу управління обсягами реалізації послуг на туристичних підприємствах у значній мірі буде залежати від повноти його інформаційного забезпечення. Основу інформаційної бази даних складають показники статистичної і фінансової форм звітності, оперативного бухгалтерського обліку та зовнішні джерела.

Термінологічний словник

Асортимент послуг – це загальна сума всіх продуктів і їх варіація, пропонована туристичним підприємством.

Додатковий продукт надає спеціальному продукту додаткової вигоди й допомагає безпомилково відрізнити даний продукт від конкуруючих з ним аналогічних продуктів.

Лицензія на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг – спеціальний дозвіл, що підтверджує право його власника на здійснення відповідного виду або комплексу видів діяльності, визначених цим Законом та іншими актами законодавства України.

Планування виробничої діяльності туристичного підприємства – це передбачення і програмування на малу, середню та велику перспективу 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.

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.

Сертифікат відповідності – документ, що підтверджує якість туристичних послуг та їх відповідність конкретному стандарту чи іншому нормативному документу.

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).

Супутній 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.

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 послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів.

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

Теми рефератів

1. Особливості формування пропозиції турпродукту підприємствами туризму.
2. Характеристика складових елементів туристичного продукту.
3. Цілі та завдання управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах.
4. Методичні підходи оцінки обсягу реалізації туристичних послуг туроператорів, турагентів, бюро подорожей та екскурсій.
5. Джерела формування інформаційної бази оцінки пропозиції та реалізації туристичного продукту.
6. Вплив чинників на зміну обсягу та структури реалізації туристичного продукту.

Питання для самостійного вивчення

1. Методика розробки продуктової програми на туристичних підприємствах на прогностичний період.
2. Оптимізація продуктової програми відповідно до стратегії розвитку підприємства.
3. Методичні підходи до визначення обсягу надання послуг у точці беззбиткової діяльності, мінімальної та нормальної рентабельності.

Практичне заняття 2
Управління обсягом реалізації послуг на туристичних
підприємствах
(2 год.)

1. Поняття і характеристика туристичного продукту: туристичні послуги та туристичні товари.
2. Показники оцінки обсягу реалізації туристичних послуг туроператорів, турагентів, бюро подорожей та екскурсій.
3. Характеристика змісту окремих етапів роботи процесу управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах.

Практичне заняття 3
Економічний аналіз обсягу реалізації туристичного продукту на
підприємствах туризму
(2 год.)

1. Методичний інструментарій та порядок проведення економічного аналізу обсягу реалізації туристичного продукту на підприємствах туризму.
2. Інформаційна база даних та джерела її формування.
3. Оцінка зовнішніх та внутрішніх факторів, що обумовлюють зміни обсягу та структури реалізації туристичного продукту.

Практичне заняття 4
Методика розробки продуктової програми туристичного
підприємства
(2 год.)

1. Методика розробки продуктової програми на туристичних підприємствах на прогностичний період.
2. Оптимізація продуктової програми відповідно до стратегії розвитку підприємства.
3. Визначення обсягу надання послуг у точці беззбиткової діяльності, мінімальної та нормальної рентабельності.

Завдання для самостійної роботи студентів

1. Дати оцінку зовнішніх та внутрішніх чинників, що обумовлюють зміни обсягу та структури реалізації туристичного

продукту на конкретному підприємстві.

2. Побудувати схему процесу управління обсягом реалізації послуг на туристичному підприємстві та охарактеризувати зміст окремих його етапів.

Навчальні завдання до практичних занять

Задача 1.

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 2.

Визначити коефіцієнти нерівномірності туристичних потоків за всіма можливими способами, якщо:

Місяці	Кількість туро-днів
Січень	1690
Лютий	2020
Березень	1890
Квітень	1500
Травень	1860
Червень	2670
Липень	4390
Серпень	4980
Вересень	3690
Жовтень	2700
Листопад	1850
Грудень	1530

Задача 3.

Визначити плановий обсяг реалізації туристичного продукту, методом, заснованим на еластичності, якщо на плановий період передбачено підвищити розмір зарплати на 14,0 %. У попередньому році обсяг реалізації тур продукту склав 12,3 млн. грн., а у звітному році він зменшився на 5,0 %. У попередньому році середні доходи

населення складали 4550,0 грн., а у звітному – зросли на 5,0 %.

Задача 4.

Визначити плановий обсяг реалізації турпродукту методом еластичності, якщо на плановий період передбачено підвищити розмір заробітної плати на 5,0 %. У попередньому році обсяг реалізації туристичного продукту склав 12,5 млрд. грн., а у звітному – він зріс на 7,0 млн. грн. У попередньому році середні доходи населення становили 3500,0 грн., а у звітному – 4200,0 грн.

Задача 4.

Середня оптова ціна одного туру туроператора становить 2300,0 грн. Сума постійних витрат туроператора – 6,0 тис. грн., а сума змінних витрат у ціні – 36,0 %. Сума постійних витрат турагента 17,0 тис. грн. виручка від реалізації туристичних послуг за місяць становить 29,0 тис. грн. При цьому рівень знижки на реалізацію турпродукту, надану туроператором, становить 20,0 %, а рівень змінних витрат турагента – 7,0 % виручки від реалізації турпослуг. Визначити обсяг реалізації тур продукту в натуральному виразі для туроператора і турагента, який забезпечить підприємствам беззбитковість функціонування.

Задача 5.

Сума постійних витрат туроператора становить 4,5 тис. грн., постійні витрати турагента – у 1,5 рази менше. Частка змінних витрат у виручці від реалізації туроператора становить 30,0 %, а частка змінних витрат в чистому доході турагента – 45,0 %. Величина власного капіталу туроператора становить 95,0 тис. грн., а турагента – на 45,0 % менше. Банківська ставка по депозитних вкладах становить 21,0 %. На плановий рік обсяг цільового прибутку планується отримати вище мінімального в 3 рази. Визначити обсяг реалізації турпродукту, який забезпечить отримання цільового прибутку і туроператору і турагенту.

Задача 6.

Загальна сума постійних витрат турагента становить 4,0 тис. грн., а туроператора – 7,0 тис. грн. Частка змінних витрат у чистому доході турагента складає 43,0 %, а у виручці від реалізації турпродукту

туроператора – 37,0 %. Величина власного капіталу туроператора становить 240,0 тис. грн., а турагента – 78,0 тис. грн. Розмір чистого прибутку турагента – 17,0 тис. грн., а туроператора – 41,0 тис. грн. Визначити обсяг реалізації турпродукту, який забезпечить отримання мінімального прибутку туроператору і турагенту.

Задача 7.

Оцінити запас фінансової міцності туристичного підприємства в абсолютному і відносному виразі, якщо на поточний рік для досягнення рівня беззбитковості підприємств у необхідно реалізувати 3 тури за ціною 220 у. о., 3 тури за ціною 380 у.о. та 1 тур за ціною 400 у.о. На плановий рік дохід від реалізації турпродукту заплановано у розмірі 20200,0 грн.

Задача 8.

Визначити розмір доходу від реалізації туристичного продукту, розмір чистого доходу від реалізації та розмір валового прибутку, рівень рентабельності, якщо за місяць було реалізовано 5 турів за ціною 2520,0 грн., 3 тури за ціною 1900,0 грн. 6 турів за ціною 3750,0 грн., 2 тури за ціною 7200,0 грн. Крім того реалізовано 2 тури іноземним туристам за ціною 10000,0 грн., розрахунок яких здійснювався за межами України по безготівковому розрахунку. Загальна собівартість реалізованого туристичного продукту становить 26630,0 грн.

Задача 9.

Визначити критичний обсяг продажу турів та розрахувати обсяг продажу, який забезпечує валовий дохід в розмірі 15,0 тис. грн.

У звітному періоді туристичний оператор досяг таких показників:

- умовно-постійні витрати 30,0 тис. грн.;
- ціна тура 6000,0 грн.;
- перемінні витрати на одиницю тура 4,5 тис. грн.

Задача 10.

Сума виручки туроператора від надання основних і додаткових послуг складає 15030,0 тис. грн. Вартість послуг інших підприємств з виробництва туристичних продуктів і послуг – 12030,0 тис. грн. Доходи від фінансової діяльності – 100,0 тис. грн., доходи від іншої операційної діяльності – 120,0 тис. грн. Умовно-постійні витрати

туроператора – 1820,0 тис. грн. Сума обов'язкових платежів з прибутку – 50,0 тис. грн. Визначити чистий дохід підприємства.

Задача 11.

Туристичне підприємство «Полтаватур» працює на виїзному сегменті ринку туристичних послуг України і спеціалізується на організації туристичних подорожей до Болгарії. Підприємство не розробило економічної стратегії, внаслідок чого результати господарської діяльності постійно коливаються, а в окремі періоди характеризуються збитком. Визначити обсяг реалізації турів до Болгарії у точці беззбиткової діяльності підприємства та скласти пояснювальну записку, використовуючи наступні дані:

Показники	Значення, грн.
Витрати:	
загальні постійні	3700,0
середні змінні	2100,0
Середня ціна туру	8500,0

Задача 12.

Визначити фінансовий результат та розрахувати рівень рентабельності у відсотках до обсягу реалізації підприємства туристичного бізнесу, зробити висновки.

1. Обсяг реалізації туристичного продукту – 270,0 тис. грн.
2. Сплачується податок на додану вартість.
3. Собівартість реалізованої туристичної продукції – 127,0 тис. грн.
4. Адміністративні витрати – 25,0 тис. грн.
5. Витрати на збут – 15,0 тис. грн.
6. Інші доходи – 12,0 тис. грн.
7. Інші витрати – 4,0 тис. грн.

Задача 13.

Розрахувати плановий обсяг доходів підприємства від реалізації 20 нових турів до Болгарії на 10 діб. Вихідні дані наведені нижче:

Показники	Значення
Собівартість туру, грн.	1200,0
Норма прибутку реалізації туру, %	15,0
Податок на додану вартість, %	18,0

За результатами розрахунків зробіть висновки.

Задача 14.

Розрахувати кількість реалізованих путівок та обсяг виручки підприємства, що дозволить забезпечити цільовий прибуток у розмірі 55,0 тис. грн. на основі нижче приведених даних:

Показники	Значення, тис. грн
Цільовий прибуток	45,0
Постійні втрати	215,0
Змінні витрати на 1 тур	1050,0
Ціна 1 путівки	1780,0

За результатами розрахунків зробіть висновки.

Інформаційні джерела: 3, 10, 15, 18, 20, 28-30, 42, 50, 53-55, 58.

Тести**1. Туристичний продукт – це:**

- а) попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, розміщення та інші туристичні послуги (організація відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо);
- б) використання наявних ресурсів для організації якісного відпочинку за попередньо встановленою ціною на подібні послуги;
- в) комплекс туристичних послуг;
- г) пропонований для реалізації на ринку комплекс туристичних і суміжних послуг у кількості не менше трьох за попередньо встановленою ціною

2. Туристичні послуги – це:

- а) процес надання туристичного продукту можливим потенційним споживачам із боку суб'єктів туристичної діяльності; результат діяльності підприємств туристичної індустрії;
- б) взаємодія між туристами і працівниками туристичної сфери з метою задоволення потреб туристів;
- в) послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів;

г) послуги, що надаються підприємствами туристичної індустрії населенню (проживання, екскурсійні, транспортні, торгівлі, харчування та ін.).

3. *Що є кінцевим комплексним продуктом праці персоналу у туристичній сфері?*

- а) продукція;
- б) послуги;
- в) туристичний продукт.

4. *Економічна діяльність у галузі туризму – це:*

- а) забезпечення ефективного використання наявної та створення нової матеріально-технічної бази туризму;
- б) збільшення валютних надходжень до бюджету держави;
- в) сприяння зайнятості населення;
- г) усі перераховані відповіді.

5. *Які економічні вигоди прямої дії туризму на економіку країни?*

- а) рекреаційний вплив;
- б) надходження валюти;
- в) покращення політичної стабільності в країнах.

6. *Додаткові туристично-екскурсійні послуги – це:*

- а) неспецифічна частина туристичного продукту, куди входить велика кількість товарів, які є дефіцитними або більш дорогими в місцях постійного проживання туристів;
- б) послуги, які передбачені ваучером або путівкою;
- в) послуги, які не передбачені ваучером чи путівкою і доводяться до споживача в режимі його вільного вибору.

7. *Дестинація в туризмі – це:*

- а) територія, на якій пропонується певний набір послуг, що відповідають попиту туриста на перевезення, ночівлю, харчування, відпочинок, розваги тощо;
- б) просування на ринок (збут) туристичного продукту;
- в) упровадження інновацій у виробництво туристичних послуг і формування туристичного продукту (пакета послуг).

8. *Яка з перерахованих ознак не характеризує туристичне підприємство як суб'єкт ринкових відносин?*

- а) свобода створення закладу з відповідним рішенням власників;
- б) використання всіх дозволених і недозволених форм конкурентної боротьби на ринку;
- в) наділення правами юридичної особи;

г) свобода виходу з ринку туристичних послуг.

9. До якого виду послуг туристичного підприємства відносяться транспортні послуги?
- а) основних;
 - б) додаткових;
 - в) специфічних.
10. До якого виду послуг туристичного підприємства належать послуги екскурсиводів і перекладачів?
- а) специфічних;
 - б) основних;
 - в) додаткових.
11. До якого виду послуг туристичного підприємства відносяться послуги бронювання місць у підприємствах розміщення туристів?
- а) специфічних;
 - б) основних;
 - в) додаткових.
12. До якого виду послуг туристичного підприємства відносяться послуги закладів розваг?
- а) додаткових;
 - б) основних;
 - в) специфічних.
13. До якого виду послуг туристичного підприємства відносяться послуги страхування?
- а) додаткових;
 - б) основних;
 - в) специфічних.
14. Назвіть специфічну ознаку туристичної послуги як товару:
- а) споживча вартість;
 - б) невідчутність;
 - в) вартість.
15. Обсяг надання послуг у туристичних підприємствах характеризують такі показники:
- а) кількість наданих туро-днів;
 - б) дохід (виручка) від реалізації товарів туристичного призначення;
 - в) дохід від надання комерційного кредиту;
 - г) усі перераховані відповіді.
16. Вкажіть формулу, за якою визначається обсяг реалізації послуг у вартісному вираженні в точці беззбиткової діяльності

туристичного агентства, використовуючи такі умовні позначення: $D(B)_{m.б}$ – дохід (виручка) від реалізації послуг у точці беззбитковості, B_{nocm} – загальні постійні витрати підприємства; $PB_{зм}$ – змінні витрати на 1 тур; $\bar{Ц}$ – середня ціна туру; $ЗВ$ – змінні витрати на 1 тур; $P_{к.в}$ – рівень комісійної винагороди:

$$а) D(B)_{m.б} = \frac{B_{nocm}}{100 - PB_{зм}} \times 100.$$

$$б) D(B)_{m.б} = \frac{B_{nocm}}{P_{к.в} - PB_{зм}} \times 100.$$

$$в) D(B)_{m.б} = \frac{B_{nocm}}{\bar{Ц} - ЗВ}.$$

17. Вкажіть, за якою формулою визначається дохід (виручка) від реалізації послуг у точці беззбитковості туристичного оператора, використовуючи такі умовні позначення: $D(B)_{m.б}$ – обсяг реалізації послуг у точці беззбитковості; $BП$ – загальні постійні витрати підприємства; $\bar{Ц}$ – середня ціна туру; $ЗВ$ – змінні витрати на один тур:

$$а) D(B)_{m.б} = \frac{B_{nocm}}{100 - PB_{зм}} \times 100.$$

$$б) D(B)_{m.б} = \frac{B_{nocm}}{\bar{Ц} - ЗВ} \times \bar{Ц}.$$

в) усі перераховані відповіді.

18. За яких умов туристичне агентство може отримати максимальний обсяг прибутку при незмінному обсязі доходу (виручки) від реалізації послуг?

а) за максимальної різниці між обсягом комісійної винагороди та операційними витратами туристичного агента;

б) за мінімального розміру постійних витрат;

в) за умови перевищення темпів зростання комісійної винагороди над операційними витратами туристичного агента на додаткову одиницю реалізації туру.

19. Як зміниться обсяг доходу (виручки) туроператора в точці

мінімальної рентабельності у разі збільшення постійних витрат?

а) збільшиться;

б) зменшиться.

20. Як зміниться обсяг доходу (виручки) туристичного агента в точці мінімальної рентабельності у разі зростання рівня комісійної винагороди?

а) збільшиться;

б) зменшиться.

МОДУЛЬ 2. РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ НИМ

ТЕМА 3. Управління матеріальними ресурсами туристичних підприємств

Методичні поради до вивчення теми

При вивченні цієї теми студент має усвідомити, що результати діяльності туристичних підприємств значною мірою залежать від ефективності використання їх ресурсного потенціалу та управління ним.

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. Ресурси є базовими елементами потенціалу підприємства, що дають змогу реалізувати наявні їх можливості.

Економічні ресурси – це сукупність ресурсів, які використовуються в господарській діяльності для виробництва, обміну, розподілу та споживання матеріальних і духовних благ, задоволення зростаючих потреб населення. В економічному потенціалі поєднуються *кадрові, виробничі, науково-технічні, інформаційні та фінансові ресурси*.

Студент має знати, що для будь-якого туристичного підприємства найважливішими *складовими* економічного потенціалу є: *виробничий, кадровий, організаційно-управлінський, маркетинговий, науково-технічний, інформаційний, фінансовий, інноваційний потенціали та потенціал відтворення* (рис. 3.1).

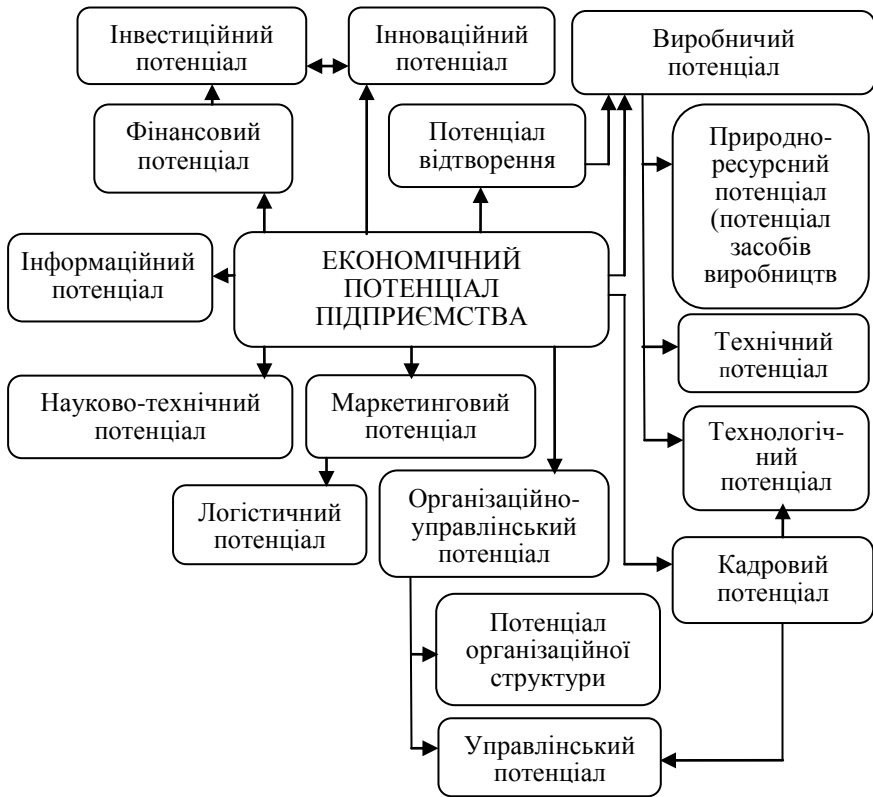


Рис. 3.1. Складові економічного потенціалу

Слід зазначити, що найбільш важливими елементами ресурсного забезпечення і головним чинником розвитку туризму, окрім рекреаційних ресурсів і туристичної інфраструктури, є *персонал, капітал, виробничі засоби, оборотні кошти, нематеріальні та інвестиційні ресурси*. Тому студент має ґрунтовно вивчити ці складові елементи.

Студенту доцільно звернути особливу увагу на характеристику матеріально-технічної бази підприємств туристичної сфери, її класифікацію за різними ознаками та особливості складу за типами підприємств.

Матеріально-технічна база туризму охоплює комплекс туристичних споруд (будівель), їх технічне устаткування (оснащення,

інструменти), транспортні засоби та інші основні засоби, які мають полегшити працівнику процес надання послуг, а з погляду туриста – підвищити задоволення від споживання туристичного продукту завдяки відчуттю високої якості послуги.

Обсяг і структура матеріально-технічної бази залежить від типу туристичного підприємства, виконуваних функцій, розміру підприємства, його розташування та сфери надання послуг. Матеріально-технічну базу туристичних підприємств слід розглядати з погляду *окремих видів послуг*: об'єкти розміщення та їх обладнання; об'єкти гастрономії та їх оснащення; об'єкти рекреації та їх облаштування; засоби туристичного транспорту та їх укомплектування; обладнання з надання послуг туристичного посередництва; об'єкти й устаткування супутньої діяльності.

Потенціал об'єктів матеріально-технічної бази туристичних підприємств вимірюється показником *місткості*, який визначається залежно від виду діяльності підприємства:

у *закладах розміщення* (кількість місць для ночівлі в об'єктах; кількість номерів у об'єктах та їх структура);

для *гастрономічних закладів* (кількість місць для споживання їжі);

у *транспортних засобах пасажирського перевезення* (кількість сидячих місць у туристичному автобусі, на борту літака чи пасажирському кораблі);

для *спортивно-рекреаційних об'єктів* (кількість осіб, які можуть одночасно користуватися певним устаткуванням).

Проте перелічені показники не враховують *термін експлуатації* й не дають можливості виявити *здатність надання послуг* (спроможність) тим чи іншим підприємством. Тому студент має знати, що під *спроможністю* (готовністю) об'єктів матеріально-технічної бази до надання послуг слід розуміти можливість пропонування об'єктом певної кількості послуг за визначений час при раціональному використанні засобів виробництва, за гарантії їх декларованого рівня та дотримання обов'язкових організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних, екологічних умов і вимог безпеки у цій сфері. Показники *спроможності надання послуг* мають динамічну природу і дають змогу *враховувати впливи різних чинників* у визначеному часі (за день, тиждень, місяць, квартал, рік).

На практиці також використовують показники *технічної спроможності* та *експлуатаційної спроможності надання послуг* об'єктом розміщення. Показник *технічної спроможності надання*

послуг враховує *максимально можливий час експлуатації об'єкта* впродовж року (365 днів), кварталу (90 днів) чи місяця (28, 30 або 31 день) та *максимальну кількість місць розміщення*. Показник *експлуатаційної спроможності* враховує *фактичну кількість днів експлуатації* готельного об'єкта та *реальну кількість використаних місць*.

Для визначення *здатності гастрономічних закладів надавати послуги* використовують такі показники, як: обсяг обороту (у вартісному обчисленні); площа приміщень для споживання, м²; показник спроможності залу для споживання продуктів.

У підприємствах, які займаються *транспортними пасажирськими перевезеннями*, здатність надання послуг залежить від кількості транспортних засобів (кількості автобусів, літаків), одноразової місткості та кількості днів готовності транспортного засобу. При цьому необхідно розглядати показник технічної придатності транспортного засобу і показник експлуатаційної готовності транспортного засобу. Показник *придатності транспортних засобів* визначають добутком можливого кілометражу за певний час (день, тиждень, місяць) і планової кількості пасажиро-місць, а виміряти його можна пасажиро-кілометрами.

Підприємства, які займаються *прокатом автомобілів*, свою *виробничу здатність* визначають добутком наявних у справному стані автомобілів і кількості днів технічної готовності автомобілів.

Виробничу здатність спортивно-рекреаційних і допоміжних технічних споруд частіше називають *пропускною спроможністю*. Її визначають добутком кількості годин роботи об'єкта чи устаткування і кількості осіб, які одночасно можуть з цього об'єкта чи устаткування скористатися з дотриманням санітарно-гігієнічних вимог та безпеки.

Студент має також звернути увагу на те, що *проектуючи різні елементи матеріально-технічної бази* в одному об'єкті, потрібно *взаємоузгодити місткість і виробничу спроможність окремих об'єктів з іншим обладнанням*.

Надання послуг чи формування (виробництво) туристичного продукту здійснюється у процесі взаємодії праці людини та певних засобів виробництва, які за своїм матеріально-речовим складом становлять *виробничі засоби підприємства*, які поділяються на *основні та оборотні*.

Під *основними засобами* туристичних підприємств розуміють ту *частину 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. Проте частина туристичних підприємств володіє основними засобами невеликої вартості. Так, *туристичні агенції* володіють основними засобами у формі *оренди офісного приміщення* (меблі, технічні засоби для обслуговування туристів – телефон, факс, комп'ютер, підключений до Інтернету, ксерокс та інша офісна техніка). Підприємства, що *надають транспортні послуги з перевезення туристів*, володіють значно більшою матеріально-технічною базою, яка окрім *обладнаного офісу*, складається з *транспортних засобів* (автобусів) та *місць їх стоянки* (гаражів). До основних елементів основних засобів *закладів розміщення* належать *будівлі* з укомплектованими номерами відповідно до категорії об'єкта. Крім того, *готельні об'єкти вищої категорії* додатково володіють такими елементами основних засобів: *гастрономічними закладами* (ресторани, бари); *офісним оснащенням* (для проведення конференцій, семінарів, переговорів); *рекреаційно-відпочинковим обладнанням* (басейн, тенісні корти, спортзал, прокат спортивно-туристичного спорядження, власний гірськолижний комплекс, пристань, пляж тощо); *транспортними засобами* (для обслуговування об'єкта та потреб гостей); обладнанням типу *spa&wellness* (для відновлення сил і поліпшення здоров'я); *додатковими торговельно-обслуговуючими підрозділами* (кіоск, сувенірний магазин, перукарня, косметичний салон тощо); *стоянкою* й відповідно *впорядкованою територією* навколо готелю.

Студенти мають з'ясувати поняття виробничої потужності та пропускної спроможності засобів розміщення туристів та вміти розрахувати показники їх використання.

Експлуатаційна потужність підприємств розміщення туристів – це їх місткість, пропускна спроможність і завантаженість.

Місткість (ємність) об'єкта розміщення виражається кількістю спальних місць і розраховується за формулою:

$$C_m^n = \sum_{i=1}^n N_n^i \times \mathcal{C}_m, \quad (3.1)$$

де C_m – ємність (місткість) готелю в кількості спальних місць;

N_n^i – кількість номерів кожної i -тої категорії;

\mathcal{C}_m^i – кількість місць у кожному номері i -тої категорії;

n – кількість категорій номерів.

Пропускна спроможність готелю визначається потенційною кількістю місце-днів (місце-діб) за формулою

$$N^{pot}_{мд} = \epsilon_{м} \times D, \quad (3.2)$$

де $N^{pot}_{мд}$ – потенційна кількість місце-днів у готелі;
 D – кількість днів у періоді.

Цей показник характеризує *можливу пропускну спроможність готелю* за умови повного завантаження всього номерного фонду. *Потенційна пропускна спроможність* виступає *верхнім обмеженням* планових показників експлуатаційної програми готелю.

Показники завантаження ємності готелю використовуються при аналізі й обґрунтовуються на плановий період. До цих показників відносяться: рівень (коефіцієнт) завантаження готелю, коефіцієнт завантаження номерного фонду готелю, коефіцієнт використання спальних місць. Наведені коефіцієнти характеризують *ефективність використання ємності* не лише окремих суб'єктів готельного господарства, а й наявного готельного фонду країни чи регіону.

Поряд з основними засобами для роботи туристичних підприємств важливе значення має наявність оптимальної кількості оборотних засобів (*оборотних коштів*).

Склад оборотних коштів – це сукупність елементів, що утворюють оборотні кошти. Розподіл оборотних коштів на *оборотні виробничі фонди* і *фонди обертання* обумовлюється особливостями їхнього використання і розподілу в сферах виробництва продукції і її реалізації.

Оборотні виробничі фонди представляють частину виробничих засобів підприємства, яка вступає у виробництво у своїй натуральній формі й у процесі виготовлення продукції цілком споживається, переносячи свою вартість на створюваний продукт (предмети праці, засоби праці, незавершене виробництво і напівфабрикати власного виготовлення, витрати майбутніх періодів).

Фонди обертання зв'язані із обслуговуванням процесу обертання товарів. Вони не беруть участь в утворенні вартості, а є її носіями. До них відносяться: кошти підприємства, вкладені в запаси готової продукції, товари відвантажені, але не оплачені; кошти, в

розрахунках; грошові кошти в касі і на рахунках.

Отже, *оборотні кошти* – це сукупність коштів туристичного підприємства, що авансуються на створення оборотних виробничих фондів і фондів обертання для забезпечення їх неперервного кругообертання. У своєму кругообігу оборотні кошти проходять послідовно три стадії: *грошову, виробничу і товарну*. У туристичній індустрії ними виступають всі *складники туристичного пакету* і сам *готовий тур*.

При вивченні теми студент має звернути увагу на *класифікацію* оборотних коштів, оскільки вона дає можливість підприємству визначити *оптимальний склад, структуру, потребу та джерела формування оборотних коштів*, від чого значною мірою залежить фінансовий стан туристичного підприємства. Для нормальної діяльності підприємства важливо знати, які саме оборотні засоби і в якій кількості потрібні для виробництва. Тому важливого значення набуває *нормування оборотних коштів* – процес визначення економічно обґрунтованої величини оборотних коштів підприємства. Даний процес передбачає розроблення та встановлення *норми оборотності оборотних коштів* за їх елементами та *нормативів оборотних коштів*.

Норма оборотних коштів визначає мінімальні запаси товарно-матеріальних цінностей і розраховується *в днях запасу* (у відсотках від обсягу виконаних робіт, у гривнях тощо). *Норматив оборотних коштів* – це грошовий вираз вартості мінімальних запасів товарно-матеріальних цінностей. Норми оборотних коштів устанавлюються на кілька років, а нормативи – щорічно (за певних умов – щоквартально). Існують *три методи нормування оборотних коштів*: аналітичний (дослідно-статистичний), коефіцієнтний та метод прямого рахунку. Студенту потрібно засвоїти сутність цих методів, їх недоліки, переваги та умови застосування у практичній діяльності туристичних підприємств.

Важливо знати, що оборотні засоби туристичного *підприємства з надання послуг* не створюють значного фінансового навантаження, тоді як для *виробничих підприємств* важливою проблемою управління оборотними засобами залишається *утримання відповідного рівня запасів*. Проте *запаси* у туристичних підприємствах мають суттєве значення лише у *гастрономічних закладах*, де є необхідність швидкого приготування страв з поданого меню. Натомість *туристичні оператори* часто мають проблеми з утриманням

фінансової стійкості. Це пов'язано з необхідністю *виплати* значних сум *авансів* відповідно до *чартерних умов* чи *угод алотменту* (квота об'єму судна при бронюванні судна транспортним агентом, коли останній бронює частину грузомісткості судна), що укладаються з авіаперевізниками та готельними закладами.

Студент має уяснити, що *співвідношення між основними і оборотними засобами* залежать від *виду підприємства і сфери його діяльності* (спеціалізації). Чим більше засобів припадає на оборотні засоби, тим *більшою ліквідністю* характеризується підприємство. Необхідно також зазначити, що окремі *складові оборотних засобів* (грошові засоби, дебіторська заборгованість, товарно-матеріальні цінності) *по різному* впливають на планування прибутку. Відношення основних засобів до оборотних засвідчить про *рівень мобільності засобів* на підприємстві.

Вивчаючи дану тему, студент має звернути увагу на показники використання *основних і оборотних засобів* туристичних підприємств.

Так, ефективність використання основних засобів підприємств туризму характеризують показники *наявності, стану, руху та ефективності використання*.

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 туристської галузі = Обсяг реалізації туристського продукту, грн. / Середньорічна вартість основних засобів туристських 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 туристських підприємств, % = Чистий прибуток туристських підприємств, грн. \times 100 % / Середньорічна вартість основних засобів туристичних підприємств, грн.

Крім цього, для оцінки використання матеріально-технічної бази туристичних підприємств використовуються показники, що характеризують ефективність використання окремих її об'єктів. Зокрема, ефективність використання *пропускної спроможності номерного фонду* підприємств готельного господарства характеризує *коефіцієнт завантаження номерного фонду*, який визначається як відношення обсягу реалізації готельних послуг (людино-днів) до середньорічної пропускної спроможності підприємств готельного господарства (людино-днів). Ступінь використання *пропускної спроможності торгового залу закладу ресторанного господарства* характеризує *коефіцієнт обіговості місця*. Визначається даний показник як відношення фактичної обіговості місця (разів) до розрахункової обіговості місця (разів).

Для оцінки ефективності використання *оборотних коштів* туристичних підприємств застосовують такі основні показники – *коефіцієнт оборотності, коефіцієнт завантаження, тривалість одного обороту, рентабельність*.

Коефіцієнт оборотності (кількість разів) оборотних коштів розраховується як відношення обсягу виробництва в грошових одиницях за період (сезон) до величини оборотних коштів, що беруть участь в одному обороті. Для туризму норма – один оборот у два тижні або 13 оборотів за сезон.

Період оборотності оборотних коштів (днів) – це відношення тривалості сезону до коефіцієнта оборотності. Зменшення цього показника призводить до збільшення коефіцієнта оборотності.

Одним із важливих моментів засвоєння даної теми є вивчення питань управління матеріальними ресурсами. Для цього слід

навчитися планувати потребу підприємств туристичної індустрії в матеріальних оборотних фондах і фондах обертання, використовуючи різноманітні методи.

Таким чином, система ресурсного забезпечення підприємств *туристичної індустрії* спрямована на отримання економічних результатів (прибутку). Прибуток забезпечує можливість збільшення коштів для авансування розвитку туристичної діяльності. Однак таке збільшення можливе лише після реалізації туристичного продукту споживачам.

Термінологічний словник

Гарантійний запас – запас на випадок порушення запланованого режиму поставок і приймається рівним половині поточного запасу.

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

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

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

Норматив оборотних засобів у виробничих запасах – це мінімальний плановий розмір оборотних засобів, який постійно необхідний для нормальної роботи підприємства.

Норматив оборотних коштів – це грошовий вираз вартості мінімальних запасів товарно-матеріальних цінностей.

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, переносючи 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.

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).

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.

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

Темі рефератів

1. Складові ресурсного потенціалу та їх взаємозв'язок у процесі надання туристичних послуг.

2. Форми економічного взаємозв'язку окремих елементів ресурсного потенціалу туристичних підприємств.

3. Особливості використання ресурсного потенціалу туристичних підприємств.

4. Матеріально-технічна база туристичних підприємств та основні її елементи.

5. Виробнича потужність та пропускна спроможність засобів розміщення туристів.

6. Показники ефективності використання ресурсів підприємств туристичної сфери.

7. Основні напрямки підвищення ефективності ресурсного потенціалу туристичних підприємств.

8. Шляхи підвищення ефективності використання товарно-матеріальних ресурсів туристичного призначення.

9. Основні засоби підприємств туристичної сфери та їх характеристика.

10. Види та оцінка вартості основних засобів туристичних підприємств.

Питання для самостійного вивчення

1. Особливості оцінки ефективності використання виробничої потужності та пропускної спроможності підприємств готельного господарства туристичних комплексів

2. Матеріальні оборотні фонди та фонди обертання підприємств, особливості їх складу в туристичних підприємствах.

3. Показники оцінки забезпеченості туристичних підприємств оборотними фондами та фондами обертання.

4. Методика обґрунтування потреби в прирості основних засобів підприємств туристичної сфери.

5. План розвитку матеріально-технічної бази туристичних підприємств.

Практичне заняття 5

Ресурсний потенціал туристичних підприємств (2 год.)

1. Складові частини ресурсного потенціалу туристичних підприємств та особливості його використання.

2. Показники ефективності використання ресурсів підприємств туристичної сфери (основні засоби, оборотні фонди, матеріальна частина фондів обертання).

3. Основні напрямки підвищення ефективності ресурсного потенціалу туристичних підприємств.

Практичне заняття 6

Матеріальні ресурси туристичних підприємств та управління ними (2 год.)

1. Сутність матеріальних ресурсів туристичних підприємств.

2. Основні елементи матеріальних ресурсів: основні засоби, оборотні фонди та матеріальна частина фондів обертання.

3. Характеристика елементів матеріальних ресурсів туристичних підприємств.

Практичне заняття 7

Матеріально-технічна база туристичних підприємств (2 год.)

1. Поняття матеріально-технічної бази туристичних підприємств та основні її елементи.
2. Поняття виробничої потужності та пропускної спроможності засобів розміщення туристів.
3. Особливості оцінки ефективності використання виробничої потужності та пропускної спроможності підприємств готельного господарства туристичних комплексів.

Практичне заняття 8

Оборотні фонди та фонди обертання підприємств туризму (2 год.)

1. Особливості складу матеріальних оборотних фондів та фондів обертання в туристичних підприємствах.
2. Показники оцінки забезпеченості туристичних підприємств оборотними фондами та фондами обертання.
3. Методичний інструментарій і порядок проведення економічного аналізу стану та ефективності використання основних засобів туристичних підприємств.

Практичне заняття 9

Управління матеріальними ресурсами туристичних підприємств (2 год.)

1. Цілі та завдання управління матеріальними ресурсами туристичних підприємств.
2. Методика обґрунтування потреби в природі основних засобів підприємств туристичної сфери.
3. План розвитку матеріально-технічної бази туристичних підприємств.

Завдання для самостійної роботи студентів

1. Дати оцінку стану та ефективності використання основних засобів туристичного підприємства (за вибором студента).

2. Визначити цілі та завдання управління матеріальними ресурсами туристичних підприємств.

Навчальні завдання до практичних занять

Задача 1.

Проведіть аналіз інтенсивності відновлення основних засобів на підприємстві упродовж року, використовуючи нижче наведені дані:

(тис. грн.)

Вартість основних засобів на початок року	Вартість введених основних засобів		Вартість основних засобів, що вибули з експлуатації	
	Всього	у т. ч нових	Всього	у т.ч. ліквідованих
4250	1250,0	600,0	200,0	150,0

За результатами розрахунків зробіть висновки.

Задача 2.

Визначити ефективність використання основних засобів на туристичному підприємстві року, якщо обсяг реалізованого туристичного продукту за рік становив 10300,0 тис. грн., прибуток – отриманий за рік 240,0 тис. грн., середня вартість основних засобів – 4700 тис. грн., з них виробничі основні засоби складають 70,0 %.

За результатами розрахунків зробіть висновки.

Задача 3.

Вартість основних засобів туристичного підприємства на початок звітнього року складала 70,0 млн. грн.. На початку травня та вересня поточного року були введені в дію основні засоби вартістю 0,75 млн. грн.. та 1,65 млн. грн. відповідно. Крім того, у відповідності із раніше укладеним договором із закордонною фірмою, у жовтні того ж року придбано нове обладнання вартістю 2,2 млн. грн.. Витрати на її транспортування і монтаж склали 10,0 % вартості імпортованої техніки. У той же період виведені із експлуатації у зв'язку із повним фізичним зносом машини і обладнання на загальну суму 2,5 млн. грн.. Знос основних засобів на початок наступного року досяг 40,0 %.

Визначте середньорічну вартість основних засобів підприємства у звітньому році; первинну і залишкову вартість цих засобів на початок наступного року. За результатами розрахунків зробіть висновки.

Задача 4.

Вартість основних засобів туристичного підприємства на початок звітного періоду склала 5,86 млн. грн.. З 1 травня введені в дію нові основні засоби на суму 0,98 млн. грн., а з 1 жовтня базового року вибули з експлуатації зношені основні засоби на суму 1,36 млн. грн.. Рівень фондівддачі в базовому році склав 1,12. В наступному році передбачається збільшити обсяг реалізації на 15,0 %, а середньорічну вартість основних засобів при цьому на 6,0 %.

Необхідно визначити рівень фондомісткості продукції у базовому і наступному році; розрахувати абсолютну і відносну зміну фондомісткості за рахунок динаміки обсягу реалізованих послуг і середньорічної вартості основних засобів.

Задача 5.

Визначити вартість основних засобів готельного підприємства за звітний рік, якщо вартість основних засобів на кінець попереднього року становила 186 тис. грн.. Протягом року готельне підприємство закупило основних засобів на суму 10 тис. грн.. та списало фізично застаріле обладнання на суму 6,3 тис. грн.. На протязі звітного року проводився капітальний ремонт основних засобів, витрати на який склали 3,6 тис. грн.. Структура первісної вартості основних засобів та норми амортизаційних відрахувань наведено нижче:

Показники	Групи основних засобів			
	I	II	III	IV
Первісна вартість, тис. грн.	95,5	13,1	5,4	9,2
Норма амортизації, %	15	10	20	5

Задача 6.

На туристичному підприємстві вартість основних засобів на початок звітного періоду складала 8,13 млн. грн.. З 1 травня цього року вибуло основних засобів на суму 1,23 млн. грн., а з 1 листопада того ж року введені в дію нові основні засоби вартістю 1,45 млн. грн.. Обсяг реалізації туристичного продукту склав за звітний період 9,13 млн. грн., середньооблікова кількість працівників – 250 осіб.

Розрахуйте середньорічну вартість основних засобів у звітному періоді; фондівддачу і фондомісткість основних засобів; фондоозброєність праці.

Задача 7.

Очікується, що у поточному році обсяг реалізованого туристичного продукту підприємства складе 200,0 млн. грн., а середній залишок оборотних коштів – 25,0 млн. грн.. Розрахуйте швидкість обороту і тривалість одного обороту оборотних коштів підприємства. За результатами розрахунків зробіть висновки.

Задача 8.

Туристичне підприємство планувало реалізувати туристичних послуг на суму 2,4 млн. грн. при наявних оборотних коштах розміром в 790 тис. грн.. У наступному році фактично стало можливим скоротити загальну тривалість обороту оборотних коштів на 15 днів. Визначити фактичну і планову величину коефіцієнта оборотності оборотних коштів, а також річний обсяг вивільнених або додатково залучених коштів.

Задача 9.

Визначте та порівняйте рівень ефективності використання оборотних коштів, якщо обсяг реалізованого турпродукту за два роки склав відповідно 25,3 і 26,5 тис. грн., прибуток при цьому отримано у сумі 1,26 і 1,27 тис. грн., а середньорічна величина оборотних коштів – 3,37 та 3,8 тис. грн. відповідно. За результатами розрахунків зробіть висновки.

Задача 10.

У звітному році туристичне підприємство реалізувало туристичні послуги споживачам на суму 10000,0 грн. при цьому середньорічний обсяг оборотних коштів склав лише 8340,0 грн. У зв'язку з наявністю незадоволеного попиту на ринку підприємство у наступному році має намір збільшити обсяг наданих туристичних послуг на 12,0 %, а швидкість обертання оборотних коштів підвищити на 16,0 %. Розрахуйте потребу туристичного підприємства в оборотних коштах і можливу суму їх вивільнення за рахунок зростання коефіцієнту оборотності.

Задача 11.

Упродовж звітнього року туристичне підприємство реалізувало туристичних послуг на суму 900 тис. грн.. Середньорічний залишок оборотних коштів склав 180 тис. грн.. В наступному році планується

збільшити обсяг реалізованих туристичних послуг на 14,0 %. Крім того, розроблені організаційно-економічні заходи по підвищенню ефективності використання оборотних коштів дозволять скоротити період їх обороту на 12 днів.

Розрахуйте показники оборотності оборотних коштів туристичного підприємства і можливий обсяг їх вивільнення за рахунок розроблених заходів. За результатами розрахунків зробіть висновки.

Задача 12.

Визначте та порівняйте рівень ефективності використання оборотних коштів туристичного агентства, якщо обсяг реалізованого турпродукту за два останніх роки склав відповідно 26,0 і 27,5 тис. грн., прибуток при цьому отримано в сумі 1,2 і 1,3 тис. грн.. Середньорічна величина оборотних коштів становила 3,3 та 3,8 тис. грн.. відповідно. За результатами розрахунків зробіть висновки.

Задача 13.

Визначити розмір вивільнення (або залучення) оборотних коштів на основі даних:

Показник	Плановий рік	Звітний рік
Обсяг господарської діяльності ресторану, тис. грн.	2500	2530
Середньорічні залишки оборотних коштів, тис. грн.	750	890

Задача 14.

Туристичне підприємство закупило основних засобів комплексу А за ціною 2 тис. грн., комплексу Б за ціною 5 тис. грн. та комплексу В за ціною 3 тис. грн.. Загальна вартість транспортування всіх основних засобів складає 2,5 % від їх ціни. Вартість встановлення основних засобів комплексу В становить 4,0 % від їх ціни. Приріст продуктивності праці за попередній період – 5,0 %. Визначити первісну вартість основних засобів, відновлену вартість та коефіцієнт морального спрацювання по окремих комплексах та в цілому, якщо загальна кількість років експлуатації комплексу А – 5 років, комплексу Б – 7 років та комплексу В – 12 років.

Задача 15.

Чиста вага напівфабрикату, виготовленого з м'яса – 150 г, норма витрати сировини – 189 г. Випускається 5000 виробів у рік.

Постачання м'яса здійснюється 1 раз у квартал. Транспортний запас – три дні. Визначити розмір виробничого запасу і коефіцієнт використання сировини.

Задача 16.

Розрахувати виробничу програму ресторану на жовтень, якщо пропускна спроможність дорівнює 1500 відвідувачів. Середня кількість споживаних страв одним відвідувачем складає 2,554. Рівень використання пропускної спроможності залу в суботу і неділю – 0,894, в п'ятницю – 0,758, в будні дні – 0,385. Ресторан має один вихідний день – понеділок.

Задача 17.

На початок планового року у готелі було 460 місць, у результаті реконструкції з 1.04 планового року планується введення додаткових 10 номерів, напівлюксів на 20 місць з врахуванням заходів з простоїв номерного фонду, кількість цих простоїв скоротиться на 38 діб у порівнянні з 60 добами у минулому році. Середній коефіцієнт завантаження готелю планується підвищити з 45,0 % до 50,0 %. Визначити експлуатаційну програму готелю на плановий рік (у натуральному вираженні).

Задача 18.

Готель категорії 4 зірки, місткістю 270 місць. Середній час перебування туриста в готелі за рік 6 днів; середній час підготовки номера до розміщення гостей – 1,5 год. Визначити коефіцієнт завантаження готелю.

Задача 19.

Кухня в ресторані працює 8 годин, час простою устаткування 1 год. Середній час одного варіння 30 хв. Ємність котлів 60 л. Об'єм однієї порції страви 0,25 л. Коефіцієнт заповнення котлів 0,85. Розрахувати виробничу потужність виробничого цеху.

Задача 20.

Вирахувати рентабельності використання капіталу при середньорічній вартості основних засобів – 6800 тис. грн., а оборотних засобів і фондів обігу – 500 тис. грн.. За рік отримано прибутку – 300 тис. грн.

Інформаційні джерела: 3, 8, 10, 15, 18, 19, 28-30, 42, 50, 53-55, 58.

Тести

1. *Матеріальні ресурси туристичного підприємства включають:*
 - а) основні засоби, оборотні фонди, матеріальну частину фондів оборотності;
 - б) засоби та предмети праці;
 - в) усі вищенаведені відповіді правильні.
2. *Матеріальні цінності, які використовуються протягом 365 календарних днів від дати введення їх в експлуатацію і вартість яких поступово зменшується через фізичний і моральний знос називається:*
 - а) оборотними засобами;
 - б) фондами оборотності;
 - в) основними засобами;
 - г) усі вищенаведені відповіді правильні.
3. *Яка ознака є основою поділу основних засобів підприємства готельного господарства на активну і пасивну частину?*
 - А) участь у процесі надання послуг;
 - б) цільове призначення;
 - в) строк корисного використання.
4. *Вартість основних засобів готелю, що являє собою сума витрат, яку зазнало б підприємство при формуванні аналогічних основних засобів за певний проміжок часу, – це:*
 - а) первісна вартість;
 - б) відновна вартість;
 - в) залишкова вартість.
5. *Вартість основних засобів підприємства готельного господарства, що характеризує їх реально існуючу вартість, яка ще не перенесена на вартість послуг (товарів, робіт), – це:*
 - а) первісна вартість;
 - б) відновлювальна вартість;
 - в) залишкова вартість.
6. *Вартість основних засобів туристичного підприємства, що відображає суму витрат підприємства на їх створення та введення в дію з урахуванням витрат на їх доставку і монтаж у цінах на момент введення в експлуатацію, – це:*
 - а) первісна вартість;
 - б) відновна вартість;
 - в) залишкова вартість.

7. *Процес перенесення авансованої раніше вартості основних засобів підприємства готельного господарства на надані послуги з метою її повного відшкодування називають:*

- а) амортизацією основних засобів;
- б) зносом основних засобів;
- в) вибуттям основних засобів.

8. *Розмір амортизаційного фонду підприємства готельного господарства залежить від:*

- а) норм амортизації та середньорічної вартості основних засобів;
- б) встановленого нормативу відрахувань і розміру фінансового результату господарської діяльності підприємства;
- в) норм амортизації та балансові вартості основних засобів на кінець періоду.

9. *Залишкова вартість основних засобів туристичного підприємства відображає:*

- а) можливу ціну продажу основних засобів;
- б) частину їх вартості, ще не перенесену на надані послуги;
- в) різницю між відновною і первісною вартістю основних засобів.

10. *До показників, що характеризують ефективність використання основних засобів на підприємствах туристичної індустрії, відносяться:*

- а) коефіцієнт оновлення, коефіцієнт вибуття;
- б) коефіцієнт зносу, фондovіддачу;
- в) фондovіддачу, фондомісткість.

11. *Показниками, що характеризують інтенсивність відтворення основних засобів, є:*

- а) коефіцієнт зносу, коефіцієнт оновлення, коефіцієнт придатності;
- б) фондovіддача, фондоозброєність;
- в) коефіцієнт вибуття, фондомісткість.

12. *Підвищення фондovіддачі основних засобів туристичного підприємства досягається за умови:*

- а) темп зростання обсягів реалізованих послуг = темпу зростання середньорічної вартості основних засобів;
- б) темп зростання обсягів реалізованих послуг > темпу зростання середньорічної вартості основних засобів;
- в) темп зростання обсягів реалізованих послуг < темпу

зростання середньорічної вартості основних засобів.

13. Який показник оцінки ефективності використання основних засобів туристичного підприємства характеризує обсяг доходу на одиницю задіяних основних засобів?

- А) прибутковість основних засобів;
- б) фондovіддача;
- в) дохідність основних засобів;
- г) фондомісткість.

14. Розмежування основних і оборотних засобів підприємства туристичної сфери здійснюється залежно від:

- а) вартісної оцінки;
- б) способу перенесення вартості у процесі надання послуг;
- в) строків корисного використання;
- г) усі відповіді правильні.

15. Назвіть елемент, який не включається до складу оборотних засобів ресторану:

- а) гроші в касі;
- б) малоцінні та швидкозношувані предмети;
- в) запасні частини до засобів механізації.

16. Які з перерахованих елементів оборотного капіталу входять до складу фондів оборотності?

- а) грошові кошти у розрахунках, рахунках у банку, а також вкладення у строкові цінні папери;
- б) виробничі запаси;
- в) витрати майбутніх періодів.

17. До складу фондів оборотності готелю не включаються:

- а) вартість готельного (туристичного) знака;
- б) грошові кошти в національній та іноземній валюті;
- в) товарні запаси, відвантажені та не сплачені у строк.

18. Ефективність використання виробничої потужності кухні підприємства ресторанного господарства визначається:

- а) коефіцієнтом використання пропускнуої спроможності;
- б) коефіцієнтом автономії (незалежності);
- в) коефіцієнтом використання виробничої потужності;
- г) індексом постійних активів.

19. Виробнича потужність підприємства ресторанного господарства показує максимально можливий обсяг випуску страв за:

- а) добу;

б) рік;

в) період часу, для якого розраховується виробнича потужність;

г) усі вищенаведені відповіді правильні.

20. *Визначте наслідки підвищення частки напівфабрикатів в обороті по власній продукції для виробничої програми підприємства ресторанного господарства:*

а) знижується загальний рівень витрат підприємства;

б) збільшується виробнича потужність і пропускна спроможність підприємства;

в) не впливає на загальний рівень витрат ресторанного господарства;

г) підприємство зазнає збитків, що свідчить про неефективність виробничої програми.

ТЕМА 4. Управління трудовими ресурсами підприємств туристичної сфери

Методичні поради до вивчення теми

Вивчення даної теми передбачає ознайомлення студента з соціально-економічною сутністю і особливостями праці в туризмі

У туризмі простежується велика частка участі у процесі надання туристичних послуг людського ресурсу. Працівники є ініціаторами виконання роботи відповідно до реалізації цілей підприємства та задоволення потреб і сподівань споживачів. Туризм є одним з найбільш трудомістких секторів національного та світового господарства. Праця в індустрії туризму має такі *особливості*: некваліфікований характер при широкому залученні іноземної робочої сили (80 % зайнятих у туризмі становить некваліфікована робоча сила); невисокий рівень заробітної плати; значна питома вага жіночої праці; довгий робочий тиждень із спеціальним режимом чи графіком роботи; велика плінність кадрів (30-50 %).

Специфіка діяльності туристичних підприємств і перебігу робочих процесів полягає у тому, що праця, котра пов'язана з обслуговуванням туристів (гостей готельних об'єктів), має тривалий, багатозмінний, цілодобовий характер, незважаючи на вихідні й святкові дні, часто виконується довше за звичайний восьмигодинний робочий день.

Окрім цього, під час туристичного сезону додатково збільшується навантаження на працівників, які займаються обслуговуванням туристичного руху. Такі обставини передбачають відповідну організацію роботи, що вимагає, особливого формування міжособистісних відносин і атмосфери на робочому місці.

Студент має знати, що однією з умов функціонування будь-якого туристичного підприємства є поєднання людських (трудових) ресурсів із засобами виробництва. Тому студент має орієнтуватися у таких поняттях, як «трудові ресурси», «трудовий колектив», «кадри», «персонал» туристичного підприємства.

Трудові ресурси підприємства – це сукупність працівників різних професійно-кваліфікаційних груп, зайнятих на підприємстві. Вони є активною частиною ресурсного потенціалу туристичного підприємства.

Персонал підприємства – це сукупність його постійних працівників, які пройшли необхідну професійну підготовку та мають досвід практичної роботи по своїй спеціальності. Саме від персоналу залежить, наскільки ефективно використовуються засоби виробництва і наскільки успішно працює суб'єкт господарювання. На підприємстві можуть бути й *тимчасові працівники*, які здійснюють трудову діяльність на підставі *тимчасової трудової угоди* (контракту).

Від трудових ресурсів підприємства слід відрізнити його *кадровий потенціал*, якому у туристичному підприємстві належить провідна роль. *Кадри підприємства* – це сукупність постійних працівників, які отримали необхідну професійну підготовку чи мають досвід практичної роботи.

Усі працівники туристичних підприємств залежно від виконуваних ними функцій і професіоналізму поділяються на *п'ять категорій*: керівники, фахівці, службовці, робітники та молодший обслуговуючий персонал.

Керівники організують виробництво туристичних продуктів і послуг, ухвалюють управлінські рішення, вирішують складні виробничі завдання, усувають конфлікти.

Фахівці – це працівники, що мають вищу чи спеціальну освіту, володіють спеціальними знаннями та навиками і посідають посади: *бухгалтера, економіста, юриста* тощо.

Службовці – працівники, які здійснюють підготовку та оформлення документів, облік і контроль, господарське обслуговування і діловодство (діловоди, секретарі тощо).

Робітники – це працівники, безпосередньо зайняті виробництвом туристичних продуктів і послуг (у турфірмах менеджери з розробки турів; у готелях – покоївки; у ресторанах – офіціанти).

Молодший обслуговуючий персонал – це особи, що посідають посади з догляду за службовими приміщеннями (двірники, прибиральниці), а також з обслуговування робочих і службовців (кур'єри, розсильні тощо).

Структурна характеристика персоналу підприємств туризму визначається рівнем механізації, обсягами виробництва, трудомісткістю туристичних продуктів і послуг, а також галузевою їх приналежністю. У *готелі* частка *керівників* становить 23-25 %, тоді як у *ресторані* цей показник значно нижчий (2-7 %). Проте для більшості туристичних підприємств характерним є *переважання робітників* у загальній чисельності працівників (більше 50 %), що відповідає принципу оптимальності організації виробництва. Формування оптимальної структури персоналу досягається *нормуванням*.

Нормування праці – це процес визначення необхідних витрат і результатів праці, встановлення співвідношення між чисельністю працівників різних категорій і кількістю одиниць обслуговування. Для нормування праці використовуються *нормативи* та *єдині* (типові) *норми*, які є кількісними характеристиками трудових ресурсів. На підприємствах сфери туризму можуть встановлюватися *норми часу*, *трудомісткості операцій*, *норми обслуговування*, *чисельності*, *керованості*. При цьому основне місце в нормуванні праці відводиться нормам часу. *Норма часу* – це тривалість робочого часу, необхідного для виконання певного виду робіт.

Студент має знати, що необхідність управління трудовими ресурсами туристичних підприємств пов'язана з процесами поділу праці на них.

Управління людськими ресурсами туристичного підприємства полягає у відповідному використанні потенціалу кожного працівника.

Ціллю управління людськими ресурсами у сфері туризму є отримання туристичним підприємством конкурентної переваги, забезпечення йому успіху завдяки вдалому добору працівників. Тому ключове значення для становлення та розвитку туристичних підприємств будуть мати такі *цілі*: забезпечення відповідної кількості компетентних працівників з необхідними знаннями та створення у туристичному підприємстві таких систем мотивації й комунікації, які дадуть змогу досягти високої ефективності праці колективу і кожному

працівникові.

Діюча на підприємствах туризму система управління персоналом являє собою комплекс цілей, завдань та основних напрямів діяльності, а також різних видів, форм, методів і відповідного механізму управління, спрямованих на забезпечення постійного зростання ефективності виробництва, продуктивності праці і якості роботи. Дана система складається з підсистеми підбору і розстановки кадрів; підсистеми профвідбору, підвищення кваліфікації і зростання професійної майстерності; підсистеми якості праці і методів її оцінки; підсистеми мотивації трудової діяльності. Кожна із підсистем виконує відповідні *функції*. Отже, управління персоналом на туристичних підприємствах передбачає *планування, пошук персоналу і прийом на роботу, розвиток персоналу та керування* ним. При цьому, усі підсистеми пов'язані єдиною *метою* – підвищення продуктивності праці на основі максимально можливої реалізації здібностей працівників. Студент має також знати, що ефективне управління людськими ресурсами туристичного підприємства забезпечує формування професійного і стабільного персоналу, який характеризується такими ознаками: *компетентністю, ввічливістю, відповідальністю, надійністю, швидкістю прийняття рішення, комунікативністю*.

Вивчення даної теми передбачає знання студентом сутності і методики розрахунку показників ефективності використання трудових ресурсів на туристичних підприємствах. Так, *кадровий стан* підприємств туризму характеризують абсолютні і відносні показники, які дають уявлення про *кількісний, якісний і структурний стан трудових ресурсів* (персоналу) у визначений момент часу: облікова та явочна кількість працівників; середньооблікова кількість працівників за визначений період часу; структура кадрів; темпи збільшення або скорочення кадрів; плинність і вибуття кадрів; коефіцієнт прийому кадрів; продуктивність праці; частка керівників і фахівців, які мають вищу або середню фахову освіту, в загальній кількості працівників цих категорій; середній стаж роботи на підприємстві, що характеризує стабільність персоналу тощо.

Зміни чисельності працівників підприємства характеризуються показниками її *обороту*. Інтенсивність обороту кадрів виражається коефіцієнтами: *загального обороту, прийому і звільнення кадрів, плинності і відновлення кадрів*.

Оцінка показників *руху робочої сили* дає змогу відстежувати

тенденції в кадровому складі підприємства для цілей управління персоналом (планування, аналізу і розробки заходів з підвищення ефективності використання трудових ресурсів). Кількісну характеристику персоналу підприємства, окрім перерахованих показників, відображає також *фонд робочого часу*, що обчислюється в *людино-днях (людино-годинах)*.

Студент ознайомившись із системою управління персоналом підприємства має вивчити питання продуктивності, ефективності й якості праці в туризмі.

Під *продуктивністю* в широкому значенні в сучасній економічній теорії розуміють *співвідношення між випуском товарів та витрачених ресурсів*.

Продуктивність праці – це показник ефективності (результативності) праці, здатність виробити за одиницю робочого часу певний обсяг туристичних продуктів і послуг. Рівень продуктивності праці розраховується двома способами: *прямим* і *оберненим*. При *прямому способі* продуктивність праці в туризмі визначається кількістю сформованого (реалізованого) турпродукту (послуг) 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 за формулами:

$$ПП^н = \frac{N}{Ч_{об}} . \quad (4.1)$$

$$ПП^{вар} = \frac{V}{Ч_{об}} \quad (4.2)$$

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

N – кількість створеного (реалізованого) турпродукту (послуг);

V – обсяг виручки від реалізації турпродукту (послуг).

Обернений спосіб визначення ефективності праці полягає в розрахунках *трудомісткості* одиниці турпродукту (послуг).

Трудомісткість характеризується *кількістю робочого часу*, витраченого на одиницю турпродукту (послуги), і розраховується за

формулою:

$$T^u_m = \frac{\Phi_{pc}}{N}, \quad (4.3)$$

де T^u_m – трудомісткість натуральної одиниці турпродукту (послуги);

Φ_{pc} – фонд робочого часу, витрачений на створення і реалізацію усієї кількості турпродукту (послуг) за певний період;

N – кількість випущеної продукції (послуг).

Вартісні показники трудомісткості обчислюються як співвідношення витраченого часу до вартості виробленої продукції (послуг) за той же час:

$$T^{var}_m = \frac{\Phi_{pc}}{V}, \quad (4.4)$$

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

V – обсяг виручки від реалізації турпродукту (послуг).

Комплексний показник (коефіцієнт) динаміки ефективності використання робочої сили ($K^{ком}_{ef}$) обчислюється за формулою:

$$K^{ком}_{ef} = \sqrt{I^{var}_{np}} \times I^u_{np}, \quad (4.5)$$

I^{var}_{8Ipn} , I^u_{np} – індекс зміни продуктивності праці у вартісному і натуральному вираженні відповідно.

Студент має знати основні шляхи *підвищення продуктивності праці та ефективності використання трудових ресурсів* на підприємствах туризму.

1. *Механізація та автоматизація, комп'ютеризація трудомістких процесів обслуговування* сприяє зменшенню чисельності персоналу.

Економія чисельності працівників внаслідок упровадження нової техніки та інноваційних технологій визначається шляхом зіставлення трудомісткості праці до впровадження нововведень і після:

$$\Delta Ч_n = \frac{(T_0 - T_1) \times Q \times K_k}{\Phi_{рч} \times K_{вн}}, \quad (4.6)$$

де $\Delta Ч_n$ – економія чисельності працівників, нормо-години;
 T_0 і T_1 – трудомісткість одиниці туристичних продуктів і послуг до і після впровадження заходу, нормо-години;

Q – обсяг виробництва в планованому (звітному) періоді;
 K_k – частина календарного року з моменту випуску нових продуктів і послуг;

$\Phi_{рч}$ – фонд робочого часу;

$K_{вн}$ – коефіцієнт виконання норм.

2. *Розширення асортименту і підвищення якості туристичних продуктів і послуг.* Нові турпродукти, підвищення якості обслуговування туристів та застосування нових форм обслуговування не лише задовольняють потреби кожного споживача, але й збільшують виробіток працівників.

3. *Удосконалення організації праці* (впровадження заходів, спрямованих на скорочення трудових витрат і поліпшення використання робочого часу). Реалізація більшості заходів пов'язана із зменшенням трудомісткості вироблюваних продуктів і послуг.

Ефективність цих заходів розраховується в *нормо-годинах* за формулою:

$$\Delta T = \frac{T_n}{\Phi_{рч} \times K_{вн}}, \quad (4.7)$$

де T_n – зниження трудомісткості, нормо-годин.

Головні *резерви підвищення продуктивності праці* пов'язані зі скороченням трудомісткості турпродукту та окремих послуг. Так, зміна продуктивності праці за *рахунок зміни трудомісткості* визначається наступним чином:

$$\Delta \Pi_n = \frac{\Delta T}{100 - \Delta T} \times 100\% \quad \text{чи} \quad \Delta \Pi_n = \frac{E_T}{T - E_T} \times 100\%, \quad (4.8)$$

де ΔT – зміна трудомісткості;

T – фактичний розмір трудомісткості;

E_T – економія трудомісткості.

У підвищенні продуктивності праці велике значення має також *мотивація працівників* до трудової діяльності.

Важливим інструментом *мотивації працівників* туристичного підприємства є *система оплати праці*. Студент має знати форми і системи оплати праці, що застосовуються на туристичних підприємствах: їх сутність, переваги та недоліки.

Практичного застосування на цих підприємствах набувають такі *форми*:

погодинна оплата здійснюється згідно з посадовими окладами з урахуванням відпрацьованого часу;

погодинно-преміальна система полягає у виплаті тарифного заробітку і премії за виконання кількісних і якісних показників у роботі (наприклад, збільшення продажів, поліпшення якості пропонованих послуг);

відрядна оплата праці здійснюється відповідно до норм виробітку і розцінок за одиницю виконаної роботи;

участь працівників у доходах підприємства передбачає збільшення частки агентської винагороди при перевищенні домовленостей з реалізації турпродукту.

Висока трудомісткість у наданні послуг, проблематичність визначення продуктивності праці у туризмі, а також турбота про високу якість послуг зумовили те, що практично оплата праці працівників туристичних підприємств складається з двох частин - *сталої* (посадовий оклад і функціональний додаток) і *рухомої* (премії, комісійні), яка виконує *стимуляційну функцію*.

У туризмі застосовують *три системи* оплати праці:

1. Заснована на *чайових* та *інших добровільних винагородах*, що виплачуються клієнтами обслуговуючому персоналу. Вони зазвичай складають 10 % від суми рахунку.

2. Заснована на *пайовій участі у продажах і наданні послуг*, створювалася як альтернатива першій системі оплати праці.

3. *Фіксована зарплата*. Застосовується до працівників, які не вступають в прямий контакт з клієнтами.

У багатьох країнах використовують дві системи – поряд з мінімальною зарплатою працівникові виплачується *відсоток від*

прибутку, що залежить від частки участі.

Таким чином, ефективність туристичного бізнесу визначається якістю та *оптимальним поєднанням виробничих і трудових ресурсів*. Тому, приступаючи до виробництва туристичного продукту чи послуг, необхідно переконатися у *високій якості залучених ресурсів*. Саме такий підхід дасть змогу створити туристичний продукт і послуги, які користуватимуться попитом на ринку.

Термінологічний словник

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

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

Норма обслуговування – встановлена кількість одиниць обладнання, яка обслуговується одним робітником.

Норма чисельності – необхідна для виконання певної роботи чисельність персоналу.

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

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).

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

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

Теми рефератів

1. Соціально-економічна сутність і особливості праці в туризмі.
2. Суспільне значення праці працівників туристичної сфери.
3. Діяльність підприємств туристичної сфери на ринку робочої сили.
4. Соціальні гарантії працівникам туристичних підприємств.
5. Класифікація трудових ресурсів в туризмі.

6. Формування та використання трудових ресурсів в туризмі.
7. Поняття продуктивності, ефективності й якості праці в туризмі.
8. Сутність, переваги та недоліки форм і систем оплати праці на туристичних підприємствах.
9. Організація матеріального стимулювання праці працівників на туристичних підприємствах.
10. Основні напрями підвищення ефективності використання трудових ресурсів в туризмі.

Питання для самостійного вивчення

1. Методи планування чисельності персоналу на туристичних підприємствах в цілому та за окремими категоріями персоналу.
2. Особливості визначення та оцінки рівня продуктивності праці на туристичних підприємствах.
3. Чинники зростання продуктивності праці на туристичних підприємствах.
4. Структурно-логічна схема розробки плану з праці та характеристика змісту окремих етапів роботи.

Практичне заняття 10

Управління трудовими ресурсами підприємств туристичної сфери (2 год.)

1. Особливості праці в туризмі
2. Поняття та класифікація трудових ресурсів у туризмі.
3. Джерела формування трудових ресурсів.
4. Цілі та завдання управління трудовими ресурсами туристичних підприємств.

Практичне заняття 11

Продуктивність праці та організація матеріального стимулювання працівників на туристичних підприємствах (2 год.)

1. Поняття продуктивності, ефективності і якості праці в туризмі.
2. Показники оцінки продуктивності праці працівників туристичних підприємств.
3. Ефективність використання трудових ресурсів на туристичних

підприємствах.

4. Організація матеріального стимулювання праці працівників на туристичних підприємствах.

5. Форми і системи оплати праці працівників туристичних підприємств.

Практичне заняття 12 **Планування потреби в трудових ресурсах на туристичних підприємствах** **(2 год.)**

1. Зміст плану з праці на туристичних підприємствах, порядок його розробки.

2. Структурно-логічна схема розробки плану з праці та характеристика змісту окремих етапів роботи.

3. Методи планування чисельності персоналу на туристичних підприємствах в цілому та по окремих категоріях персоналу.

Завдання для самостійної роботи студентів

1. Дати оцінку ефективності використання трудових ресурсів туристичного підприємства (за вибором студента).

2. Визначити цілі та завдання управління трудовими ресурсами туристичних підприємств.

Навчальні завдання до практичних занять

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 87,0 % – явочна чисельність. На протязі року було прийнято 12 осіб, а звільнено 26 осіб, з яких 15,0 % – 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.

Задача 4.

Визначити зарплату працівника за місяць за відрядно-преміальною системою, якщо ним за цей період було реалізовано 5 тури за ціною 2200,0 грн., 3 тури – за 3600,0 грн., 1 – за 5000,0 грн., 2 – за 13300,0 грн.

Розцінки за продаж турів залежать від їх вартості: при ціні туру в межах 1500-2500 грн. розцінка становить 10,0 % від їх ціни, при ціні туру в межах 2501-5000 – розцінка становить 20,0 % їх ціни, при ціні туру в межах 5000-15000 – розцінка становить 30,0 % їх ціни. У разі реалізації за місяць 5 і більше турів нараховується премія в розмірі 15,0 % відрядного заробітку.

Задача 5.

Виручка від реалізації основних і додаткових послуг готелю у звітному році становила 11470,0 тис. грн. і збільшилася в порівнянні з минулим роком на 2200,0 тис. грн. Облікова чисельність персоналу збільшилася на 3 особи і становить 85 осіб. Розрахувати вплив зміни чисельності працівників, фізичного обсягу наданих послуг і цінового чиннику на зміну продуктивності праці у розрахунку на одного працівника готелю, враховуючи, що внутрішній середній індекс цін на туристичні послуги у порівнянні з минулим роком складає 1,17. Зробити відповідні висновки.

Задача 6.

Визначити зарплату працівників за відрядно-прогресивною системою та загальний фонд оплати праці за місяць, якщо планова реалізація за даний період – 9 од. Середня розцінка за одиницю туру – 1300,0 грн. Протягом місяця одним працівником було реалізовано 10 турів, другим – 14 турів, третім – 7 турів, четвертим 6 турів і

п'ятим – 8 турів. Підвищена розцінка на 40,0 % вища за базовий розмір розцінки.

Задача 7.

Виробництво сувенірів на туристичному підприємстві у базовому році склало 20000 шт., у розрахунковому році планується 22000 шт. Визначити абсолютну величину виробітку на одного працюючого та темпи приросту в розрахунковому році. Кількість працюючих у базовому році склала 20 осіб, у звітному – 21 особа.

Задача 8.

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

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.

Визначити комплексний показник динаміки ефективності використання робочої сили.

Задача 9.

За звітний період обсяг реалізації склав 3500,0 тис. грн., чисельність робітників – 20 осіб. У плановому році прогнозується збільшити обсяг реалізації на 15,0 %, продуктивність праці – на 7,0 %. Визначити на плановий рік обсяг реалізації, продуктивність праці, чисельність робітників туристичного підприємства.

Задача 10.

За планом обсяг туристичної продукції – 4782,0 тис. грн., продуктивність праці на одного робітника – 6200,0 грн. Планом передбачається зменшення чисельності робітників на 64 осіб. Визначити темпи зростання продуктивності праці.

Задача 11.

Розрахувати зарплату працівників за погодинно-преміальною системою та загальний місячний фонд оплати праці, якщо місяць включав 8 вихідних днів та 2 святкових дня.

Показники	Працівники				
	А	Б	В	Г	Д
Сума посадового окладу, грн.	3800,0	4750,0	4450,0	3800,0	5200,0
Кількість лікарняних днів, дні	7	4	-	3	-
Нарахована премія, %	-	5	10	7	10

Примітка: розмір премії за погодинно-преміальною системою нараховується у відсотках від суми посадового окладу.

Задача 12.

Місячний оклад адміністратора готелю з погодинною оплатою праці – 5500,0 грн. Адміністратор повинен відпрацювати 21 зміну по 8 годин, фактично відпрацював 20 змін. За роботу передбачена премія в розмірі 15,0 % тарифного заробітку. Розрахувати заробітну плату робітника

Задача 13.

Скласти кошторис фонду оплати праці підприємства готельно-ресторанного бізнесу на плановий рік.

1. Обсяг випуску товарної продукції на плановий рік 120000 шт.
 2. Відрядна розцінка за одиницю продукції 14,85 грн.
 3. Погодинну заробітну плату розрахувати на підставі даних: працівників III розряду Оклад 5240,0 грн. – 25 осіб. Оклад 2280,0 грн. – 12 осіб.
 4. Премії плануються в розмірі 20,0 % для відрядних працівників, 30% для погодинних працівників.
 5. Доплати і надбавки становлять 3,0 % від погодинної заробітної плати.
 6. Оплата відпусток становить 8,0 % від основної і додаткової заробітної плати.
 7. Матеріальна допомога 7,5 тис. грн.
- Результати розрахунків оформити в таблицю і визначити структуру кошторису.

Задача 14.

На підставі нижче наведених даних по готелю розрахувати:

- продуктивність праці у вартісній оцінці;
- продуктивність праці в натуральному вираженні;
- комплексний показник динаміки ефективності праці.

Показники	Одиниці виміру	Звітний рік	Розрахунковий рік
Обсяг наданих послуг (без ПДВ)	тис. грн.	2700,0	3000,0
Надано ліжко-діб	ліжко-діб	30000	30500
Середньооблікова чисельність працівників	осіб	102	104

Задача 15.

Доход готельного підприємства від реалізації послуг проживання у звітному році склав 24800,0 тис. грн. і збільшився у порівнянні з попереднім роком на 3200,0 тис. грн. Надано послуг: в попередньому році 50000 людино-діб, в звітному 62000 людино-діб. Середньооблікова чисельність персоналу зменшилась на 10 осіб і склала 150 осіб. Розрахувати вплив зміни облікової чисельності працівників, обсягу наданих послуг і середньої ціни за послугу на зміну середньорічної продуктивності праці на одного працівника готелю.

Задача 16.

Розрахувати показники з праці й заробітної плати, визначити вплив основних чинників (зміна обсягу продажу, продуктивності праці й середньої заробітної плати) на фонд оплати праці у звітному році за наведеними нижче даними:

Показники	Минулий рік	Звітний рік
Обсяг продажу, тис. грн.	174550	230545
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	284	264
Середній обсяг продажу на одного працівника, тис. грн.	?	?
Фонд оплати праці, тис. грн.	5327	6423
у тому числі змінна частина	1558	2029
Фонд оплати праці, у % до обсягу продажу	?	?
Середня заробітна плата на одного працівника, грн.	?	?
у тому числі питома вага змінної частини фонду оплати праці	?	?

Задача 17.

Визначити розмір продуктивності праці та трудомісткості робіт у натуральних і вартісних показниках, якщо чисельність працівників туристичного підприємства на початок року становила 55 осіб. Річний коефіцієнт звільнення склав 10,0 %, а коефіцієнт прийому кадрів – 17,0 %. Річний обсяг реалізації – 2132 тури, виручка від реалізації яких склала 2,3 млн. грн. Річний фонд робочого часу, який витрачений на створення та реалізацію турів становив 25320 год.

Інформаційні джерела: 3, 5, 10,15,18-20, 28-30, 36, 42-44, 50,53-55, 58

Тести

1. *Під трудовими ресурсами слід розуміти:*
 - а) частину населення, яке безпосередньо зайнято в галузях економіки країни;
 - б) частину населення у працездатному віці, а також працюючу групу пенсіонерів і підлітків за винятком інвалідів I та II груп і пенсіонерів на пільгових умовах;
 - в) все населення регіону, яке має необхідний рівень професійної підготовки.
2. *Що слід розуміти під трудомісткістю послуг готельного господарства?*
 - а) витрати живої праці на виробництво одиниці послуги;
 - б) кількість (вартість) послуг, наданих за одиницю робочого часу;
 - в) середньооблікова кількість робітників підприємства.
3. *Результат праці працівників туристичних підприємств визначається за допомогою показника:*
 - а) обсяг наданих послуг (дохід від реалізації послуг);
 - б) кількість відпрацьованого робочого часу;
 - в) рівень механізації праці.
4. *Продуктивність праці робітників підприємства туристичної індустрії вимірюється:*
 - а) натуральними і вартісними показниками;
 - б) вартісними показниками;
 - в) натуральними показниками.
5. *Який з чинників, що впливає на зміну продуктивності праці в сфері готельного господарства і туризму, можна віднести до народногосподарських?*

- а) умови оплати праці згідно з галузевими тарифами;
- б) темпи інфляції на споживчому ринку;
- в) підвищення рівня механізації робіт у технологічному процесі обслуговування туристів.

6. *Який із чинників, що впливає на зміну продуктивності праці в готельному господарстві, не можна віднести до внутрішньогосподарських?*

- а) автоматизація робочого місця працівників служби прийому та розміщення;
- б) підвищення дисципліни праці та зменшення непродуктивних витрат робочого часу;
- в) темпи зростання вартості життя.

7. *Планування чисельності яких працівників готельного господарства найбільш доцільно здійснювати з використанням норм обслуговування?*

- а) покоївки;
- б) порт'є;
- в) електромонтера.

8. *Чи може нарахована заробітна плата бути нижчою встановленого державою мінімального рівня?*

- а) не може;
- б) може, якщо не відпрацьована повна місячна норма робочого часу;
- в) може, якщо підприємство-роботодавець є монополістом на ринку робочої сили.

9. *Назвіть, яка з форм регулювання оплати праці працівників туристичного оператора не є функцією державних органів:*

- а) визначення мінімального розміру заробітної плати;
- б) встановлення форм і систем оплати праці для конкретних підприємств;
- в) визначення механізму оподаткування особистих доходів громадян.

10. *Мінімальна заробітна плата працівника - це:*

- а) законодавчо встановлений розмір заробітної плати за просту некваліфіковану працю, нижче якого не може проводитися оплата за виконану норму праці;
- б) розмір тарифної ставки робітника першого розряду;
- в) вартість величини мінімального споживчого бюджету.

11. *Назвіть джерело відшкодування основної заробітної плати*

працівників туристичного агентства:

- а) собівартість послуг;
- б) чистий прибуток;
- в) фінансовий результат від звичайної діяльності.

12. *Тарифна система оплати праці не може бути використана для:*

- а) розподілу робіт залежно від їх складності;
- б) визначення переліку доплат і надбавок в системі матеріального стимулювання працівників;
- в) диференціації розмірів тарифної частини заробітної плати залежно від кваліфікації працівників та відповідності її за розрядами тарифікації робіт.

13. *Стимулюючими доплатами до тарифних ставок і посадових окладів у готельних (туристичних) підприємствах, які обслуговують іноземних туристів, є:*

- а) за знання іноземних мов;
- б) за високу професійну майстерність обслуговування;
- в) за стаж роботи та вислугу років.

14. *До компенсаційних виплат у складі фонду оплати праці туристичних підприємств включаються:*

- а) оплата праці у вихідні та святкові дні за розцінками, обумовленими законодавством;
- б) винагороди за підсумками роботи за рік;
- в) премії за раціоналізаторство та винахідництво.

15. *Дивіденди, що виплачуються працівникам по акціях готельного комплексу, належать до:*

- а) фонду основної заробітної плати;
- б) фонду додаткової заробітної плати;
- в) не належать до фонду оплати праці.

16. *Системи преміювання робітників туристичного підприємства за основні результати роботи розробляються і затверджуються на рівні:*

- а) підприємства;
- б) загальнодержавному (макрорівні);
- в) галузевому.

17. *За яких умов досягається збільшення середньої заробітної плати працівників підприємств туристичного бізнесу?*

- а) індекс середньооблікової чисельності в еквіваленті

- повної зайнятості > індексу фонду оплати праці;
 б) індекс фонду оплати праці > індексу середньооблікової чисельності в еквіваленті повної зайнятості;
 в) індекс реалізації послуг > індексу середньооблікової чисельності в еквіваленті повної зайнятості.

18. *Ефективний фонд робочого часу працівника - це:*

- а) число календарних днів в аналізованому періоді;
 б) число календарних днів у періоді за мінусом вихідних і святкових днів;
 в) номінальний фонд робочого часу в періоді за мінусом днів відпустки, неявок через хворобу та прогули.

19. *Яку систему оплати праці доцільно використовувати у структурному підрозділі готельного комплексу, де добре організовано нормування праці та можливий облік виробітку понад встановлену норму?*

- а) відрядно-преміальну або відрядно-прогресивну;
 б) пряму відрядну;
 в) просту погодинну.

20. *Яку систему оплати праці доцільно використовувати у структурному підрозділі готельного комплексу, якщо праця робітників на ньому не піддається нормуванню, а керівництво підприємства прагне створити робітникам мотиви для якісного виконання ними своїх обов'язків?*

- а) погодинно-преміальну;
 б) пряму відрядну;
 в) просту погодинну

ТЕМА 5. Управління фінансовими ресурсами туристичних підприємств

Методичні поради до вивчення теми

Вивчення цієї теми передбачає оволодіння студентом знаннями щодо фінансової діяльності туристичних підприємств та її взаємозв'язку з фінансовим ринком.

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. Власний, позичений та залучений капітал, з одного боку, *формує фінансові ресурси підприємства* і бере участь у фінансуванні його активів, а з іншого боку, *становить зобов'язання* перед конкретними власниками – державою, юридичними та фізичними особами.

Фінансові ресурси формуються у процесі створення підприємств і реалізації їх фінансових відносин при здійсненні господарсько-фінансової діяльності. Це виявляється насамперед у формуванні *статутного капіталу* при створенні підприємств, а у процесі їх діяльності – у формуванні відповідних *джерел грошових коштів*.

Статутний капітал є основним джерелом власних фінансових ресурсів підприємства. За рахунок його коштів формуються *основні засоби* і *оборотні активи* підприємства. До складу власного капіталу (власних фінансових ресурсів) крім статутного (пайового) включають також додатковий вкладений капітал, інший додатковий капітал, резервний, нерозподілений прибуток, цільове фінансування тощо. Крім власного капіталу *фінансові ресурси* підприємства формуються також за рахунок *залучених і позикових коштів*.

Склад і обсяги фінансових ресурсів залежать від *виду та розміру підприємства, роду його діяльності, обсягів виробництва*. При цьому обсяг фінансових ресурсів тісно пов'язаний з обсягом виробництва, ефективністю діяльності підприємства. Зі *збільшенням* обсягу виробництва і підвищенням ефективності діяльності підприємства *збільшується обсяг власних фінансових ресурсів*, і навпаки. Достатній обсяг фінансових ресурсів, їх ефективне використання визначають стійкий фінансовий стан підприємства: *платоспроможність, фінансову стійкість, ліквідність*. У цьому зв'язку найважливішим завданням підприємств є *пошук резервів збільшення власних фінансових ресурсів* і найбільш ефективно їх використання з метою підвищення ефективності роботи підприємства загалом.

Студент має звернути увагу на те, що функціонування підприємства супроводжується безперервним кругообігом коштів, який здійснюється у вигляді витрат ресурсів і одержання доходів, їхнього розподілу й використання. При цьому визначаються джерела коштів, напрямки та форми фінансування, оптимізується структура капіталу, проводяться розрахунки з постачальниками матеріально-технічних ресурсів, покупцями продукції, державними органами (сплата податків), персоналом підприємства тощо. Усі ці *грошові відносини* становлять зміст *фінансової діяльності* підприємства.

Головний зміст *фінансової діяльності* туристичного підприємства полягає в належному забезпеченні фінансування. Законом «Про туризм» визначені наступні *джерела фінансування туризму*:

власні фінансові ресурси суб'єктів туристичної діяльності, грошові внески громадян і юридичних осіб;

позичкові фінансові кошти (облігаційні позики, банківські та бюджетні кредити);

безоплатні та благодійні внески, пожертвування підприємств, установ, організацій і громадян;

позабюджетні фонди;

кошти фонду розвитку України, що формується за рахунок відррахувань суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності;

іноземні інвестиції;

надходження від туристичних лотерей;

інші джерела, не заборонені законодавством України.

Відповідно до джерел коштів на підприємстві *фінансування поділяється на внутрішнє* (прибуток, амортизаційні відррахування, виручка від продажу чи здачі в оренду майна) і *зовнішнє* (внески власників у статутний капітал, кредит, зобов'язання боржників, державні субсидії тощо). Також розрізняють фінансування за рахунок *власних і залучених коштів*.

Важливою формою фінансування є *кредит* – платне надання грошей або інших цінностей у борг на певний час. Залучення кредитних коштів *розширює фінансові можливості підприємства*, але одночасно *створює ризик*, пов'язаний із необхідністю повернення боргів у майбутньому і сплати відсотків за користування позиченими коштами. Як засіб розширення сфери ринку та збільшення обсягу продажу послуг чи продукції може застосовуватися *товарний кредит*. Це *короткостроковий* кредит, який одне підприємство надає іншому в товарній формі через відстрочку платежу за поставлену продукцію. Спеціальною формою *довгострокового* кредиту є *оренда*, яка передбачає передачу майна в договірне строкове володіння і користування за прийнятну для обох сторін орендну плату.

Студент має знати, що фінансова діяльність туристичного підприємства характеризується ступенем його *прибутковості* та *оборотності капіталу*, *фінансової стійкості* та *динаміки структури джерел фінансування*, *здатності розраховуватися за борговими зобов'язаннями*. Тому найважливішим джерелом фінансування туристичної діяльності підприємства є *прибуток*.

Прибуток – це позитивний фінансовий результат основної діяльності туристичного підприємства (різниця між грошовими надходженнями та повною собівартістю реалізованих послуг). Характеризуючи перевищення надходжень над витратами, прибуток виражає мету комерційної (підприємницької) діяльності і береться за головний показник її результативності (ефективності).

Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку туристичного підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Тому діяльність підприємства має спрямовуватися на те, щоб забезпечити зростання прибутку чи стабілізацію його на певному рівні.

Студент також має знати, що останнім часом використовують такі поняття, як *валовий, операційний та маржинальний прибуток*.

Валовий прибуток – це різниця між виручкою та виробничими витратами (собівартістю продукції, визначеною калькулюванням за неповними витратами).

Операційний прибуток дорівнює валовому прибутку за мінусом невикористаних витрат.

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

Необхідно уявити, що *основні джерела формування прибутку* туристичного підприємства – це:

прибуток від *надання туристичних послуг чи продажу туристичного продукту*. Це основна складова загального прибутку;

прибуток від *позареалізаційних операцій* (від пайової участі в спільних підприємствах, здавання майна в оренду, дивіденди на цінні папери, надходження з депозитних вкладів, дохід від володіння борговими зобов'язаннями, надходження від економічних санкцій тощо);

прибуток від *продажу майна* включає прибуток від продажу основних засобів (матеріальних активів), *нематеріальних активів, цінних паперів* інших підприємств тощо. Його розраховують як різницю між ціною продажу та залишковою вартістю.

Вивчаючи питання прибутковості, необхідно звернути увагу на те, що у фінансовій політиці туристичних підприємств важливе місце займає *розподіл і використання* одержуваного прибутку як основного джерела фінансування інвестиційних потреб і задоволення економічних інтересів власників. Зокрема, із загального прибутку *сплачується податок* згідно законодавства, а залишок прибутку після

оподаткування (чистий прибуток) надходить у повне розпорядження підприємства (використовується згідно статуту і рішень власників). Чистий прибуток розподіляють на дві частини: прибуток, що спрямовується за межі підприємства (виплата дивідендів, заохочувальні премії персоналу, соціальні виплати тощо) та прибуток, що залишається на підприємстві (створення чи поповнення резервного та інвестиційних фондів).

Студент має знати показники прибутковості підприємства, їх сутність та методику розрахунку. Прибутковість підприємства вимірюється двома показниками – *прибутком і рентабельністю*.

Рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства, котрий у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат. Виокремлюють *рентабельність капіталу* (інвестованих ресурсів) і *рентабельність продукції*.

Рентабельність капіталу обчислюється в кількох модифікаціях: *рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність акціонерного капіталу*.

Рентабельність активів (P_a) характеризує ефективність використання всього наявного майна підприємства та обчислюється за формулою:

$$P_a = \frac{\Pi_{з(ч)}}{K_a} \times 100\% \quad (5.1)$$

де $\Pi_{з(ч)}$ – загальний (чистий) прибуток підприємства за рік;
 K_a – середня сума активів за річним балансом.

Рентабельність власного капіталу ($P_{вк}$) відображає ефективність використання активів, створених за рахунок власних коштів:

$$P_{вк} = \frac{\Pi_ч}{K_в} \times 100\% \quad (5.2)$$

де $\Pi_ч$ – чистий прибуток підприємства;
 $K_в$ – власний капітал підприємства.

Рентабельність акціонерного капіталу обчислюється як відношення чистого прибутку до статутного капіталу (номінальна вартість проданих акцій).

Рентабельність продукції (P_n) характеризує ефективність витрат на її виробництво і збут. Вона визначається за формулою:

$$P_n = \frac{П_{pn}}{C_{pn}} \times 100\% \quad (5.3)$$

де $П_{pn}$ – прибуток від реалізації продукції за певний період;
 C_{pn} – повна собівартість реалізованої продукції.

Важливою умовою високої конкурентоспроможності підприємств сфери туризму є вміння реально *оцінювати фінансовий стан* і на цій основі планувати їх роботу на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Аналіз *фінансового стану туристичного підприємства* є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства і охоплює всю його господарську діяльність. Такий аналіз передбачає використання *абсолютних і відносних показників*, які об'єднуються у декілька груп: динаміка складу і структури майна; динаміка структури і складу фінансових ресурсів; фінансова стійкість.

Основними показниками оцінки динаміки *складу і структури фінансових ресурсів* є: а) джерела *власних коштів* (статутний капітал; нерозподілений прибуток; резервний капітал); б) джерела *позичкових коштів* (довгострокові кредити і позички; короткострокові кредити і позички; кредиторська заборгованість).

Найбільш розповсюдженими показниками аналізу господарської діяльності є *фінансові показники*, які умовно поділяються на такі групи: *показники ліквідності; показники заборгованості; показники ділової активності; показники рентабельності (прибутковості)*.

Показники ліквідності слугують оцінці здатності погасити всі свої зобов'язання за поточною заборгованістю. Низькі показники ліквідності означають появу загрози щодо термінового врегулювання питання платоспроможності. У більшості туристичних посередників *коефіцієнт ліквідності*, як правило, *менший від одиниці*. Це пов'язано, з одного боку, високим рівнем короткотермінових зобов'язань, «левова частка» яких припадає на *кредиторську заборгованість*, а з іншого боку, *низький коефіцієнт ліквідності* для туристичних підприємств зумовлений більш *низьким рівнем оборотних засобів*.

Аналіз показників *заборгованості* орієнтований на оцінку *довготермінової платоспроможності* підприємства.

Показники ділової активності дають змогу оцінити використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. У туристичних

підприємствах особливу роль у цій групі відіграють показники *продуктивності праці* та показники *оборотності засобів*.

Аналіз показників рентабельності надає інтегровану інформацію про ефективність управління туристичним підприємством.

Студент має також знати, що *фінансовий стан* підприємства визначається *розміщенням і використанням* його коштів. Тому управління розміщенням та використанням фінансових ресурсів підприємства є важливою складовою частиною загальної системи управління його фінансовою діяльністю. При цьому необхідно уявити, що успішне управління розвитком туристичних підприємств можливе за умови розробки механізму фінансового управління, який сприятиме вирішенню комплексу взаємопов'язаних стратегічних, тактичних і оперативних завдань формування та обслуговування туристичних потоків, що дозволить досягти поставлених цілей.

Основна *мета управління фінансовими ресурсами* на підприємствах туризму полягає у їх оптимізації. Тобто процесі вибору найкращих форм їхньої організації на підприємстві з урахуванням умов і особливостей здійснення його господарської діяльності. До основних *завдань фінансового управління* туристичною діяльністю відносяться: вибір форм фінансування; формування оптимальної структури капіталу підприємства і напрямків його використання з метою забезпечення стабільно високої прибутковості; балансування в часі надходжень і витрат платіжних засобів; підтримування належної ліквідності та своєчасності розрахунків.

Підвищення ефективності фінансового управління підприємств сфери туризму сприятиме активізації функціонування туристичного ринку та покращенню його результативності.

Термінологічний словник

Валовий прибуток – це різниця між виручкою та виробничими витратами (собівартістю продукції, визначеною калькулюванням за неповними витратами).

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.

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

Операційний прибуток дорівнює валовому прибутку за мінусом не виробничих витрат.

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

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

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.

Теми рефератів

1. Форми взаємозв'язку фінансової діяльності підприємств з окремими елементами фінансового ринку – кредитним ринком, ринком цінних паперів, валютним і страховим.

2. Взаємозв'язок фінансової діяльності туристичних підприємств з найважливішими інститутами фінансового ринку: комерційними банками, фондовими і валютними біржами, інвестиційними фондами, пенсійним фондом, страховими компаніями тощо.

3. Фінансові ресурси туристичних підприємств, їх склад та характеристика.

4. Джерела формування фінансових ресурсів підприємств туристичної сфери.

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

6. Фінансові фонди туристичних підприємств, порядок їх формування і напрямки використання.

Питання для самостійного вивчення

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.

Практичне заняття 13
Фінансові ресурси підприємств туризму
(2 год.)

1. Роль фінансів туристичних підприємств та їх зв'язок з державним фінансовим механізмом.

2. Поняття фінансових ресурсів туристичних підприємств, їх склад та характеристика.

3. Завдання фінансів туристичних підприємств.

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

Практичне заняття 14
Формування та напрямки використання фінансових фондів
туристичних підприємств
(2 год.)

1. Джерела формування фінансових ресурсів підприємств туристичної сфери.

2. Порядок формування основних і оборотних засобів туристичних підприємств, співвідношення внутрішніх та зовнішніх джерел їх формування.

3. Напрямки використання фінансових фондів туристичних підприємств.

Практичне заняття 15
Оцінка ефективності використання фінансових ресурсів
туристичних підприємств
(2 год.)

1. Показники оцінки ефективності використання фінансових ресурсів туристичних підприємств.

2. Напрями підвищення ефективності використання фінансових ресурсів туристичних підприємств

Практичне заняття 16
Економічний аналіз формування та використання фінансових
ресурсів у туризмі
(2 год.)

1. Методичний інструментарій економічного аналізу фінансових ресурсів підприємств туризму.

2. Порядок проведення економічного аналізу формування та використання фінансових ресурсів у туризмі.

Практичне заняття 17
Управління фінансовими ресурсами туристичних підприємств.
(2 год.)

1. Цілі та завдання управління фінансовими ресурсами туристичних підприємств.

2. Структурно-логічна схема управління фінансовими ресурсами туристичних підприємств.

Завдання для самостійної роботи студентів

1. Дати оцінку ефективності використання фінансових ресурсів туристичного підприємства (за вибором студента).

2. Визначити цілі та завдання управління фінансовими ресурсами туристичного підприємства.

Навчальні завдання до практичних занять

Задача 1.

Визначити загальну рентабельність туристичного підприємства, якщо за рік реалізовано турів на суму 945,0 тис. грн.. Ставка ПДВ – 20,0 %. Собівартість реалізованого туристичного продукту – 543,0 тис. грн.. Розмір адміністративних витрат та витрат на збут становить відповідно 5,6 тис. грн. та 4,2 тис. грн.. Доходи від фінансової діяльності за рік становлять 27,5 тис. грн.. Ставка податку на прибуток – 30,0 %. Розмір надзвичайних витрат туристичного підприємства за рік – 14,3 тис. грн.. Середній норматив оборотних коштів туристичного підприємства 1,85 млн. грн., а середньорічна вартість основних засобів – 3,2 млн. грн..

Задача 2.

Провести аналіз абсолютних та відносних показників фінансової стійкості туристичного підприємства за два роки за нижче приведеними даними:

Показники	Минулий рік	Звітний рік	Абсолютна зміна	Відносна зміна
Власні джерела	95,5	120,3		
Оборотні активи	14,2	15,3		
Необоротні активи	25,7	26,3		
Довгострокові зобов'язання	2,3	2,5		
Короткострокові кредити банків	2,9	1,4		
Загальна величина запасів	90	115		

За допомогою розрахунків визначити тип фінансової ситуації.

Задача 3.

Визначити чистий грошовий потік туристичного підприємства за два роки. Результати порівняти. Дані для розрахунку наведено нижче:

Показник	Минулий рік	Звітний рік
A	1	2
Виручка від реалізації турпродукту, тис. грн.	310,5	345,7
Витрати на закупку туристичних послуг, тис. грн.	92,4	112,3
Витрати на реалізацію турпродукту, тис. грн.	12,2	14,1
Фонд оплати праці, тис. грн..	52,1	57,6
Відрахування на соціальні заходи, тис. грн.	7,4	8,2
Сума амортизаційних відрахувань, тис. грн.	15,6	15,6
Виплата відсотків за кредит, тис. грн.	21,7	24,9

Задача 4.

Визначити розмір чистого прибутку, коефіцієнт капіталізації чистого прибутку та розмір реального прибутку, якщо турпідприємство спеціалізується на реалізації чотирьох видів туристичних послуг, ціна яких становить: турпослуга комплексу А – 1300,0 грн., комплексу Б – 3230,0 грн., комплексу В – 2450,0 грн. та комплексу Г – 1900,0 грн. Собівартість туристичних послуг становить 65,0 % їх вартості. За рік було реалізовано туристичних послуг

комплексу А – 155 од, комплексу Б – 58 од., комплексу В – 108 од. та комплексу Г – 180 од. Річний розмір інших операційних доходів складав 19,5 тис. грн., адміністративних витрат – 8,6 тис. грн. та витрат на збут – 5,3 тис. грн. Розмір витрат від фінансової діяльності становить 6,4 тис. грн., надзвичайних витрат – 52,7 тис. грн. Розмір прибутку туристичного підприємства, що капіталізується становить 9,5 тис. грн. Річний розмір інфляції – 5,5 %.

Задача 5.

Визначити прибуток від реалізації турпродукту та провести поетапний аналіз рентабельності обсягу продаж турпродукту, якщо:

Показник	Комплекс турів			
	А	Б	В	Г
Виручка від реалізації турпродукту, тис. грн.	28,2	15,6	32,6	41,8
Собівартість реалізованого турпродукту, тис. грн.	5,7	7,9	13,9	19,7
Плановий рівень рентабельності тур продукту, %	28,1	6,8	25	40

Задача 6.

Визначити розмір доходу від реалізації туристичного продукту, розмір чистого доходу від реалізації та розмір валового прибутку, рівень рентабельності, якщо за місяць було реалізовано 5 турів за ціною 7520,0 грн., 3 тури за ціною 2900,0 грн. 6 турів за ціною 6750,0 грн., 2 тури за ціною 1200,0 грн. Крім того реалізовано 2 тури іноземним туристам за ціною 7600,0 грн., розрахунок яких здійснювався за межами України по безготівковому розрахунку. Загальна собівартість реалізованого турпродукту становить 66630,0 грн.

Задача 7.

Для організації туроператора було витрачено: для створення статутного фонду – 840,0 тис. грн.; на реєстрацію, ліцензію, відкриття – 230,0 тис. грн. Туроператор 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 609,0 тис. грн., у т.ч. витрати на розробку й реалізацію тура – 91,3 тис. грн.

Прибуток від реалізації тура за кордон становить 18,0 % від ціни «нетто». Виробнича собівартість тура по Україні становить у середньому 6950,0 грн., в т.ч. витрати на його розробку й реалізацію – 2000,0 грн. Прибуток від реалізації по Україні становить 20,0 % від ціни «нетто». Розрахувати:

1. Виручку від реалізації турів за рік, в т.ч. від реалізації турів за кордон і по Україні.;
2. Маржинальний дохід турфірми, в т.ч. від реалізації турів за кордон і по Україні;
3. Загальний річний прибуток турфірми, в т. ч. від реалізації турів за кордон і по Україні;
4. Рентабельність турів за кордон і по Україні;
5. Строк окупності й ефективність авансового капіталу за умови, що податок на прибуток становить 25,0 %.

Задача 8.

Діяльність туристичного підприємства характеризується за звітний період наступними показниками:

Показники	Значення
Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, тис. грн.	20000,0
У т.ч.:	
- від реалізації туристичного продукту	16000,0
- від інших видів діяльності	4000,0
Виручка від реалізації майна, тис. грн.	650,0
Амортизація, тис. грн.	2500,0
Витрати на придбання основних засобів, тис. грн.	12000,0
Витрати на оплату праці та інші соціальні відрахування, тис. грн.	3500,0
Витрати на виплату дивідендів, тис. грн.	450,0
Утворення резервного капіталу, тис. грн.	3000,0
Податки з прибутку, тис. грн.	5000,0

Складіть річний фінансовий план туристичного підприємства.

Задача 9.

Розрахувати плановий обсяг виручки від реалізації турів, доходи (маржі), прибуток і рентабельність діяльності туроператора, суму ПДВ, що підлягає сплаті у бюджет від реалізації 100 іноземних турів за такими даними (в розрахунку на 1 тур):

1. Прямі умовно-змінні витрати – 17000,0 грн.
2. Поточні витрати туроператора – 800,0 грн.
3. Плановий доданий прибуток (маржа) – 25,0 %.
4. Комісійна винагорода турагенства – 7,0 %.
5. ПДВ з доходу туроператора – 20,0 %.

Задача 10.

За звітний період обсяг продажу туристичного оператора склав 250 путівок за ціною 4875,0 грн. за одиницю. Змінні витрати на одиницю продукції – 1387 грн. Постійні витрати на весь обсяг продажу – 287,4 грн. Відрахування в позабюджетні фонди склали 30 тис. грн. Податки із прибутку – 70 тис. грн.

Складіть таблицю доходів і витрат до бізнес-плану туристичної фірми для першого року діяльності.

Задача 11.

Діяльність підприємства характеризується наступними даними:

Показники	Послуги	
	Номера	Ресторан
Обсяг продажу, одиниць послуг	6000	4000
Ціна реалізації одиниці послуги, грн.	520	900
Змінні витрати на одиницю послуги, грн. у тому числі:	440	770
сировина й інші предмети праці	200	350
заробітна плата	140	200
змінні виробничі накладні витрати	50	100
змінні збутові накладні витрати	50	120
Постійні витрати, грн.	900	
адміністративні	180	
виробничі	500	
збутові	220	

Розрахуйте:

- а) розмір прибутку та середню величину покриття для кожної послуги, коефіцієнт покриття для кожної послуги;
- б) розмір прибутку, що одержить готель, якщо розширить продаж номерів до 7000 одиниць, а ресторану – до 4500 одиниць.

Задача 12.

Відповідно до умов угоди туристичній фірмі представляється можливість закупити 100 путівок протягом двох місяців для реалізації

у літньому сезоні. Вартість однієї путівки – 10 тис. грн. Вивчивши ринок туристичних послуг і очікуваний попит на ці путівки, туристична фірма має можливість реалізувати кожну з них за ціною 15 тис. грн. Для покупки такої кількості путівок туристичній фірмі необхідно 1 млн. грн. Власні оборотні кошти становлять 100 тис. грн. Вивчивши можливі варіанти по джерелах відсутніх коштів, було ухвалене рішення про необхідність оформлення кредиту в банку. Причому, один з банків представляє кредит на 2 місяці під 100 % річних, другий – під 105 % річних, але щомісяця.

Визначити:

- суму відсотка за кредит щомісяця;
- економічно більш вигідний проект;
- суму доходу фірми за умови використання більш вигідного проекту й 100 % реалізації путівок за запланованою ціною.

Інформаційні джерела: 2, 3, 5, 8, 10, 14-16, 18, 19, 22, 28-30, 32, 36, 42, 45-47, 50, 53-55, 57, 58.

Тести

1. *Яке з визначень фінансів туристичного підприємства відображає їх зміст?*

- а) система грошових відносин, пов'язана з утворенням і використанням грошових коштів підприємства у процесі його господарсько-експлуатаційної діяльності;
- б) грошові та матеріальні засоби, що знаходяться в розпорядженні підприємства;
- в) економічний інструмент, що забезпечує можливість здійснення розрахунків підприємства з партнерами.

2. *Фінансові ресурси підприємств туризму – це:*

- а) грошова оцінка різних елементів майна, що використовується на підприємстві;
- б) грошові кошти, які є в розпорядженні підприємств і призначені для придбання господарських ресурсів і для поточної господарської діяльності підприємств;
- в) прибуток від реалізації послуг та амортизаційні відрахування.

3. *Назвіть основні функції фінансів підприємств туристичної індустрії:*

- а) стимулююча, оперативна, розподільча;
- б) оцінна, оперативна, контрольна;

- в) оперативна, розподільча, контрольна.
4. *Що входить до складу майна готелю?*
- а) вартість ноу-хау, патентів, інтелектуальна власність;
 - б) найманий транспорт;
 - в) довгострокові позики.
5. *У складі фінансових ресурсів туристичних підприємств, що не мають власних засобів розміщення, переважають:*
- а) основні засоби;
 - б) нематеріальні активи;
 - в) оборотні засоби.
6. *Джерелом утворення фінансових ресурсів туристичного підприємства є:*
- а) кошти статутного капіталу підприємства, що сплачені;
 - б) виручка від реалізації основних і додаткових послуг;
 - в) частина чистого прибутку підприємства, що спрямовується на соціальний розвиток.
7. *Фінансування туристичної діяльності здійснюється переважно за рахунок:*
- а) залучених коштів;
 - б) власних коштів;
 - в) позикових коштів.
8. *До складу основних коштів туристичного підприємства включаються:*
- а) основні засоби, нематеріальні активи та довгострокові фінансові активи;
 - б) основні засоби;
 - в) основні засоби, довгострокові фінансові активи.
9. *Оборотні активи туристичного підприємства - це:*
- а) грошові кошти, авансовані у фонди оборотності та оборотні фонди;
 - б) майно підприємства у вигляді основних і оборотних коштів;
 - в) поточні витрати підприємства у грошовій формі, пов'язані з використанням фінансових ресурсів.
10. *До складу оборотних коштів туристичного підприємства включаються:*
- а) оборотні засоби та фонди оборотності;
 - б) оборотні фонди;
 - в) фонди оборотності.
11. *Склад оборотних коштів нового підприємства туристичного підприємства відрізняється елементом:*

- а) гроші на розрахунковому рахунку;
 - б) запаси товарно-матеріальних цінностей;
 - в) дебіторська заборгованість.
12. *Склад основних коштів нового туристичного підприємства відрізняється елементом:*
- а) довгострокові фінансові вкладення на термін більше 1 року;
 - б) основні засоби;
 - в) нематеріальні активи.
13. *Які з наведених нижче коштів туристичного підприємства не входять до складу оборотних?*
- а) фінансові вкладення на термін більше 1 року;
 - б) грошові кошти на депозитних рахунках;
 - в) кошти в запасах товарів сезонного призначення.
14. *Яке джерело фінансових ресурсів не використовується для фінансування оборотних засобів туристичного підприємства?*
- а) власні кошти;
 - б) позикові кошти;
 - в) залучені кошти.
15. *Висока частка основних засобів у складі майна підприємства готельного господарства:*
- а) не впливає на фінансову незалежність підприємства;
 - б) зменшує ліквідність майна підприємства;
 - в) знижує інфляційну незахищеність майна підприємства.
16. *Оборотність активів у днях обороту характеризує:*
- а) тривалість одного обороту середнього розміру активів у днях за певний період часу;
 - б) кількість оборотів середнього розміру активів за певний період часу;
 - в) обсяг активів, необхідний для роботи підприємства впродовж певного періоду часу.
17. *Рентабельність активів туристичного підприємства розраховується як відношення:*
- а) доходів від реалізації послуг підприємства до суми активів;
 - б) прибутку від звичайної діяльності до середнього розміру активів підприємства за період;
 - в) середнього розміру активів підприємства до чистого прибутку підприємства за період.
18. *Яким чином зміниться період обороту активів готелю при зростанні доходів від реалізації послуг розміщення (при інших рівних умовах)?*

- а) збільшиться;
- б) зменшиться;
- в) залишиться незмінним.

19. *Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) туристично-готельного комплексу розраховується як відношення:*

- а) суми власних активів до суми основних і оборотних коштів;
- б) суми поточних активів до короткострокових зобов'язань підприємства;
- в) суми позикових коштів до загальної суми активів.

20. *Коефіцієнт загальної ліквідності готелю розраховується як співвідношення:*

- а) суми всіх оборотних коштів до короткострокових зобов'язань підприємства;
- б) суми всіх активів до загальної заборгованості підприємства;
- в) довгострокових фінансових вкладень до довгострокових зобов'язань підприємства.

МОДУЛЬ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ГОСПОДАРСЬКО-ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ НЕЮ

ТЕМА 6. Управління доходами підприємств туристичної сфери

Методичні поради до вивчення теми

При вивченні цієї теми студент має оволодіти знаннями щодо сутності, джерел формування та використання доходів підприємств туристичної сфери.

Загально відомо, що успішне функціонування туристичного підприємства, як і підприємства будь-якої іншої сфери діяльності, можливе лише за умов постійного забезпечення руху грошових коштів. *Надходження* грошей на підприємство вважається *доходом*, а їх *використання* – *витратами*. При цьому важливо, щоб доходи перевищували витрати і забезпечували отримання *прибутку*. Сума перевищення грошових надходжень над витратами свідчить про ефективність функціонування підприємства у цілому.

Для підприємств туризму важливу *роль відіграє дохід*, оскільки він використовується для покриття витрат, сплати податків і одержання

прибутку:

$$V \rightarrow ПДВ + B + П, \quad (6.1)$$

Як видно з формули 6.1, *виручка (дохід) від реалізації туристичних послуг* забезпечує одержання прибутку. Тому *оптимізація доходу* від реалізації туристичних послуг має бути *основою стратегії розвитку* будь-якого *туристичного підприємства*.

Згідно з П(С)БО 15 «Доход» *доходами підприємства* визнається *збільшення економічних вигод* в результаті *надходження активів* (грошових коштів, іншого майна), або *погашення зобов'язань*, що призводить до *збільшення капіталу цього підприємства*, за *виключенням вкладів учасників* (власників майна). Однак *не всякий дохід*, що є *виручкою, операційним чи іншим доходом*, *збільшує капітал* туристичного підприємства, але лише той, який *перевищує розмір власних витрат* (*прибуток* свідчить про збільшення економічних вигод підприємства).

Доходи підприємств туристичної сфери класифікують згідно П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати» і П(С)БО 15 «Доход». Як видно з рис. 6.1, доходи підприємства поділяються залежно від видів діяльності:

1. *Доходи від операційної (основної) діяльності*, а також від інших видів діяльності, які не є інвестиційною або фінансовою діяльністю, отримані при реалізації туристичних та готельних послуг, товарів, продукції громадського харчування, реалізації оборотних активів, від операційної оренди приміщень, від операційних курсових різниць та відшкодування раніше списаних активів.

Основна діяльність – це діяльність, пов'язана з наданням послуг або виробництвом продукції громадського харчування, продажем товарів відповідними структурами підрозділами, що входять в склад туристичних та готельних комплексів. Ця діяльність є метою утворення підприємства і забезпечує основну частину його доходу. Так, для туристичних підприємств такою діяльністю є *придбання прав на турпослуги*, з яких формується турпродукт (путівка), *надання турпослуг, надання інформації про ціни, якість обслуговування, екскурсійну розважальну програму*, тощо.

2. *Доходи від фінансових операцій* – це доходи, отримані у вигляді доходів від участі в капіталі та інших фінансових доходів.



Рис. 6.1. Класифікація доходів

3. *Доходи від іншої звичайної діяльності* складаються із доходів: від реалізації *фінансових інвестицій* (крім доходів, які відображаються за методом участі в капіталі); від реалізації *необоротних активів*, до яких відносяться: основні засоби, незавершене будівництво, інші необоротні активи; дохід від реалізації *нематеріальних активів* (прав користування: природними ресурсами, земельною ділянкою, будівлею; прав на оренду приміщення тощо; прав на знаки для товарів та послуг (товарні знаки, фірмові назви, торгові марки), права на винахідництво, інших нематеріальних активів); дохід від безкоштовно отриманих активів.

4. *Доходи від надзвичайних подій*: відшкодування надзвичайних витрат страховими компаніями; благодійні внески іншими підприємствами чи фізичними особами. Надзвичайними подіями

вважають *стихийне лихо* (землетрус, повінь, тощо).

Студент має звернути увагу на джерела формування доходу в підприємствах туризму (рис. 6.2).

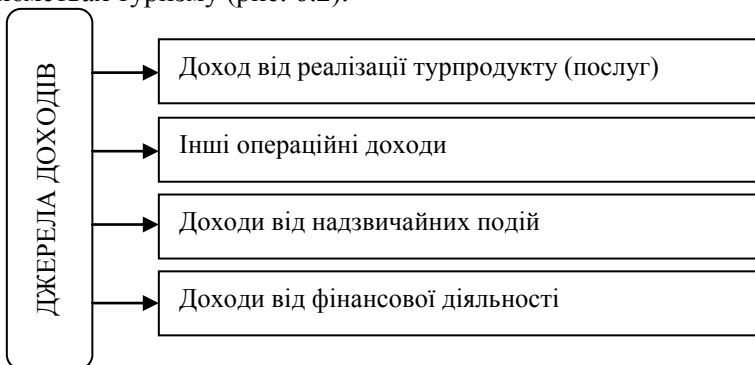


Рис. 6.2. Основні джерела формування доходу туристичного підприємства

Частіше єдиним джерелом одержання доходів від туристичної діяльності є *виручка від реалізації туристичного продукту та окремих послуг організованими і неорганізованими поодинокими туристами чи туристичними групами*.

Так, дохід від реалізації турпродукту та послуг – це сума виручки, яку розраховують за формулою

$$V = \sum_{i=1}^n N_i \times C_i \quad (6.2)$$

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).

Незалежно від *форми розрахунків* (передплата чи після сплата), сума отриманої *оплати за турпродукт* чи окремі *послуги* утворює *валовий дохід* туристичного підприємства. Використовуючи обґрунтовану цінову і продуктову політику, туристичний оператор може забезпечити *зростання доходів* за рахунок збільшення *кількості обслуговуваних туристів, тривалості їхнього подорожування та підвищення якості послуг*.

Усі джерела формування доходу підприємницьких структур туристичної сфери можна звести в дві групи: *доход від звичайної діяльності* (операційна і фінансова) і *доход від надзвичайних подій*. Так, для *туристичного оператора* основною діяльністю є *комплектування, просування на ринок і реалізація турпродукту*, в результаті чого формується *основна частина доходу*.

Схематично *формування та використання доходу від основної діяльності туроператора* відображено на рис. 6.3.

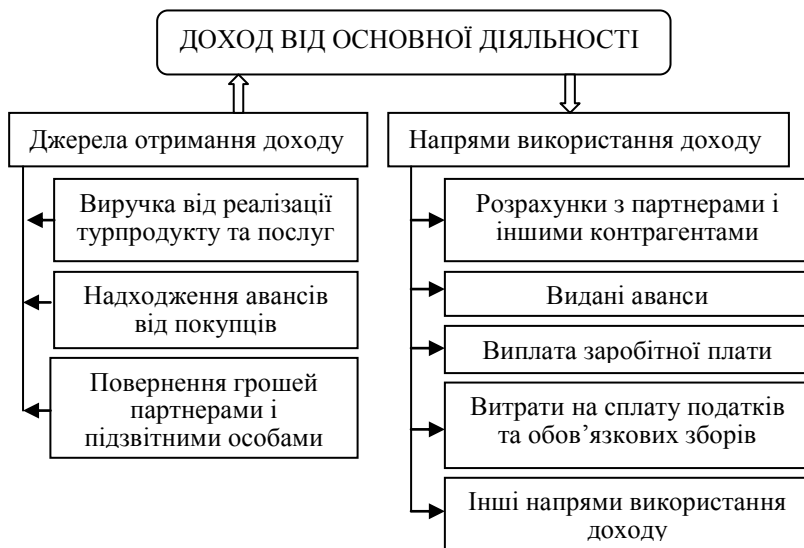


Рис. 6.3. Джерела формування і напрями використання доходу від основної діяльності туроператора

Як видно з рис. 6.3, *основним видом витрат* туроператора є *витрати на закупівлю туристичних послуг, пов'язаних з обслуговуванням туристів, оплата праці своїх працівників, витрати на сплату податків і зборів*.

Для *турагентів* основним джерелом доходу від операційної діяльності є *агентська винагорода*.

У формуванні доходів для обох видів туристичних підприємств *інша операційна діяльність* відіграє *незначну роль*, а *фінансова діяльність* на більшості з них взагалі *відсутня*.

Слід також відзначити те, що *відмінності* в діяльності *туроператора* (формує, просуває на ринок, інколи реалізує комплекс

туристичних послуг) і *турагента* (просуває і реалізує сформований туроператором продукт) визначають *різні джерела отримання доходів*. Зокрема, *доход туроператора* формується переважно за рахунок *оплати турпродукту турагентом, дилером чи безпосередньо туристом*. *Доход турагента* формується за рахунок *комісійної винагороди* за просування і продаж турпродукту, отриманого від туроператора чи інших підприємств сфери туриндустрії. При цьому, як свідчить практика, для *турагентів* привабливішими є *не фіксовані ставки агентської винагороди, а відсоткові ставки за накопичувальною системою*. Суть її полягає в тому, що після *продажу 10 одиниць турпродукту збільшується відсоток агентської винагороди*. Таке збільшення агентської винагороди для туроператора рівноцінне широко використовуваній *гнучкій системі знижок з цін* для постійних покупців чи *дисконтних карт* при реалізації турпродукту самим туроператором.

Студент має звернути увагу на те, що початковим етапом *розподілу валового доходу* виступає його коригування (зменшення) на суми, які по своїй суті не є доходами підприємства, і на ті суми доходу з яких уже сплачено податок на прибуток. Так, *застосування податку на додану вартість* при коригуванні валового доходу має *особливості* залежно від *виду туризму* (внутрішній, в'їзний чи виїзний). При *наданні туристичних послуг* на території України *іноземним туристам* застосовується *нульова ставка ПДВ*, якщо *продаж* цих послуг здійснюється *за межами України* по безготівковому розрахунку безпосередньо суб'єктами туристичної діяльності (агентами) через представництва України в інших державах або через нерезидентів.

При *виїзному туризмі* із вартості транспортних послуг і туристичного обслуговування за кордоном, що входить до складу туристичного продукту, яким користуються туристи за межами митної території України, *не сплачується податок на додану вартість*. Застосовувана система ПДВ в туристичній діяльності скорочує обсяг скоригованого валового доходу, а відтак і оподаткованого прибутку. Скоригований *валовий дохід* туристичних підприємств *використовується* за трьома основними *напрямами*:

- 1) відшкодування валових витрат;
- 2) формування фонду амортизаційних відрахувань;
- 3) забезпечення оподаткованого прибутку.

Таким чином, дохід є результатом фінансово-господарської

діяльності і виступає джерелом покриття *внутрішніх і зовнішніх зобов'язань підприємств*. Відповідно *формування й використання доходу* туристичного підприємства являє собою *взаємозалежну систему*. На рис. 6.4 представлено джерела формування доходу та напрями його розподілу й використання. Після сплати податків на дохід і відшкодування всіх витрат підприємство отримує *чистий прибуток* (збиток) як кінцевий результат своєї діяльності. Сума чистого прибутку (збитку) від звичайної діяльності і від надзвичайних подій визначає *загальну суму чистого прибутку* (збитку) підприємства.

Слід зазначити, що *розробка стратегії формування та розподілу доходу* підприємств туристичного бізнесу має передбачати вироблення *політики оптимізації всіх джерел утворення і напрямів використання доходу*. При цьому, вихідним моментом оптимізації доходів має бути *оцінка витратомісткості* турпродукту та послуг.

Тому *оптимізацію доходу* слід розпочинати з *вибору найбільш ефективного турпродукту* на поточний період і на перспективу.

Студент має знати, що важливим *методом оптимізації доходу* від основної діяльності в туристичному бізнесі є *орієнтація на цільовий прибуток*. Використання даного методу передбачає визначення *порога рентабельності* (беззбитковості) підприємства на плановий період. При цьому, особлива увага має приділятися *оптимізації запасу фінансової стійкості*, яка забезпечується *сумою доходу від реалізації турпродукту понад суму реалізації* так званої *точки беззбитковості*. Однак досягнення стратегічних цілей ефективного нарощування доходу неможливе без підвищення ролі *маркетингу і логістики* у формуванні доходів туристичних підприємств, що потребує *маркетингового підходу* до обґрунтування обсягу і структури реалізації туристичного продукту та послуг. Від цього залежатиме розмір доходів і прибутку туристичних підприємств.

Подальше вивчення даної теми передбачає з'ясування значення *управління прибутком та доходом* як одного із найважливіших чинників підприємницької діяльності суб'єктів туріндустрії.

Отже, *управління доходами* має бути частиною економічної стратегії туристичного підприємства, яка спрямована на створення економічних умов, що забезпечують відшкодування постійних витрат підприємства, покриття змінних витрат повної й своєчасної сплати всіх видів податків, обов'язкових платежів та забезпечення отримання цільового прибутку.

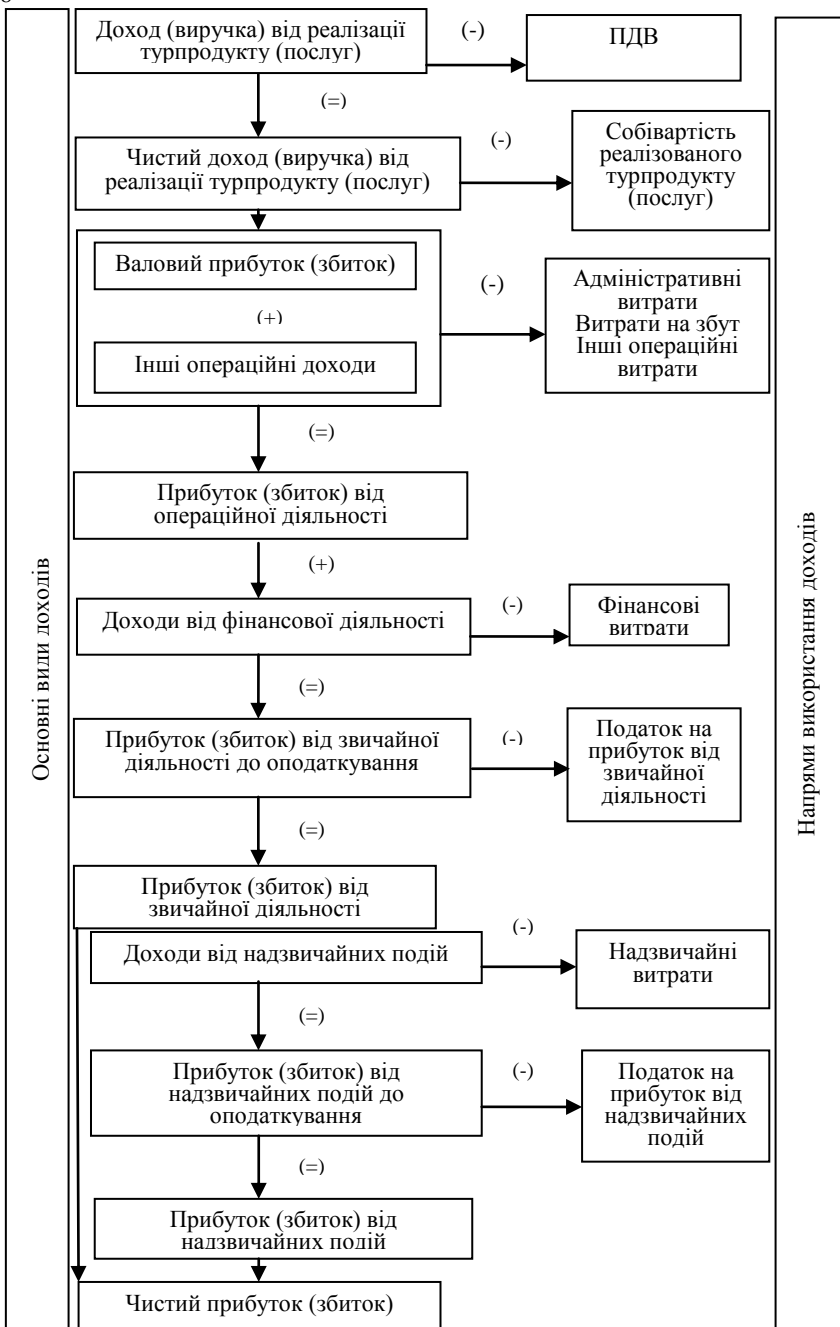


Рис. 6.4. Формування і використання доходу туристичного підприємства

Управління прибутком та доходом дає можливість максимізувати їх розмір та *визначити економічну стратегію, мету й завдання* щодо розвитку туристичного підприємства. Визначальна роль у такій стратегії має належати прогнозуванню оптимального рівня та обсягу доходу. Окрім цього, студент має також знати мету та основні етапи аналізу доходів туристичних підприємств.

Метою аналізу доходів туристичних підприємств є оцінка кінцевих результатів їх діяльності, вивчення основних причин їх зміни у динаміці й порівняння з підприємствами-конкурентами.

Аналіз доходів туристичних підприємств передбачає: обґрунтування видів діяльності підприємства; встановлення критеріїв ефективності укладання комерційних угод; формування гнучкої цінової політики; використання системи цінкових знижок, своєчасність їх впровадження, що дозволить забезпечити збільшення обсягів реалізації та визначення економічно обґрунтованого розміру знижок.

Аналіз доходів підприємств сфери туризму здійснюється у декілька етапів, основні з яких відображено на рис. 6.5.

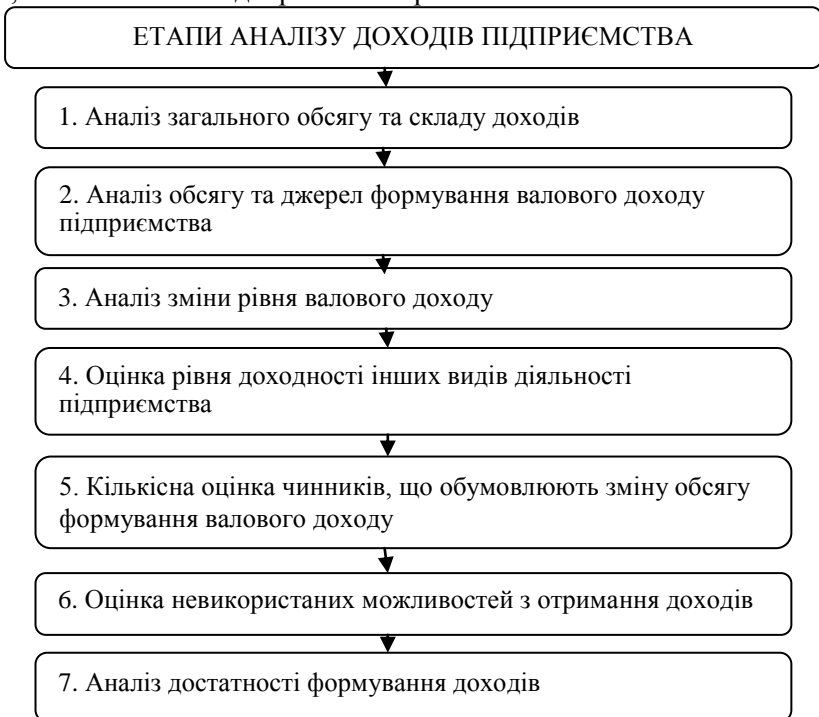


Рис. 6.5. Основні етапи аналізу доходів підприємств сфери туризму

Важливо також при аналізі виявити резерви зростання доходів, прибутку (покриття збитковості), підвищення рівня рентабельності й намітити конкретні заходи по їх досягненню на перспективу.

Студент має ознайомитися з методами обґрунтування планового обсягу доходів туристичних підприємств, що забезпечують їх беззбиткову діяльність. Отримання певної цільової суми прибутку ($\Pi_{ц}$) може бути ціллю підприємства: спочатку досягнення *точки беззбитковості* ($T_{бз}$), а потім *цільового* (мінімального) прибутку ($\Pi_{мін}$).

Використання *програмно-цільового підходу* дозволяє підприємству розраховувати *оптимальний валовий дохід*.

Критична точка валового доходу ($ВД_{кр}$) – це мінімально припустима сума ВД, яка достатня для покриття витрат. Розраховується даний показник наступним чином:

$$ВД_{кр(безПДВ)} = \frac{B_{пост}}{\left(1 - \frac{B_{зм}}{ВД_{факт}}\right)} \quad (6.3)$$

де $B_{пост}$ – постійні витрати, грн.;

$B_{зм}$ – змінні витрати, грн.;

$ВД_{факт}$ – валовий дохід без ПДВ фактичний.

Для визначення *валового доходу від реалізації*, який забезпечує отримання цільового прибутку ($ВД_{ц}$) розраховують за формулою

$$ВД_{ц} = \frac{B_{пост} + \Pi_{ц}}{\left(1 - \frac{B_{зм}}{ВД_{факт}}\right)} \quad (6.4)$$

де $\Pi_{ц}$ – цільовий прибуток, грн.

Запас фінансової міцності ($З_{фм}$) визначають за формулою:

$$З_{фм} = \frac{ВД_{факт} - ВД_{кр}}{ВД_{факт}} \times 100\% \quad (6.5)$$

Відповідно до наведених вище формул обсяг доходу, що забезпечить у плановому періоді *беззбитковість туристичного*

агента, розраховується за формулою

$$D_{тбз}^{аз} = \frac{B_{нос}}{1 - ЧВ_{зм.у.доході}} \times I_{ПДВ} \quad (6.6)$$

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

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

При плануванні турагентом обсягів доходу від реалізації турпродукту (послуг), які забезпечать мінімальний прибуток, варто використати формулу 6.6

$$D_{mpp}^{аз} = \frac{B_{нос} + \Pi_{мін}}{1 - ЧВ_{зм.у.доході}} \quad (6.7)$$

де $D_{mpp}^{аз}$ – 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

$$V_{nc}^{он} = \frac{B_{нос} + \Pi_{ц}}{1 - ЧВ_{зм.у.вир}} \times I_{ПДВ} \quad (6.8)$$

де $V_{nc}^{он}$ – обсяг реалізації турпродукту (послуг), що забезпечить одержання цільового прибутку туроператором;

$\Pi_{ц}$ – сума встановленого на плановий період цільового прибутку.

Для турагента розраховувати цей показник слід за формулою

$$D_{nc}^{аз} = \frac{B_{нос} + \Pi_{ц}}{P_{зн} - P_{змв}} \times I_{ПДВ} \quad (6.9)$$

де D_{nc}^{az} – обсяг реалізації, що забезпечить турагенту одержання цільового прибутку.

Обсяги реалізації турпродукту чи окремих послуг у натуральному вираженні, що забезпечать одержання туроператором мінімального (цільового) прибутку, слід розраховувати за такими формулами: для туроператора

$$N_{mpp}^{on} = \frac{B_{noc} + \Pi_{min}}{\Pi_{on} - B_{зм.вціні}} \quad (6.10)$$

$$N_{nc}^{on} = \frac{B_{noc} + \Pi_{ц}}{\Pi_{on} - B_{зм.вціні}} \quad (6.11)$$

для турагента

$$N_{mpp}^{az} = \frac{B_{noc} + \Pi_{min}}{3H - B_{зм}} \quad (6.12)$$

де $3H$ – сума знижки (агентська винагорода), надана туроператором на реалізацію одного туру (послуги);
 $B_{зм}$ – сума витрат змінних, що покриваються за рахунок знижки;

$$N_{nc}^{az} = \frac{B_{noc} + \Pi_{ц}}{P_{зн} - P_{змв}} \quad (6.13)$$

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

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

Розраховані різними методами обсяги реалізації турпродукту (послуг) погоджуються з можливостями збуту на ринку, на основі чого приймаються рішення про затвердження плану на відповідний період, який стає підґрунтям розробки програми комплектування

турпродукту і виробництва послуг.

Таким чином, *стратегія доходу туристичного підприємства* має передбачати систему довгострокових цільових завдань, спрямованих на отримання такого розміру доходу, який забезпечить сплату податків і обов'язкових зборів, відшкодування витрат та отримання прибутку для саморозвитку підприємства. Проте розробити дієву стратегію доходів можна на основі достовірної інформації про джерела його формування, розподілу та використання, яку отримують за допомогою *моніторингу доходів*.

Термінологічний словник

Аналіз доходів – це оцінка частини економічної стратегії будь-якого підприємства, яка спрямована на створення економічних умов, що забезпечують відшкодування постійних витрат підприємства, покриття змінних витрат, які залежать від обсягу реалізації продукції, повної і своєчасної оплати всіх видів податків, обов'язкових платежів та забезпечення отримання прибутку.

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

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

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

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

Рівень маржинального доходу – відношення величини маржинального доходу до обсягу виручки від реалізації турів, помножене на 100 %.

Управління доходами – це частина економічної стратегії будь-якого підприємства, яке спрямоване на створення економічних умов, що забезпечують відшкодування постійних витрат підприємства, покриття змінних витрат, які залежать від обсягу реалізації продукції, повної й своєчасної сплати всіх видів податків, обов'язкових платежів та забезпечення отримання цільового прибутку.

Змінні витрати - витрати, сума яких збільшується із зростанням

обсягів продажу й знижується при їх зменшенні.

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

Теми рефератів

1. Економічна сутність доходів підприємств туристичної сфери, характеристика їх складу.

2. Класифікація доходів підприємств туристичної сфери залежно від напрямів діяльності та відповідно до норм Національних стандартів бухгалтерського обліку.

3. Особливості та джерела утворення доходів підприємств туристичної сфери.

4. Методи обґрунтування планового обсягу доходів туристичних підприємств.

Питання для самостійного вивчення

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.

Практичне заняття 18

Формування доходів підприємств сфери туризму та управління ними

(2 год.)

1. Сутність та класифікація доходів підприємств туристичної сфери.

2. Джерела утворення доходів підприємств туристичної сфери.

3. Цілі та завдання управління доходами підприємств туристичної сфери.

4. Особливості управління формуванням інших видів доходів підприємств туристичної сфери.

Практичне заняття 19 **Аналіз та планування доходів туристичних підприємств** **(2 год.)**

1. Порядок проведення аналізу доходів туристичних підприємств.
2. Методичні підходи до визначення можливого та необхідного обсягу доходів туристичних підприємств.
3. Методи планування доходів туристичних підприємств.

Завдання для самостійної роботи студентів

1. Побудувати структурно-логічну схему процесу управління доходами туристичного підприємства та охарактеризувати зміст окремих його етапів.
2. Пояснити сутність поняття «можливого» та «необхідного» обсягу доходів. Вказати методичні підходи до визначення їх обсягу.

Навчальні завдання до практичних занять

Задача 1.

Діяльність готелю характеризується наступними даними:

Показники	Значення показника
Виручка від реалізації номерів, грн.	386 000
Змінні витрати, грн.	251 000
Постійні витрати, грн.	100 000
Прибуток, грн.	35 000
Ціна за номер, грн.	386
Середні змінні витрати на один номер, грн.	251
Обсяг реалізації, номерів	1000

Визначити граничний (критичний) обсяг реалізації, поріг рентабельності, запас фінансової міцності та маржу безпеки.

Задача 2.

Сума постійних витрат туроператора становить 7,4 тис. грн., а турагента – на 45,0 % нижче. Частка змінних витрат в виручці від реалізації турпродукту складає 48,0 %. Частка змінних витрат в

чистому доході турагента – 42,0 %. Визначити обсяг реалізації турпродукту в вартісному виразі, який забезпечить беззбитковість туроператора і турагента. Результати обсягів абсолютно і відносно порівняти.

Задача 3.

Проаналізувати динаміку обсягу та структуру доходів туристичної фірми на основі інформації, наведеної нижче:

Періоди	Минулий рік					Звітний рік				
	Ціна турів з ПДВ, грн.	1200	1600	950	2450	1010	1340	1530	100	3100
Загальна кількість турів, од	37	24	48	21	56	24	48	35	39	61
у тому числі:										
кількість турів іноземним туристам за межами України	-	4	-	6	-	5	-	11	-	3
кількість турів відпочинку дітей за спеціальним переліком	-	-	12	-	24	3	9	-	11	17

Задача 4.

Визначити обсяг реалізації та суму виручки від реалізації по туристичному відділу, виходячи з рентабельності на вкладений капітал. У минулому році підприємство зазнало збитків. У плановому році очікується забезпечення рентабельності на вкладений капітал близько 0,35 %. Сума вкладеного капіталу –1000 тис. грн., норма прибутку – 30,0 %, Загальні витрати –1590,0 тис. грн., т.ч. витрати матеріальні – 120 тис. грн. Податок на прибуток взяти на рівні діючого.

Задача 5.

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. Треба визначити граничну виручку (критичний обсяг продажу).

Задача 6.

Провести поетапний аналіз рентабельності обсягу продаж турпродукту, якщо:

Показники	Комплекс турів			
	А	Б	В	Г
Виручка від реалізації турпродукту, тис. грн.	28,2	15,6	35,4	42,7
Собівартість реалізованого турпродукту, тис. грн.	10,1	8,3	14,2	17,8
Плановий рівень рентабельності турпродукту, %	28	45	50	43
Ціна реалізації турпродукту, тис. грн.	14,2	13,7	21,5	23,3

Задача 7.

Діяльність ресторану характеризується наступними даними: виручка від реалізації послуг становить 400,0 тис. грн.; змінні витрати - 250,0 тис. грн.; постійні витрати - 100,0 тис. грн. Визначити валову маржу, операційний (виробничий) важіль і як зміниться прибуток при зміні обсягу реалізації.

Задача 8.

Туристична фірма надає одну послугу. Її діяльність характеризується наступними даними:

Показники	Значення показника, тис. грн.
Виручка від реалізації	150,0
Змінні витрати	100,0
Постійні витрати	40,0
Прибуток	10,0

Визначити граничну виручку. Розрахувати запас міцності як процентне відхилення фактичної виручки від граничної.

Задача 9.

За місяць туристичне агентство реалізовує 1000 турів за ціною 3600 грн., комісійна винагорода становить 10,0 % від вартості туру; 500 турів за ціною 5000,0 грн., комісійна винагорода становить 15 %

від вартості туру; 100 турів за ціною 1000,0 грн. комісійна винагорода 10,0 % від вартості туру. Окрім того підприємство реалізує 300 турів власної розробки за ціною 4000,0 грн. Їх собівартість становить 3000,0 грн. Визначте маржинальний дохід та рівень маржинального доходу туристичного підприємства.

Задача 10.

За місяць екскурсійне бюро реалізує 100 групових екскурсій за ціною 200,0 грн., витрати на створення продукту – 80,0 грн.; 500 одноосібних екскурсій за ціною - 220,0 грн., комісійна винагорода становить 50,0 % від вартості туру. Визначте маржинальний дохід та рівень маржинального доходу туристичного підприємства.

Задача 11.

Готельне підприємство надає послуги розміщення. За місяць воно реалізує 500 одиниць туристичного продукту вартістю 400,0 грн. (комісійна винагорода турагентам 10,0 %; собівартість продукту – 220,0 грн.); 200 одиниць продукту – вартістю 600,0 грн. (комісійна винагорода турагентам – 15 %; собівартість – 250,0 грн.). Визначте маржинальний дохід та рівень маржинального доходу туристичного підприємства.

Задача 12.

Туристичне підприємство організовує круїзні подорожі. За місяць воно реалізує 500 одиниць туристичного продукту, вартістю 12000,0 грн. (комісійна винагорода турагентам 10,0 %; собівартість продукту – 8000,0 грн.); 200 одиниць продукту – вартістю 2000,0 грн., (комісійна винагорода турагентам – 15,0 %; собівартість – 1200,0 грн.). Визначте маржинальний дохід і рівень маржинального доходу туристичного підприємства.

Інформаційні джерела: 2-3,8,10,15,18-19,22,28-32,42-43,53-55, 57,58.

Тести

1. Які складові включає «Європейський тариф»?
 - а) лише вартість розміщення (без вартості сніданку);
 - б) вартість розміщення й повного сніданку;
 - в) вартість розміщення та дворазового харчування (сніданок і

обід або сніданок і вечеря).

2. *Визначте особливості формування вартості інклюзив-туру:*

а) це загальна вартість обслуговування та проїзду за жорстко спланованим маршрутом, часом, терміном, набором і якістю послуг;

б) це загальна вартість повного набору послуг будь-якого туру (індивідуального чи групового);

в) це загальна вартість туру за взаємно погодженою домовленістю щодо туристського маршруту та програми обслуговування.

3. *Що являє собою маржа туристичного підприємства?*

а) це показник ефективності одночасних витрат з реалізації туру;

б) це показник ефективності поточних витрат з реалізації туру;

в) це різниця між ціною й обмеженою собівартістю туру.

4. *Яке з наведених визначень характеризує поняття «прибуток туристичного підприємства» з економічного погляду?*

а) чистий дохід, що є різницею між сукупними доходами та сукупними витратами у процесі підприємницької діяльності;

б) грошові кошти, що надходять у розпорядження суб'єкта підприємницької діяльності за результатами його діяльності;

в) гарантований дохід підприємця, який вклав свій капітал у певний вид підприємницької діяльності;

г) усі визначення, що наводяться, характеризують різні аспекти поняття «прибуток підприємства».

5. *Яким терміном у фінансовій звітності підприємства туризму визначається сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати?*

а) виручка;

б) грошові надходження;

в) прибуток;

г) чистий рух коштів.

6. *У якій формі фінансової звітності підприємства вказується обсяг чистого прибутку підприємства туризму за підсумками звітного періоду?*

а) у балансі підприємства;

б) у звіті про рух грошових коштів;

в) в усіх зазначених формах звітності;

г) у звіті про фінансові результати.

7. Яким терміном визначається збільшення економічних вигід підприємства туризму у вигляді надходження ресурсів, контрольованих ним, або зменшення зобов'язань, які зумовлюють зростання його власного капіталу?

- а) активи підприємства;
- б) доходи підприємства;
- в) чистий прибуток підприємства.

8. Як пов'язані між собою показники фінансової звітності підприємства туристичної індустрії: «дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (умовне позначення – Д та «чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)» (умовне позначення – ЧД)?

- а) ніяк не пов'язані, оскільки виражають доходи від різних видів діяльності підприємства;
- б) ЧД визначається способом урахування з Д податків із продажу (ПДВ, акцизу), наданих знижок і повернення товарів (послуг);
- в) ЧД визначається способом урахування з Д собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг).

9. Як пов'язані між собою обсяг формування чистого прибутку (ЧП) підприємства туризму та обсяг його потреби у залученні фінансових коштів із зовнішніх джерел (ФКЗ)?

- а) чим більший ЧП, тим менший ФКЗ;
- б) чим більший ЧП, тим більший ФКЗ;
- в) $\Pi = \text{ФКЗ}$;
- г) чим більший ФКЗ, тим менший ЧП.

10. Джерелами формування доходу туристичного підприємства можуть бути:

- а) доходи від бронювання місць/номерів;
- б) доходи від реалізації характерних туристичних послуг і товарів;
- в) доходи від реалізації покупних товарів.

11. Що слід вважати доходом підприємства туристичної індустрії від здавання окремого майна в оренду?

- а) орендну плату за це майно;
- б) суму амортизаційних відрахувань від вартості майна;
- в) вартість цього майна;
- г) економію поточних витрат у зв'язку з передачею майна орендареві, на якого переходять усі поточні витрати на його

утримання.

12. *З якою метою у процесі планування необхідно зіставляти розрахований обсяг можливого та необхідного доходу підприємства туристичної індустрії?*
- для перевірки досягнення самоокупності діяльності;
 - для перевірки їх відповідності та визначення обсягу резервів зростання доходів, які необхідно мобілізувати;
 - для перевірки проведених розрахунків.
13. *Доход туристичних підприємств формується за:*
- рахунок виручки від реалізації туристичного продукту та окремих послуг організованим і неорганізованим поодиноким туристам або туристичним групам;
 - рахунок цінової політики;
 - рахунок витрат на туристичні послуги.
14. *Якщо загальний маржинальний дохід зменшується на певну величину, то операційний прибуток підприємства:*
- зменшується у такому самому розмірі;
 - зменшується на величину більшу, ніж зменшення маржинального доходу;
 - збільшується у такому самому розмірі;
 - залишається без змін.
15. *Резервом збільшення доходів у туристичній фірмі є:*
- розширення набору додаткових послуг;
 - строки проведення капітального та поточного ремонтів;
 - збільшення обсягу туристичних послуг;
 - розширення матеріально технічної бази готелів.
16. *Грошовий вираз вартості товару (послуг) це:*
- собівартість;
 - ціна;
 - рентабельність.
17. *Сума грошових засобів, отриманих за виготовлення продукції, виконання робіт і наданих послуг – це:*
- чистий прибуток;
 - виручка від реалізації турпослуг;
 - податок на додану вартість.
18. *Визначити особливості формування вартості інклюзив-туру:*
- це загальна вартість обслуговування та проїзду за жорстко спланованим маршрутом, часом, терміном, набором і якістю послуг;
 - це загальна вартість повного набору послуг будь-якого туру

(індивідуального чи групового);

в) це загальна вартість туру за взаємно погодженою домовленістю щодо туристського маршруту та програми обслуговування.

19. *Визначте чинники, які впливають на зростання доходів туристичного підприємства:*

а) перевищення обсягу пропозиції над обсягом попиту;

б) зниження рівня забезпечення грошових доходів населення товарною масою;

в) стабільність рівня доходів населення.

20. *Сума грошових засобів, отриманих за виготовлення продукції, виконання робіт і наданих послуг – це:*

а) чистий прибуток;

б) виручка від реалізації турпослуг;

в) податок на додану вартість

ТЕМА 7. Управління поточними витратами та собівартістю послуг на підприємствах туристичної сфери

Методичні поради до вивчення теми

Вивчення даної теми передбачає знання сутності поточних витрат підприємства, їх класифікацію за певними ознаками, а також методів управління ними.

Відповідно до п. 6 П(С)БО 16 «Витрати» *витратами* звітного періоду визначається зменшення активів або *збільшення зобов'язань*, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені. Отже, у бухгалтерському обліку та у «Звіті про фінансові результати» відображаються лише ті витрати, що зменшують власний капітал.

До витрат, пов'язаних із зменшенням економічних вигод (активів) або зі збільшенням зобов'язань, належать:

1) *витрати, що виникають у зв'язку зі зменшенням активів:* нарахування амортизації основних засобів та інших необоротних активів; списання основних засобів, нематеріальних активів, малоцінних швидкозношуваних предметів та інших необоротних активів, що стали непридатними до використання; списання матеріалів, запчастин для ремонту обладнання та на інші потреби;

нарахування резерву сумнівних боргів або списання дебіторської заборгованості, що не може бути погашена; визнані економічні санкції – штрафи, пені, неустойки, що підлягають сплаті чи сплачені;

2) *витрати, що збільшують зобов'язання підприємства*: заробітна плата; податки, збори, обов'язкові платежі; відрахування на обов'язкове та добровільне страхування; послуги сторонніх організацій з формування турів (харчування, трансфер, екскурсії, оренда автомобіля, страхування тощо); послуги зв'язку, реклами, комунальні послуги, інше нарахування витрат, пов'язаних зі збільшенням зобов'язань.

Студент має знати, що *туристичні витрати* – це виражені у грошовій формі затрати живої та уречевленої праці з доведення туристичного продукту до споживача та задоволення його попиту.

Конкретний склад і структура витрат туроператорів і турагентів, аналогічно іншим суб'єктам підприємницької діяльності регулюються законодавчими актами та положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку.

У туристичних підприємствах витрати класифікують за *типом діяльності* і виокремлюють *чотири* основні групи:

- витрати основної діяльності;
- витрати додаткової діяльності;
- реалізаційні;
- загальноадміністративні витрати.

При вивченні цієї теми студент має оволодіти знаннями щодо класифікації витрат туроператора залежно від видів його діяльності (рис. 7.1).

Як показано на рис. 7.1, у виробничу собівартість турпродукту включаються:

прямі витрати на закупівлю туристичних послуг в інших підприємств і свої витрати на створення та надання послуг, що можуть бути безпосередньо віднесені на конкретний об'єкт витрат;

прямі витрати на оплату праці, що включають заробітну плату й інші виплати працівникам, зайнятим формуванням турпродукту та наданням послуг, які можуть бути віднесені безпосередньо на конкретний об'єкт витрат;

інші прямі витрати, що можуть бути віднесені безпосередньо на конкретний об'єкт витрат, зокрема, відрахування на соціальні заходи, плата за оренду земельних і майнових паїв, амортизація і т.п.;

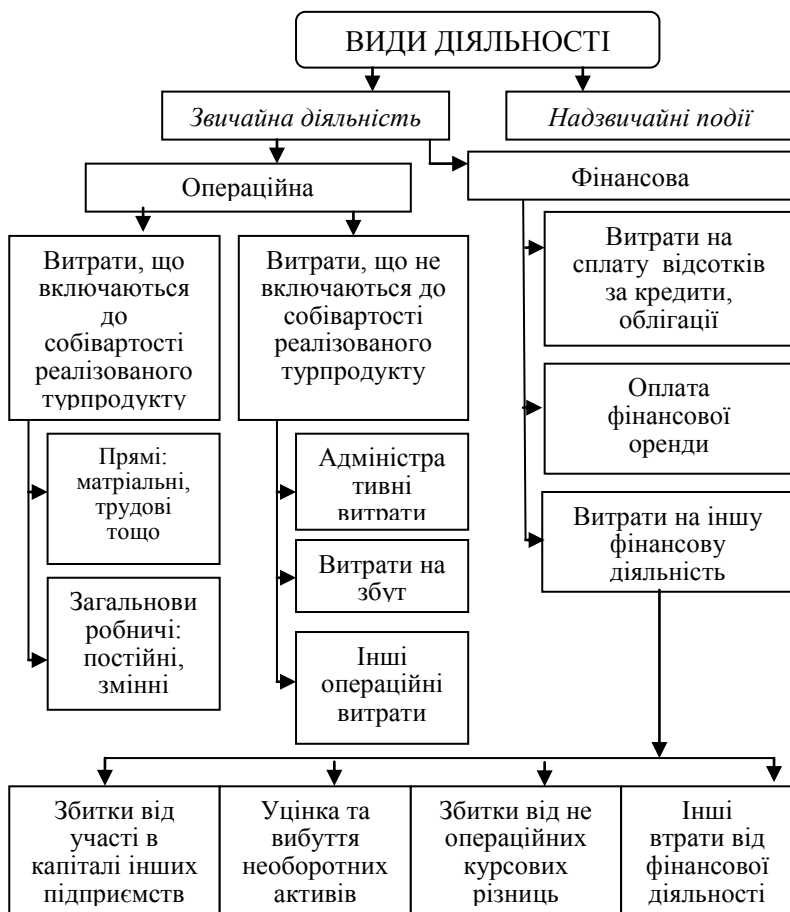


Рис. 7.1. Класифікація витрат за видами діяльності туристичного оператора

загальнови виробничі витрати, що включають оплату праці управлінського персоналу структурних підрозділів підприємства, і відрахування на соціальні заходи, витрати на відрядження охорону праці, техніку безпеки, охорону навколишнього середовища тощо.

Загальнови виробничі витрати поділяються на *постійні* та *змінні*.

До *постійних* відносяться витрати, пов'язані з управлінням процесами формування та реалізації турпродукту, що залишаються

незмінними (або майже незмінними) при зміні обсягів діяльності. Порядок віднесення цих витрат на одиницю турпродукту (послуг) здійснюється шляхом розподілу їх *пропорційно прямим витратам*.

До *змінних* витрат відносяться витрати з обслуговування та управління підрозділами формування й реалізації турпродукту і *змінюються прямо пропорційно* або майже прямо пропорційно до *зміни обсягу діяльності*. Базою для розподілу цих витрат виступає *обсяг діяльності*, рідше – *прямі витрати* підприємства. Перелік і склад змінних і постійних загальновиробничих витрат устанавлюється підприємством *самостійно*.

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:

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 засобів 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:

винагорода продавцям турпродукту;

витрати на рекламу і дослідження ринку;

витрати на відрядження працівників збуту;

витрати на страхування туристів і супровідників туристичних груп;

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 тощо;

інші витрати на операційну діяльність.

Витрати на *операційну діяльність* підприємств туристичного бізнесу групуються також за *економічними елементами*, які визначаються Положенням бухгалтерського обліку 16 «Витрати» як *сукупність економічно однорідних витрат*. За цією ознакою виділяється *п'ять елементів*:

матеріальні витрати;

витрати на оплату праці;

відрахування на соціальні заходи амортизація;

інші операційні витрати.

До *матеріальних витрат* підприємств туристичного бізнесу відноситься:

вартість куплених туристичних послуг та інших комплектуючих турпродукт виробів (товарів);

вартість палива й енергії;

вартість запасних частин і будматеріалів.

До складу елемента «*Витрати на оплату праці*» включається заробітна плата за тарифними ставками та окладами, премії й заохочення, компенсаційні виплати, оплата відпусток та інші витрати на оплату праці.

До елемента «*Відрахування на соціальні заходи*» відносяться: відрахування на пенсійне забезпечення та єдиний соціальний внесок (раніше був Фонд обов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття, Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві і професійних захворювань і Фонд соціального страхування при тимчасовій втраті працездатності).

До елемента «*Амортизація*» включають суму нарахованої амортизації основних засобів, нематеріальних активів та інших необоротних матеріальних активів.

До складу елемента «*Інші операційні витрати*» включаються витрати на відрядження, на послуги зв'язку, на виплату матеріальної допомоги, витрати на оплату розрахунково-касового й іншого банківського обслуговування тощо.

Сукупні витрати підприємств туризму, окрім *операційних витрат*, включають *фінансові витрати* і *витрати*, пов'язані з *надзвичайними подіями*.

До *фінансових витрат* відносяться:

сплата відсотків за користування кредитами, за випущені підприємством облигації, витрати на фінансову оренду та інші витрати підприємства, пов'язані із залученням капіталу ззовні;

втрати від участі в капіталі асоційованих, дочірніх або спільних підприємств, а також інші фінансові втрати (уцінка та вибуття необоротних активів і фінансових інвестицій, втрати від не операційних курсових різниць і т.п.).

Витрати на *операційну* та *фінансову* діяльність – це витрати, пов'язані зі *звичайною діяльністю*.

Студент має знати, що основними *видами витрат* при *формуванні турпродукту* є:

витрати на оплату послуг інших підприємств туристичної;

витрати на оплату праці працівників туристичних підприємств;

витрати на рекламу;

витрати, пов'язані з орендою та амортизацією основних засобів, насамперед сучасних систем комп'ютерної техніки.

Витрати з реалізації турпродукту або *послуг посередниками* (турагентами) відрізняються від витрат по їхньому формуванню. Вони розраховуються *аналогічно витратам обігу в роздрібній торгівлі* і покриваються *комісійною винагородою*. Витрати з реалізації турпродукту *турагентами* практично *не містять матеріальних витрат*. Основним видом витрат цих підприємств є витрати на *оплату праці і відрахування на соціальні заходи*.

Студент має також ознайомитися з порядком визначення собівартості реалізованого турпродукту та собівартості послуг розміщення.

Так, в підприємствах готельного господарства розрізняють *експлуатаційну й повну собівартість* послуг розміщення

Експлуатаційна собівартість одиниці послуг (однієї людино-доби розміщення) визначається як *сума прямих і загальних експлуатаційних витрат* на одиницю послуг.

Повна собівартість включає експлуатаційну собівартість, адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальногосподарські витрати.

Об'єктом калькуляції при наданні готельної послуги є *повна собівартість використання одного місця за добу, або лішко-добу*.

Калькуляція – це поданий у табличній формі розрахунок витрат на предмет калькуляції. *Предметом калькуляції* (калькуляційна одиниця, об'єкт витрат) може бути також *клієнт*.

Калькуляцію можна провести у два етапи: 1) перед виконанням послуги (вступна калькуляція); 2) після реалізації послуги (звітна калькуляція).

Вступна калькуляція ґрунтується на передбачуваних і бажаних величинах (прогнозовані обсяги надання туристичних послуг, прогресивні норми витрат робочого часу, матеріалів, енергоносіїв, пропоновані ціни постачальників тощо). У межах *вступної калькуляції* виокремлюють:

планову калькуляцію (ґрунтується на планових показниках);

нормативну калькуляцію (ґрунтується на встановлених нормах використання матеріалів, нормах робочого часу);

кошторисну калькуляцію (розробляється на ново освоєвані види туристичних послуг або продукцію, не передбачену планом, з урахуванням цін і витрат певного регіону).

Звітна калькуляція складається за фактичними даними бухгалтерського обліку виробничих витрат, які були здійснені у певний період. Завдяки порівнянню питомих витрат, встановлених у вступній і звітній калькуляціях, виявляють відхилення між реальними та плановими витратами, що може сприяти зниженню витрат на надання туристичних послуг і обслуговування клієнтів, а в кінцевому підсумку забезпечить підвищення рентабельності діяльності.

Щодо туристичної діяльності, то *собівартість реалізованого турпродукту* складається з *виробничої собівартості, нерозподілених постійних витрат і наднормативних виробничих витрат*.

Результати діяльності підприємств туризму залежать від процесу управління поточними витратами.

Управління витратами туристичного підприємства полягає у:

приспосованні витрат до ціни послуг з метою забезпечення їхньої конкурентної переваги і конкурентоспроможності підприємства на ринку;

доборі таких чинників надання послуг, які б забезпечували

визначені вимоги, що стосуються рівня витрат у підприємстві;
вибір методу формування витрат, що дає змогу досягати визначених цілей;

нагромадженні інформації про витрати, яка становить ґрунт для прийняття рішень;

контролі витрат, що дає змогу чинити зворотній вплив на перебіг виробничих процесів та мотивувати працівників.

Студент має знати основні *групи методів управління витратами*: методи планування витрат; методи аналізу витрат; методи контролю (калькуляції) витрат.

Загальний алгоритм управління витратами туристичних підприємств представлено на рис. 7.2.



Рис. 7.2. Алгоритм планування витрат туристичного підприємства
Система управління витратами складається з двох підсистем: тієї,

що управляє, і тієї, якою управляють (об'єкта управління). *Об'єктом управління* є процеси, операції, явища, які виникають на туристичному підприємстві під час його господарської діяльності, що розглядається з точки зору витрачання ресурсів.

Отже, управління витратами передбачає виконання всіх дій, які реалізуються під час управління будь-яким об'єктом (розроблення і реалізація рішень, контроль за виконанням рішень). Такі дії реалізуються шляхом прогнозування, планування, організації, мотивації, обліку та аналізу.

Термінологічний словник

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

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.

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

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

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

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

Теми рефератів

1. Економічна сутність поточних витрат туристичних підприємств.
2. Класифікація поточних витрат підприємств туристичної сфери.
3. Поняття, склад та структура експлуатаційних витрат в засобах розміщення туристів.

4. Особливості визначення собівартості туристичного продукту.
5. Особливості визначення собівартості в засобах розміщення туристів.
6. Методичні підходи планування обсягу поточних витрат підприємств туристичної сфери.

Питання для самостійного вивчення

1. Розкрити класифікацію поточних витрат підприємств туристичної індустрії за різними ознаками.
2. Сформулюйте основну відмінність між постійними й змінними витратами туристичного підприємства.
3. Абсолютні та відносні показники оцінки загального обсягу і рівня поточних витрат на туристичних підприємствах.
4. Характеристика сутності та інструментарію окремих етапів аналізу поточних витрат підприємств туристичної сфери.
5. Методи обґрунтування плану поточних витрат підприємств туристичної сфери в цілому та за окремими групами витрат.
6. Оцінка економічної обґрунтованості плану поточних витрат підприємств туристичної сфери.

Практичне заняття 20

Поточні витрати підприємств туристичної сфери та управління ними (2 год.)

1. Сутність та класифікація поточних витрат підприємств туристичної сфери.
2. Поточні витрати турагенств та туроператорів.
3. Цілі та завдання управління поточними витратами на підприємствах туристичної індустрії.
4. Структурно-логічна схема управління поточними витратами та характеристика змісту окремих етапів роботи.

Практичне заняття 21

Експлуатаційна та повна собівартість послуг розміщення (2 год.)

1. Поняття, склад та структура експлуатаційних витрат на підприємствах готельного господарства.

2. Особливості визначення собівартості на підприємствах готельного господарства. Експлуатаційна та повна собівартість послуг розміщення.

3. Особливості визначення собівартості туристичного продукту.

Практичне заняття 22

Оцінка загального обсягу і рівня поточних витрат на туристичних підприємствах (2 год.)

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

2. Чинники, що визначають обсяг та рівень поточних витрат підприємств туристичної індустрії.

3. Характеристика впливу на поточні витрати зовнішніх та внутрішніх чинників.

Практичне заняття 23

Собівартість продукції та послуг на підприємствах ресторанного господарства (2 год.)

1. Поняття, склад та структура собівартості продукції та послуг в закладах ресторанного господарства.

2. Порядок проведення аналізу собівартості продукції підприємств ресторанного господарства.

Практичне заняття 24

Аналіз поточних витрат підприємств туристичної сфери (2 год.)

1. Методичний інструментарій проведення аналізу поточних витрат підприємств туристичної індустрії.

2. Порядок проведення аналізу поточних витрат підприємств туристичної сфери.

3. Інформаційне забезпечення аналітичної роботи.

Практичне заняття 25
Методи обґрунтування плану поточних витрат
підприємств туристичної сфери
(2 год.)

1. Планування обсягу поточних витрат підприємств туристичної індустрії.

2. Методи обґрунтування плану поточних витрат підприємств туристичної індустрії в цілому та по окремих групах витрат.

3. Оцінка економічної обґрунтованості плану поточних витрат підприємств туристичної індустрії.

Завдання для самостійної роботи студентів

1. Побудувати структурно-логічну схему процесу управління поточними витратами туристичних підприємств та охарактеризувати зміст окремих його етапів.

2. Визначити цілі та завдання управління поточними витратами на підприємствах туристичної сфери.

Навчальні завдання до практичних занять

Задача 1.

Визначити собівартість туристичного продукту, якщо за звітний рік загальна собівартість турпродукту склала 560,0 тис. грн. Питома вага заробітної плати робітників у собівартості становить 18,0 %, матеріальних витрат – 54,0 %, умовно-постійних витрат – 19,0 %. На наступний рік планується досягти зростання продуктивності праці на 4,0 %, середньої заробітної плати – на 6,0 %, обсягу надання послуг – на 12,0 %, а також зниження величини матеріальних витрат на 8,0 % та умовно-постійних витрат – на 10,0 %.

Задача 2.

Визначити планову та фактичну суму витрат туристичного підприємства, а також їх зміну, якщо у звітному році витрати на рекламу склали 64,0 тис. грн., адміністративно-управлінські витрати – 34,2 тис. грн., амортизація основних засобів – 62 тис. грн., витрати на послуги розміщення – 136,5 тис. грн., послуги харчування – 107,4 тис. грн., послуги екскурсоводів – 47,9 тис. грн., транспортні витрати – 86,5 тис. грн., комунальні витрати – 26,7 тис. грн., витрати на оплату праці – 210,0 тис. грн. На плановий період передбачено

підвищити обсяг реалізації туристичного продукту на 25,0 %, а змінні витрати плануються в обсязі 575,0 тис. грн.

Задача 3.

На основі наведених даних розрахувати для базового та планового років: кошторис витрат на виробництво продукції ресторанного комплексу; собівартість валової продукції та повну собівартість товарної продукції:

Елементи витрат	Сума витрат базового року, тис. грн.	Зміна у плановому році, %
Матеріальні витрати	18600,0	+4,5
Витрати на оплату праці	6200,0	+3,2
Відрахування на соціальні заходи	2100,0	+3,2
Амортизація основних засобів	3540,0	–
Інші витрати	890,0	-5,0
Витрати, що не включені до виробничої собівартості продукції	560,0	+6,7
Зміна залишків витрат майбутніх періодів	+670,0	- 9,4
Зміна залишків резерву майбутніх платежів	+95,0	- 19,3
Зміна залишків незавершеного виробництва	+345,0	-78,5
Позавиробничі витрати	1050,0	+4,3

Задача 4.

У звітному році загальна собівартість турпродукції склала 325,0 тис. грн. Питома вага зарплати в собівартості – 25,0 %, матеріальних витрат – 43,0 %, умовно-постійних витрат – 15,0 %.

У плановому році передбачено досягти росту продуктивності праці на 2,5%, середньої зарплати на 5,0 %, обсягу надання послуг – на 7,5 %, а також зниження розміру матеріальних витрат на 3,0 % та умовно-постійних витрат – на 1,0 %. Визначити абсолютну і відносну зміну собівартості турпродукту під впливом всіх можливих чинників, а також плановий розмір собівартості турпродукту.

Задача 5.

Визначити витрати турпідприємства за елементом «Матеріальні витрати», що включають у собівартість туристичного продукту, використовуючи наведені нижче дані:

Показники	Сума, тис. грн.
Витрати з придбання прав на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту: з транспортного обслуговування	1500,0
У тому числі трансфер:	
з розміщення й проживання	600,0
з харчування	450,0
з екскурсійного обслуговування	65,0
з візового обслуговування	400,0
з страхування туристів	120,0
на послуги культурно-дозвільного, спортивного характеру	35,0
на інші послуги, що використовуються при виробництві туристичного продукту	30,0
Витрати на оплату праці:	
на послуги гідів-перекладачів, осіб, що супроводжують, працюючих на умовах трудового договору	100,0
працівників туристичного підприємства	210,0
матеріальна допомога	80,0
Відрахування у пенсійний фонд	55,0
Витрати на відрядження	160,0
Витрати на проведення особливо складних видів ремонту основних засобів	200,0

Задача 5.

На основі наведених нижче даних визначити фактичну суму витрат туристичного підприємства за елементом «Витрати на оплату праці», що включають у собівартість туристичного продукту:

Показники	Сума, тис. грн.
1	2
Оплата праці основного персоналу за штатним розкладом	550,0
Премії за підсумками роботи за рік	1100,0
Премії за високі досягнення в праці	450,0

1	2
Премії, виплачені за рахунок коштів спеціального призначення	220,0
Оплата за понаднормову роботу	180,0
Оплата за сполучення професій	240,0
Виплати у зв'язку зі скороченням чисельності працюючих	300,0
Одноразові винагороди за вислугу років	85,0
Безпроцентна позичка на соціальне забезпечення	1000,0
Матеріальна допомога	750,0
Оплата додатково оплачуваних відпусток працівникам	455,0
Оплата путівок на лікування, відпочинок, екскурсії й подорожі	340,0
Оплата відпустки перед початком роботи молодим фахівцям	55,0

Задача 7.

Визначити витрати туристичного підприємства за елементом «Інші витрати», що включають у собівартість туристичного продукту, використовуючи дані за звітний період:

Показники	Сума, тис. грн.
Резервний капітал	1800,0
Відрахування у страхові фонди	150,0
Відрахування у позабюджетні фонди	210,0
Екологічний збір	90,0
Витрати на оплату відсотків за отриманими кредитами	200,0
Витрати на відрядження	85,0
Плата стороннім організаціям за пожежну й сторожову охорону	110,0
Витрати на підготовку й перепідготовку кадрів	200,0
Оплата послуг зв'язку, банків і т.д.	135,0
Витрати на юридичні й консультаційні послуги	175,0
Плата за оренду	200,0
Витрати, пов'язані з освоєнням нових турів	450,0
Витрати на придбання спеціальних бланків і документів	65,0
Представницькі витрати	95,0

Задача 8.

На основі наявних даних туристичного оператора проведіть групування витрат по елементах і визначте собівартість туристичного продукту:

(тис. грн.)

Показники	Варіант		
	1-й	2-й	3-й
А	1	2	3
Покупні матеріали, що використовуються в процесі виробництва туристичного продукту або витрачаються на інші виробничі й господарські потреби (придбання спеціальних бланків і документів: туристичну путівки, туристичні ваучери тощо)	200,0	750,0	950,0
Витрати на утримання, ремонт і експлуатацію устаткування, будинків, споруд, спеціальних транспортних засобів, що обслуговують туристів, і інших основних засобів	80,0	75,0	90,0
Витрати з придбання прав на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту	560,0	480,0	620,0
Витрати підрозділів туристичної фірми, що беруть участь у виробництві туристичного продукту	75,0	68,0	80,0
Витрати, пов'язані з діяльністю виробничого персоналу: основна зарплата і премії за виробничі результати	150,0	130,0	200,0
Сума нарахованої амортизації	180,0	240,0	430,0
Оплата путівок на відпочинок, інші пільги соціального характеру працівникам	60,0	85,0	130,0
Витрати, пов'язані з освоєнням нових турів	95,0	78,0	145,0
Витрати послуг зв'язку, у тому числі телефонного, мобільного тощо	25,0	20,0	40,0
Витрати на придбання спеціальних бланків (ваучерів, путівок і т.д.)	18,0	15,0	20,0
Витрати на оплату інформаційних, аудиторських і консультаційних послуг, пов'язаних з діяльністю туристичного оператора	23,0	19,0	28,0
Представницькі витрати (за нормами)	120,0	-	220,0
Витрати на відрядження, усього	190,0	180,0	210,0
у тому числі за встановленими нормами	135,0	135,0	135,0
Податки, збори, платежі й інші обов'язкові відрахування, які відповідно до порядку, встановленого законодавством, підлягають віднесенню на собівартість	165,0	145,0	195,0

Продовження

A	1	2	3
Комерційні витрати	95	84	110
Виплати працівникам, що вивільняють із туристської організації у зв'язку з її реорганізацією, скороченням чисельності працівників і штатів	115	65	145
Сплата відсотків по кредитах банків	72	54	82

Задача 9.

Розрахуйте витрати виробництва за статтею «Відсотки за кредит» по туристичному комплексу на основі наступних даних:

Показники	Значення
Плановий обсяг продажу туристичних послуг на рік, тис. грн.	720000,0
Середній рівень рентабельності, у % до обсягу продажу	26,8
Транспортні витрати, у % до обсягу продажу	2,4
Наявність власних оборотних коштів, тис. грн.	1480,0
Процентна ставка за кредит, % на рік	60,0
Норматив товарних запасів, днів	36,0
Кредиторська заборгованість постачальникам послуг, тис. грн.	2300,0

Задача 10.

У певному періоді часу туристична фірма зробила значні відрахування на рекламу й мала відповідні обсяги продажу. На основі наведених нижче даних установити взаємозв'язок між витратами на рекламу й обсягом продажу за дев'ять тижнів:

Витрати на рекламу, тис. грн.	22	18	24	12	36	30	40	44	48
Обсяг продажу, тис. грн.	170	160	190	140	280	220	300	310	340

Інформаційні джерела: 2-3,8,10,12,15,17-19,21,28-30,32,42-43,50,53-55,58.

Тести

1. Споживання яких видів ресурсів обумовлює формування поточних витрат туристичного підприємства:

- матеріальних;
- трудових;
- фінансових;

г) усіх зазначених ресурсів.

2. Яким чином під час визначення обсягу поточних витрат окремого підрозділу готелю враховуються витрати на утримання адміністративно-управлінського апарату підприємства:

а) не враховуються;

б) враховуються у частині, що розподіляється на даний підрозділ відповідно до обраної бази розподілу;

в) враховуються повним обсягом та прямо відносяться на поточні витрати даного підрозділу;

г) питання є некоректним, оскільки окремий підрозділ готелю не може розглядатися як об'єкт витрат.

3. Яким чином під час визначення обсягу поточних витрат окремого підрозділу туристичного підприємства враховується амортизація будівлі:

а) не враховується;

б) враховується в частині, що розподіляється на даний об'єкт відповідно до обраної бази розподілу;

в) питання є некоректним, оскільки окремий підрозділ не може розглядатися як об'єкт витрат;

г) враховується повним обсягом та прямо відноситься на поточні витрати даного об'єкта.

4. Як розраховується показник «рівень поточних витрат підприємства туристичного підприємства»?

а) як відношення доходу до обсягу поточних витрат;

б) як відношення обсягу поточних витрат до собівартості;

в) як відношення обсягу поточних витрат до доходу, виражається у відсотках.

5. До якої групи витрат за ступенем еластичності від обсягу доходу належить оплата за оренду приміщень, якщо розглядається короткостроковий період діяльності туристичного агентства:

а) до змінних;

б) частково - до умовно-постійних, а частково - до змінних;

в) до умовно-постійних;

г) питання є некоректним, оскільки зазначені види витрат не належать до поточних витрат туристичного агентства.

6. До якої групи поточних витрат за ступенем еластичності від обсягу доходу належать витрати туристичного підприємства на оплату праці?

а) до змінних;

- б) частково - до умовно-постійних, а частково - до змінних;
- в) до умовно-постійних;
- г) питання є некоректним, оскільки зазначені види витрат не належать до поточних витрат туристичного підприємства.

7. До витрат туристичної фірми не входять:

- а) витрати на заробітну плату персоналу;
- б) оренду службового приміщення;
- в) зв'язок, електроенергію, комунальні послуги;
- г) виготовлення продукції.

8. Який чинник, що впливає на поточні витрати туристичного підприємства, належить до групи внутрішніх факторів:

- а) вартість рекламних послуг, якими користується підприємство;
- б) розмір ставок відсотків за кредит, що залучається підприємством;
- в) система оплати праці, що використовується на підприємстві;
- г) норми амортизаційних відрахувань, які використовуються для обчислення суми амортизації основних засобів підприємства.

9. Чи правильним є твердження, що основною метою політики управління поточними витратами підприємства туристичного підприємства є їх мінімізація?

- а) так, якщо йдеться про мінімізацію рівня поточних витрат у відсотках до обсягу доходу;
- б) так, якщо йдеться про мінімізацію загального обсягу поточних витрат;
- в) так, якщо йдеться про розмір граничних витрат на одиницю доходу;
- г) ні, зменшення витрат не повинно негативно впливати на стандарт обслуговування та обсяги отримання прибутку, основною метою є оптимізація обсягу витрат.

10. Що характеризує показник «необхідний обсяг витрат», який розраховується у процесі планування поточних витрат підприємства туристичного підприємства?

- а) максимальний обсяг витрат (за результатами розрахунку точки беззбитковості), який покривається доходами підприємства;
- б) цільовий обсяг витрат, необхідний для отримання цільового обсягу прибутку;

- в) мінімальний обсяг витрат, який дає змогу забезпечити належний стандарт обслуговування.;
- г) усі витрати підприємства.

11. *У чому полягає сутність економіко-статистичного методу планування витрат підприємства туристичного підприємства?*

- а) встановлюється зв'язок та залежність поточних витрат від різних чинників;
- б) розраховуються нормативи поточних витрат за окремими видами витрат;
- в) планові показники отримують на основі узагальнення прогнозів експертів;
- г) планування здійснюється на підставі виявлених тенденцій зміни показника шляхом розрахунку темпових співвідношень.

12. *У чому полягає сутність методу техніко-економічних розрахунків витрат?*

- а) планування здійснюється на підставі виявлених тенденцій зміни показника шляхом розрахунку темпових співвідношень;
- б) розраховуються нормативи або ліміти поточних витрат за окремими видами витрат;
- в) устанавлюється зв'язок та залежність поточних витрат від різних факторів;
- г) планові показники отримують на основі узагальнення прогнозів експертів.

13. *Яке з наведених визначень характеризує бухгалтерський підхід до поняття «витрати підприємства»?*

- а) вартість ресурсів, які споживаються підприємством для забезпечення господарської діяльності;
- б) вибуття грошових коштів та їх еквівалентів у процесі господарської діяльності підприємства;
- в) зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства;
- г) компенсація вартості товарів, придбаних або виготовлених для їх подальшого використання у господарській діяльності.

14. *Собівартість турпродукту – це:*

- а) сукупність операційних витрат турпідприємства за поточний період;
- б) витрати турпідприємства на реалізацію турпродукту;
- в) сукупність витрат на формування та реалізацію турпродукту, що виражається в грошовій формі;
- г) витрати на формування турпродукту туристичним

підприємством

15. До складу якого елемента операційних витрат, що віддзеркалюються у фінансовій звітності туристичного підприємства, належать витрати на виплату матеріальної допомоги працівникам?

- а) відрахування на соціальні заходи;
- б) витрати на оплату праці;
- в) інші операційні витрати;
- г) питання є некоректним, оскільки виплати матеріальної допомоги працівникам не належать до операційних витрат.

16. Який показник оцінки ефективності здійснення витрат підприємства туристичного підприємства характеризує обсяг доходу на одиницю понесених витрат?

- а) витратовіддача;
- б) дохідність витрат;
- в) прибутковість витрат;
- г) рівень витрат.

17. Постійні витрати – це:

- а) витрати, що залишаються незмінними при зміні обсягів реалізації турпродукту;
- б) витрати, що залежать від обсягу реалізації турпродукту;
- в) витрати, що забезпечують функціонування туристичного підприємства;
- г) витрати на утримання адмінпарату.

18. Вартість путівки містить наступні статті:

- а) вартість проїзду, трансферу, оформлення візи, страхування;
- б) вартість харчування, проживання, екскурсійної програми;
- в) вартість розваг, сувенірів, зв'язку;
- г) правильні відповіді а) і б).

19. Ціна туристичної путівки більше від її собівартості на:

- а) величину витрат і доходу туристичної фірми;
- б) вартість проїзду і трансферу;
- в) вартість оформлення візи;
- г) правильні відповіді а) і б).

20. Метод нормативної калькуляції включає у себе:

- а) витрати на утримання й експлуатацію устаткування;
- б) витрати на рекламу;
- в) витрати на збут туристичної продукції;
- г) нормування витрат за окремими елементами витрат.

ТЕМА 8. Управління прибутками та рентабельністю на підприємствах туристичної сфери

Методичні поради до вивчення теми

При вивченні даної теми студент має знати, що успішне функціонування будь-якого підприємства в ринкових умовах можливе лише за умови досягнення певних фінансових результатів, показниками яких є *прибуток* і *рентабельність*. Ці показники характеризують абсолютну і відносну ефективність діяльності підприємства. Прибуток є основою економічного розвитку підприємства, а його зростання створює фінансову базу для розширеного відтворення, вирішення соціальних і матеріальних потреб трудового колективу. За рахунок прибутку виконується частина зобов'язань підприємства перед бюджетом, банками та іншими підприємствами і організаціями. За величиною прибутку визначається рівень віддачі авансованого капіталу і дохідність вкладень в активи підприємства.

Отже, *економічна сутність прибутку* полягає у тому, що він:

- 1) узагальнює результати господарсько-фінансової діяльності і є вимірником ефективності використання усіх видів ресурсів;
- 2) забезпечує формування доходної частини бюджету підприємства, регіону і країни;
- 3) є джерелом винагороди власників капіталу, інвестованого в діяльність підприємства, і преміювання працівників;
- 4) виступає внутрішнім джерелом інвестування розвитку діяльності підприємств;
- 5) створює привабливість і надійність для внутрішніх і зовнішніх інвесторів (кредиторів).

Прибуток – це частина доходу, що залишається підприємству після відшкодування витрат і сплати податків та обов'язкових зборів:

$$\Pi = D_{\text{ч}} - B - \Pi_{\text{од}} \quad (8.1)$$

де Π – чистий прибуток;

$D_{\text{ч}}$ – чистий дохід;

B – витрати;

$\Pi_{\text{од}}$ – податки й обов'язкові збори.

Студент має звернути увагу на те, що прибуток туристичних підприємств можна *класифікувати* за різними ознаками (рис. 8.1).

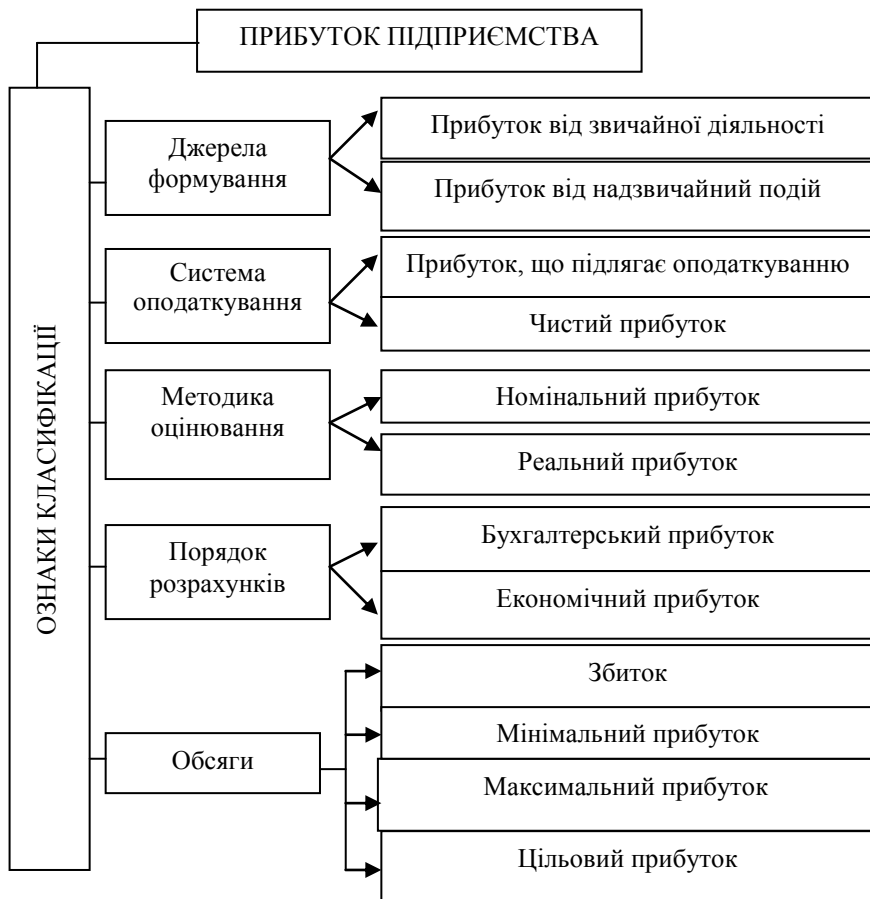


Рис. 8.1. Види прибутку підприємств туристичної сфери

Так, *прибуток (збиток) від операційної діяльності* являє собою різницю між чистим доходом від усіх видів операційної діяльності і сумою витрат, пов'язаних з цією діяльністю.

Прибуток (збиток) від фінансової діяльності виступає як різниця між доходами і витратами в цій діяльності.

Загальна сума прибутку (збитку) від *операційної та фінансової діяльності* – це *прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування*. Після сплати податку на прибуток залишається *чистий прибуток*.

Аналогічно формується *прибуток (збиток) від надзвичайних подій*.

У разі утворення збитку від *надзвичайних подій*, то *покривається* він *чистим прибутком* від *звичайної діяльності* з урахуванням повернення підприємству податку на ту частину прибутку, що пішла на покриття збитку.

Сума чистого прибутку (збитку) від *звичайної діяльності* і *надзвичайних подій* утворює *сукупну суму чистого прибутку* (збитку) підприємства. Отриманий *чистий прибуток* є власністю підприємства і використовується відповідно до його Статуту.

Студент має також знати, що залежно від величини прибутку туристичне підприємство може бути *збитковим*, з *мінімальним*, *максимальним* або *цільовим* прибутком. Так, якщо дохід перевищує витрати і податкові платежі, то це свідчить про одержання підприємством *прибутку*. Якщо дохід дорівнює витратам, то забезпечується лише *беззбитковість* (нульовий прибуток). У разі перевищення витрат над доходами підприємство одержує негативний фінансовий результат – *збиток*.

Рубежем для припинення діяльності туристичного підприємства є ситуація, за якої *чистий дохід* від реалізації турпродукту *менший* або *дорівнює сумі змінних витрат*:

$$V_{\text{ч}} \leq B_{\text{зм}} \quad (8.3)$$

де $V_{\text{ч}}$ – чистий дохід від реалізації турпродукту (послуг);

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

Під *мінімальним прибутком* розуміється така величина чистого прибутку, яка дорівнює середній відсотковій ставці за поточний період на депозитні внески в банках. Щоб забезпечити такий чистий прибуток підприємець має одержати відповідну суму прибутку, що підлягає оподатковуванню. Величину *мінімального* прибутку, що підлягає оподатковуванню, можна розрахувати за формулою

$$P_{\text{min}} = \frac{IH \times C_{\text{ден}}}{100 - C_n} \quad (8.4)$$

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

IH – сума інвестованого капіталу в діяльність підприємства;

$C_{\text{ден}}$ – середня за поточний період відсоткова ставка на банківські

депозити;

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

Максимальний прибуток 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):

$$MR = MC \quad (8.5)$$

Цільовий прибуток – це сума чистого прибутку, яка відповідає можливостям підприємства одержувати обсяг прибутку, що відповідає потребам підприємства в забезпеченні економічного та соціального розвитку. Вважається, що за нормальних умов *цільовий прибуток* повинен *перевищувати мінімальний*.

За сумою прибутку визначають лише абсолютний ефект діяльності підприємства без урахування використаних при цьому ресурсів. Охарактеризувати рівень віддачі витрат і ступінь використання ресурсів дає можливість розрахунок показника *рентабельності* (відносний показник ефективності діяльності підприємства).

Система показників рентабельності має охоплювати *дві групи*:

рентабельність діяльності підприємства;

рентабельність використовуваних ресурсів;

Рентабельність діяльності характеризує, скільки прибутку припадає на одиницю виручки (доходу) від реалізації турпослуг або на одиницю витрат підприємства. *Рентабельність виручки* являє собою частку прибутку в середній ціні турпродукту (послуги).

При цьому необхідно звернути увагу на те, що розрахунок показників рентабельності туристичних підприємств залежить від виду їх діяльності.

Так, для *туроператора рентабельність* розраховується у відсотках до *виручки* (доходу) від реалізації турпродукту та окремих послуг ($P_{\text{вир}}^{\text{он}}$) за формулою

$$P_{\text{вир}}^{\text{он}} = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{D_{\text{ч}}} \times 100\% \quad (8.6)$$

де $\Pi_{\text{ч}}$ – чистий прибуток туроператора;

$D_{\text{ч}}$ – чистий дохід (виручка) від реалізації туроператора.

Для турагентської діяльності розраховується *рентабельність комісійної винагороди* ($P_{кв}^{a2}$) за формулою

$$P_{кв}^{a2} = \frac{\Pi_{ч}}{KB_{ч}} \times 100\% \quad (8.7)$$

де $\Pi_{ч}$ – чистий прибуток турагента;
 KB – комісійна винагорода турагента.

Рентабельність витрат визначається як *відношення* суми *прибутку* підприємства до суми його *витрат* за певний період і виражається у відсотках. Цей показник характеризує *ефективність поточних витрат* підприємства, їхню *окупність* і величину *прибутку*, що припадає на *одиницю витрат*.

Особливе місце в оцінюванні ефективності витрат займає рентабельність, обчислена до *фонду оплати праці*. Цей показник показує скільки чистого прибутку підприємства припадає на 100 грн. заробітної плати трудового колективу. Формула для розрахунків цього показника не залежить від виду підприємства і має такий вигляд:

$$P_{фон} = \frac{\Pi_{ч}}{\Phi ОП_{ч}} \times 100\% \quad (8.8)$$

де $P_{фон}$ – рентабельність фонду оплати праці, %;
 $\Phi ОП$ – фонд оплати праці підприємства.

Однак рентабельність діяльності підприємств не завжди характеризує економічну ефективність використання ресурсів, оскільки може бути високою навіть при низькій ефективності їх використання. Тому використовують *другу групу показників рентабельності*, які визначаються як *відношення прибутку до середньої вартості певних видів ресурсів*. Виняток складає лише *рентабельність використання трудових ресурсів* ($P_{тр}$), яка розраховується як *відношення прибутку до середньооблікової кількості працівників підприємства*:

$$P_{тр} = \frac{\Pi_{ч}}{Ч_{об}} \times 100\% \quad (8.9)$$

де $Ч_{об}$ – середньооблікова кількість працівників.

Такий показник характеризує величину прибутку, яку забезпечує підприємству один середньообліковий працівник, і виражається у гривнях на одного працівника.

Рентабельність основних засобів ($P_{оз}$) підприємства визначається за формулою

$$P_{оз} = \frac{\Pi_q}{OЗ} \times 100\% \quad (8.10)$$

де $OЗ$ – середньорічна вартість основних засобів.

Рентабельність оборотних активів розраховується аналогічно рентабельності основних засобів з тією лише різницею, що в знаменнику використовується *середня сума оборотних активів*.

Рентабельність капіталу підприємства може розраховуватися стосовно *сукупного капіталу*, авансованого в діяльність підприємства, або *окремих його складових*:

рентабельність *сукупного капіталу* ($P_{ск}$):

$$P_{ск} = \frac{\Pi_q}{ВБ_{ср}} \times 100\% \quad (8.11)$$

де $ВБ_{ср}$ – середня сума валюти балансу;

рентабельність *власного капіталу* ($P_{вк}$)

$$P_{вк} = \frac{\Pi_q}{ВК_{ср}} \times 100\% \quad (8.12)$$

де $ВК_{ср}$ – середня сума власного капіталу;

рентабельність *чистого оборотного капіталу* ($P_{чок}$)

$$P_{чок} = \frac{\Pi_q}{ЧОК_{ср}} \times 100\% \quad (8.13)$$

де $ЧОК_{cp}$ – середня сума чистого оборотного капіталу;

рентабельність *перманентного капіталу* ($P_{пк}$):

$$P_{пк} = \frac{П_ч}{ПК_{cp}} \times 100\% \quad (8.14)$$

де $ПК_{cp}$ – середня сума перманентного капіталу.

Чистий оборотний капітал – це сума власного оборотного капіталу, а до *перманентного капіталу* відноситься той капітал, що знаходиться в довгостроковому розпорядженні підприємства. Величина *перманентного капіталу* (ПК) дорівнює сумі всіх джерел власного капіталу і довгострокових кредитів на певну дату:

$$ПК = BK + K_{oc} \quad (8.15)$$

де K_{oc} – сума довгострокових кредитів.

Усі показники рентабельності можна розраховувати як на основі *чистого прибутку*, так і *оподаткованого прибутку*. Розрахунки рентабельності за даними *чистого прибутку* дозволяють оцінити вплив податкових та інших обов'язкових платежів на рентабельність.

Стратегія управління прибутком має пов'язуватися з головною метою діяльності туристичного підприємства – досягнення певного рівня рентабельності на вкладений капітал та одержання бажаної суми чистого прибутку. Отже, *управління прибутком* являє собою процес розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу і використання на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах.

Вивчення даної теми передбачає також з'ясування питань щодо *методів планування прибутку* підприємства. Система планових розрахунків прибутку охоплює визначення джерел його отримання та обґрунтування напрямів використання.

Студент має знати, що основним джерелом прибутку в туризмі є виручка від реалізації турпродукту (послуг). Для планування прибутку від реалізації турпродукту (послуг) використовують різні методи.

Перший метод ґрунтується на використанні *плану доходів* від реалізації турпродукту (послуг) і *плану витрат*, пов'язаних з його комплектуванням і реалізацією.

План прибутку для *туроператора* за цим методом розраховують за формулою:

$$П_{он}^{nl} = V^{nl} - ПДВ - B^{nl} \quad (8.16)$$

де $П_{он}^{nl}$ – планова сума прибутку туроператора від реалізації;

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

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

При плануванні *прибутку турагента* враховують специфіку утворення його доходу і витрат за формулою

$$П_{аз}^{nl} = KB^{nl} - ПДВ - B^{nl} \quad (8.17)$$

де $П_{аз}^{nl}$ – 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. Розрахунок плану прибутку за цим методом здійснюється за формулами:

для *туроператора*:

$$П_{он}^{nl} = \frac{D_{ч}^{nl} \times P_{вир}}{100} \quad (8.18)$$

для *турагента*:

$$П_{аз}^{nl} = \frac{KB_{ч}^{nl} \times P_{кв}}{100} \quad (8.19)$$

де $D_{ч}^{nl}$ – чистий дохід туроператора на плановий період;
 $P_{вир}$ – плановий рівень рентабельності виручки туроператора;
 $KB_{ч}^{nl}$ – чиста комісійна винагорода турагента на плановий період;
 $P_{кв}$ – плановий рівень рентабельності комісійної винагороди турагента.

Плановий рівень рентабельності діяльності туристичних підприємств визначається коригуванням фактичного рівня рентабельності на можливі зміни доходу і витрат.

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

$$P_{on}^{nl} = \frac{P_{ч}^{nl} \times 100}{100 - C_{nod}} \quad (8.20)$$

де P_{on}^{nl} – оподатковувана сума планового цільового прибутку;
 $P_{ч}^{nl}$ – планова сума чистого прибутку;
 C_{nod} – ставка податку на прибуток, %.

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

Планування прибутку з *інших джерел* здійснюється *методом прямих розрахунків*.

План розподілу прибутку повинен бути спрямованим на підвищення ринкової вартості підприємства, на формування інвестицій для забезпечення саморозвитку підприємства, на забезпечення матеріальної зацікавленості власників капіталу та працівників підприємства, на формування резервного фонду.

Для оцінювання *ефективності розподілу чистого прибутку* використовується *коефіцієнт капіталізації*, що розраховується за формулою

$$K_{\text{кп}} = \frac{\Pi_{\text{кп}} \times 100}{\Pi_{\text{ч}}} \quad (8.21)$$

де $K_{\text{кп}}$ – коефіцієнт капіталізації чистого прибутку;

$\Pi_{\text{кп}}$ – прибуток, що капіталізується;

$\Pi_{\text{ч}}$ – чистий прибуток.

Розподіл чистого прибутку вважається раціональним, якщо коефіцієнт його капіталізації становить не менше ніж 25 % ($K_{\text{кп}} \geq 25\%$).

Чистий прибуток туристичного підприємства *розподіляється* за такими напрямками: *резервний фонд*, *фонд накопичення*, *фонд споживання*.

Термінологічний словник

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

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

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.

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

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.

Рентабельність – відносний показник ефективності роботи підприємства, котрий обчислюється як відношення прибутку до

витрат (ресурсів).

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

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

Чистий прибуток – враховує у своєму складі суму прибутку від звичайної діяльності після оподаткування з врахуванням сальдо надзвичайних доходів і витрат після сплати законодавчо встановлених податків; залишається у розпорядженні підприємства.

Теми рефератів

1. Прибуток як економічна категорія та узагальнюючий показник економічної ефективності господарської діяльності підприємств туристичної сфери.

2. Види та джерела утворення прибутку підприємств туристичної сфери.

3. Показники вимірювання прибутковості та рентабельності туристичних підприємств.

4. Методи планування можливого прибутку підприємств туристичної сфери в цілому за джерелами формування.

5. Резерви та шляхи підвищення рентабельності підприємств туристичної сфери.

6. Управління прибутком та рентабельністю підприємств туристичної сфери.

Питання для самостійного вивчення

1. Методичні підходи до оцінки розмірів мінімального, цільового, нормального та максимального прибутку туристичних підприємств.

2. Методичні підходи до визначення можливого та необхідного обсягу прибутку.

3. Методичні підходи до розробки плану (прогнозу) формування фінансового результату (прибутку) підприємств туристичної сфери.

4. Обґрунтування потреби туристичних підприємств за окремими напрямками використання прибутку: виробничий розвиток, соціальний розвиток, споживання власників, резервування тощо.

5. Порядок планування розподілу планового чистого прибутку підприємств туристичної сфери.

Практичне заняття 26

Прибутковість господарської діяльності підприємств туризму

(2 год.)

1. Прибуток як узагальнюючий показник економічної ефективності господарської діяльності підприємств туристичної індустрії.

2. Види та джерела утворення прибутку підприємств туристичної сфери.

3. Економічні підходи до характеристики прибутку підприємства: залежно від виду діяльності, порядку визначення, методики оцінки, мети визначення.

Практичне заняття 27

Методичні підходи до визначення розмірів мінімального, цільового, нормального та максимального прибутку

(2 год.)

1. Поняття мінімального, цільового, нормального та максимального прибутку.

2. Методичні підходи до визначення розмірів мінімального, цільового, нормального та максимального прибутку.

Практичне заняття 28

Рентабельність підприємств туристичної сфери

(2 год.)

1. Поняття рентабельності підприємств туристичної сфери.

2. Показники вимірювання прибутковості та рентабельності туристичних підприємств.

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

Практичне заняття 29

Аналіз фінансового результату діяльності підприємств туристичної сфери

(2 год.)

1. Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу фінансового результату підприємств туристичної сфери.

2. Інформаційне забезпечення аналітичної роботи.
3. Характеристика сутності та інструментарію окремих етапів аналізу при позитивному та негативному фінансовому результаті.
4. Структурно-логічна схема процесу управління фінансовими результатами та характеристика змісту окремих етапів роботи.

Практичне заняття 30

Розробка плану формування фінансового результату (прибутку) підприємств туристичної сфери (2 год.)

1. Методичні підходи до розробки плану формування фінансового результату (прибутку) підприємств туристичної сфери.
2. Методичні підходи до визначення можливого і необхідного обсягу прибутку.
3. Методи планування можливого прибутку підприємств туристичної індустрії в цілому та по окремих джерелах формування.

Практичне заняття 31

Напрями використання прибутку туристичних підприємств (2 год.)

1. Обґрунтування потреби туристичних підприємств за окремими напрямками використання прибутку: виробничий розвиток, соціальний розвиток, споживання власників, резервування тощо.
2. Порядок планування розподілу планового чистого прибутку підприємств туризму.

Завдання для самостійної роботи студентів

1. Розкрити механізм формування показників прибутку.
2. Дати оцінку фінансовим результатам діяльності туристичного підприємства (за вибором студента).
3. Побудувати структурно-логічну схему процесу управління фінансовими результатами туристичного підприємства та охарактеризувати зміст окремих його етапів.

Навчальні завдання до практичних занять

Задача 1.

Туристичне підприємство у звітному періоді отримало виручку від

реалізації турпродукту (без ПДВ) в обсязі 5900,0 тис. грн. Повна собівартість реалізованого турпродукту склала 5000,0 тис. грн. На підприємстві планувалось утворення фонду виробничого розвитку обсягом 440,0 тис. грн. Оцініть рівень достатності чистого прибутку, що отримало підприємство за звітний період, для самофінансування його виробничого розвитку. Ставка податку на прибуток – взяти на рівні діючої.

За результатами розрахунків зробіть висновки.

Задача 2.

Визначити величину чистого прибутку туристичного підприємства та оцінити показник рентабельності витрат, рентабельність капіталу підприємства за наступними даними:

Показники	Сума, тис. грн.
Дохід від реалізації турпродукту	588,0
Повна собівартість реалізованого турпродукту	420,0
Прибуток від реалізації нематеріальних активів	120,0
Інші позареалізаційні доходи	150,0
Позареалізаційні збитки	600,0
Середньорічна вартість основних засобів	1056,0
Середньорічна вартість нормованих оборотних коштів	216,0

Задача 3.

Визначити рівень рентабельності туру А і показник рентабельності виробничих засобів, якщо план продажу даного туру становить 864 од., повна собівартість туру 5032 грн., ціна реалізації туру туроператором 6232 грн., середньорічна вартість виробничих засобів становить 1980 тис. грн., а нормованих оборотних засобів 205 тис. грн. Ставка податку на прибуток прийняти на рівні діючої ставки оподаткування.

Задача 4.

Визначити величину фонду споживання туристичного підприємства на основі наступних вихідних даних:

1. Підприємством отриманий прибуток від реалізації турпродукту в сумі 242,0 тис. грн.

2. Реалізовано основних засобів, що не були використані, на суму

22,0 тис. грн.

3. Сплачено штрафів іншими підприємствам за порушення умов оплати отриманих послуг у сумі 15,06 тис. грн.

4. Сплачені відсотки за використання банківського кредиту в сумі 6,38 тис. грн.

5. Частка коштів, яку планується спрямувати на формування фонду нагромадження становить 40,0 % загальної величини планового прибутку підприємства.

Задача 5.

Визначити та проаналізувати показники прибутковості діяльності туристичного підприємства за даними, які наведені нижче:

Показники	Минулий рік	Звітний рік
Обсяг реалізації турпродукту, од.	1100	1305
Середня ціна реалізації за тур (з ПДВ), грн.	980,0	1026,0
Середня собівартість одного туру, грн.	640,0	850,0
Прибуток від реалізації майна, що не використовується, грн.	3075,0	4000,0
Збитки від позареалізаційних операцій, грн.	2500,0	3090,0
Середньорічна вартість основних засобів, грн.	126000,0	141000,0
Середньорічна вартість оборотних засобів, грн.	38000,0	42000,0
Середньорічна величина власного капіталу, грн.	1100000,0	1650000,0

Задача 6.

Обґрунтуйте необхідну та можливу величину прибутку туристичного підприємства у плановому періоді, якщо для виконання програми виробничого та соціального розвитку підприємства повинні бути створені наступні умови:

сформований фонд виробничого розвитку в розмірі 4200,0 тис. грн.

фонд соціального споживання – 1300,0 тис. грн.

фонд виплати дивідендів становитиме 30,0 % від загальної суми чистого прибутку підприємства

резервний фонд 200,0 тис. грн.

плановий обсяг доходу від реалізації турпродукту 154770,0 тис. грн.

рівень рентабельності обороту в звітному періоді становив 7,0 %. В плановому періоді його значення залишиться на рівні звітного.

в плановому періоді прогнозується, що прибуток зросте в зв'язку з можливістю здійснення інших видів діяльності на 600,0 тис. грн.

Задача 7.

Туристичний оператор спеціалізується на реалізації трьох видів турів А, Б та В. Виручка від реалізації усіх турів становить 390,0 тис. грн. і розподіляється по турах таким чином: А – 140,0 тис. грн., Б – 180,0 тис. грн., В – 120,0 тис. грн. Нормативні непрямі витрати становлять 57,0 тис. грн. і розподіляються по турах пропорційно до витрат праці на їх розробку: тур А – 0,2 год./тур.; тур Б – 0,5 год. /тур.; тур В – 1,0 год. /тур. Фактичні непрямі витрати становлять 60,0 тис. грн. Прямі витрати у розрізі турів становлять: тур А – 79,5 тис. грн., тур Б – 57,9 тис. грн., тур В – 70,0 тис. грн.

Необхідно оцінити рентабельність окремих видів турпродукту та обґрунтувати вибір найбільш рентабельних з них.

Задача 8.

Визначити очікувану рентабельність власних засобів з урахуванням ефекту фінансового важеля, якщо в результаті інвестування засобів у капітальні вкладення в розмірі 2800,0 тис. грн. планується дістати прибуток у розмірі 500,0 тис. грн. Ставка податку на прибуток – 25,0 %.

Ставка по банківських кредитах протягом періоду інвестування – 11,0 %.

Можливі наступні варіанти джерел інвестицій:

- а) використання тільки власних засобів;
- б) використання позикових засобів у розмірі 900,0 тис. грн.;
- в) використання позикових засобів у розмірі 2000,0 тис. грн.

Задача 9.

Визначити чистий прибуток туристичного оператора та суму податку на додану вартість на плановий рік, відповідно до нижче зазначених даних:

1. Доход від реалізації турів і окремих видів тур послуг – 2650,0 тис. грн.
2. Доход від продажу авіаквитків – 200,0 тис. грн.
3. Доход від надання екскурсійних послуг – 200,0 тис. грн.
4. Дивіденди по цінним паперам, що належать туристичному оператору – 120,0 тис. грн.
5. Витрати на придбання цінних паперів – 250,0 тис. грн.
6. Сума відсотків за депозитний рахунок – 50,0 тис. грн.
7. Загальні поточні витрати туристичного оператора – 2100,0 тис. грн.
8. Обов'язкові платежі з прибутку – 350,0 тис. грн.

Задача 10.

Розрахувати податки та розподілити прибуток за напрямками використання. Внески бюджетних відрахувань: податок за землю 2,0 тис. грн., податок на транспортні засоби – 6,0 тис. грн., комунальний податок – 8,0 тис. грн.:

Показники	План на рік	І кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
Прибуток від реалізації туристичної продукції, тис. грн.	50,0	10,0	10,0	20,0	10,0
Інший операційний прибуток, тис. грн.	20,0				
Амортизація, тис. грн.	10,0				
Сума кредиторської заборгованості, тис. грн.	20,0				
Середній відсоток за кредит, %	15,0				
Прибуток до оподаткування, тис. грн.					
Податок на прибуток, %					
Прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства, тис. грн.					
Резервний фонд, тис. грн.					
Фонд розвитку, тис. грн.					
у тому числі:					
- поповнення оборотних коштів					
- виплата відсотків за довгостроковими кредитами					
- інші напрямки, передбачені у колективній угоді					

Розподіл по кварталах розподілити пропорційно до прибутку від реалізації туристичної продукції. Зробити відповідні висновки.

Задача 11.

Розрахувати вартість винагороди туроператора. За замовленням туриста туроператор формує турпродукт у вигляді туру до Турції вартістю 15000,0 грн. Турпакет включає страховку вартістю 1500,0 грн. та повний пансіон. Собівартість турпослуг для українського туроператора, які увійшли до тур пакету – 3000,0 грн. Додатково у собівартість турпродукту включені інші витрати у сумі 1000 грн., у т. ч. ПДВ – 270,0 грн. По умовам розрахунків, турист зробив 100,0 % передоплату, яка перерахована туроператором приймаючій турфірми.

Інформаційні джерела: 2-3,8,10,12,15-19,22,32,34,42,50,53-55,58.

Тести

1. Прибуток – це:

- а) виручка від підприємницької діяльності за вирахуванням матеріальних і прирівняних до них витрат;
- б) частина виручки, що залишається після відшкодування усіх витрат на виробничу і комерційну діяльність;
- в) чистий дохід від реалізації продукції;
- г) частина прибутку, що залишається після оподаткування.

2. Прибуток до оподаткування визначається:

- а) як різниця між виручкою від продажу і повною собівартістю проданої продукції;
- б) як різниця між прибутком від продажу і сальдо операційних і не реалізаційних доходів і витрат;
- в) як різниця між валовим прибутком і комерційними і управлінськими витратами;
- г) як різниця між виручкою від продажу і фінансовими витратами.

3. Прибуток від звичайної діяльності визначають:

- а) відніманням від прибутку до оподаткування податку на прибуток і інших аналогічних платежів;
- б) відніманням від виручки продажу повної собівартості проданої продукції;
- в) відніманням від прибутку продажу податку на прибуток;
- г) відніманням від виручки продажу операційних витрат.

4 Показник чистого прибутку визначають:

- а) відніманням від прибутку продажу податку на прибуток;
- б) до прибутку продажу додають операційні і не реалізаційні доходи і віднімають операційні і не реалізаційні

- витрати;
- в) до прибутку від звичайної діяльності додають надзвичайні доходи і від отриманої суми віднімають надзвичайні витрати;
- г) відніманням від прибутку продажу надзвичайних витрат та податку на прибуток.

5. *Який показник визначає ступінь прибутковості (ефективності) підприємства:*

- а) прибуток від виробництва;
- б) рентабельність виробництва;
- в) дохід від реалізації туристичного продукту;
- г) фонд накопичення та фонд споживання.

6. *Рентабельність підприємства – це:*

- а) отриманий підприємством прибуток;
- б) відносна доходність чи прибутковість (вимірювана у відсотках) як відношення прибутку до витрат капіталу;
- в) відношення прибутку до середньої вартості основних засобів і обігові коштів;
- г) балансовий прибуток на 1 грн. реалізованої продукції.

7. *За яких умов туристичне агентство може отримати максимальний обсяг прибутку при незмінному обсязі доходу (виручки) від реалізації послуг?*

- а) за максимальної різниці між обсягом комісійної винагороди та операційними витратами турагентства;
- б) за мінімального розміру постійних витрат;
- в) за умови перевищення темпів зростання комісійної винагороди над операційними витратами турагентства на додаткову одиницю реалізації туру.

8. *Яким чином зміниться обсяг доходу туристичного агентства у точці мінімальної рентабельності у разі зниження ставок орендної плати за використану ним площу?*

- а) збільшиться;
- б) зменшиться.

9. *Джерелом сплати податку на прибуток може бути:*

- а) валова виручка;
- б) собівартість;
- в) балансовий прибуток;
- г) чистий прибуток.

10. *Вкажіть правильну відповідь:*

- а) поняття «дохід» і «прибуток» ідентичні;

- б) поняття «дохід» ширше від поняття «прибуток»;
 - в) поняття «прибуток» ширше від поняття «дохід»;
 - г) поняття «прибуток» включає усі доходи підприємства.
11. *Що характеризує показник заборгованості підприємства ?*
- а) знаходження підприємства у стані підвищеного фінансового ризику;
 - б) неспроможність підприємства покрити свої боргові зобов'язання перед кредиторами;
 - в) ступінь покриття активів підприємства за рахунок боргів;
 - г) неможливість підприємства вчасно покривати борги.
12. *Валовий прибуток – це:*
- а) різниця між обсягом прибутку звітного та базового року;
 - б) співвідношення активної і пасивної частини основних засобів;
 - в) економічний результат діяльності суб'єктів господарювання (різниця між чистою виручкою та виробничою собівартістю);
 - г) між собівартістю та податком на додану вартість.
13. *Після сплати податку на прибуток залишається:*
- а) нульовий прибуток;
 - б) виручка від реалізації туристичних послуг;
 - в) чистий прибуток.
14. *Прибутковість підприємства це:*
- а) рентабельність;
 - б) ефективність;
 - в) збитковість.
15. *Суть показників рентабельності – це:*
- а) визначення суми прибутку з однієї гривні вкладеного капіталу;
 - б) визначення ефективності грошових коштів за певний період часу;
 - в) визначення прибутковості суб'єкта господарювання;
 - г) визначення розміру цільового прибутку підприємства.
16. *Рентабельність використання трудових ресурсів характеризує:*
- а) величину прибутку для забезпечення нормальної роботи працівників;
 - б) величину прибутку, яку забезпечує підприємству один середньообліковий працівник;
 - в) ефективність фонду оплати праці в розрахунку на одного працівника;

г) ефективність роботи підприємства за певний період часу з використанням всіх наявних працівників.

17. Основними шляхами збільшення прибутку на підприємстві є:

- а) підвищення продуктивності праці;
- б) зростання виробництва і реалізації послуг;
- в) зниження собівартості послуг;
- г) поліпшення якості послуг;
- д) розширення асортименту;
- е) підвищення фондовіддачі.

18. Прибуток, який залишається у розпорядженні турпідприємства, може бути використаним на:

- а) розвиток підприємства;
- б) стимулювання праці працівників підприємства;
- в) оплату поточних витрат підприємства;
- г) виплату дивідендів за цінними паперами

19. Розрахунок показників рентабельності туристичних підприємств залежить від:

- а) виду їх діяльності;
- б) від кількості працівників;
- в) ефективності поточних витрат підприємства;
- г) ефективності використаних ресурсів.

20. Рентабельність активів туристичного підприємства розраховується як відношення:

- а) доходів від реалізації послуг підприємства до суми активів;
- б) прибутку від звичайної діяльності до середнього розміру активів підприємства за період;
- в) середнього розміру активів підприємства до чистого прибутку підприємства за період;
- г) прибутку до поточних витрат.

МОДУЛЬ 4. УПРАВЛІННЯ ПОДАТКОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ТА РИЗИКАМИ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

ТЕМА 9. Управління податковою політикою туристичних підприємств (самостійне вивчення)

Методичні поради до вивчення теми

При вивченні цієї теми студент має усвідомити, що туризм є

важливим джерелом податкового доходу не лише нашої країни, але й для держав усього світу. Зокрема, міжнародний туризм є головним джерелом надходжень іноземної валюти. Відповідно оподаткування туризму має істотний вплив на загальний економічний стан України, особливо у випадку з бюджетними обмеженнями і дефіцитом. Дохід, отриманий від оподаткування туризму, може використовуватися на забезпечення різних суспільних благ.

Податки, що застосовуються в туризмі, в економічному аналізі класифікуються наступним чином: *загальні податки*, *спеціальні виправдані податки* і *спеціальні необґрунтовані податки*. Їх визначають у такий спосіб:

загальні податки визначають як такі, що відносяться до галузей економіки взагалі, вони застосовуються не лише до сфери туризму. Однак більшість податків у туризмі підлягають під цю категорію;

спеціальні виправдані податки – це ті податки, які мають відношення тільки до промисловості туризму, але які можуть бути виправдані на підставах відновлення вартості;

спеціальні необґрунтовані податки – це ті податки, які мають певне відношення до промисловості туризму, але, які не мають за своєю суттю природу відновлення вартості, і тому представляють необґрунтований податок на туристичну промисловість.

Студент має звернути особливу увагу на класифікацію податків та обов'язкових платежів, що сплачують туристичні підприємства і самі туристи, а також знати особливості та порядок їх розрахунку. Так, у світовій практиці організації туризму ідентифіковано більше сорока різних типів податків, що відносяться до туристичного сектору як у розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються. Як видно з табл. 9.1, туристичний бізнес сплачує лише 15 податків.

Таблиця 9.1 – Податки, які сплачує туристичний бізнес

№ з/п	Сектор	Назва податку
A	1	2
1	Авіап перевезення	Податок за використання палива
2	Готелі / розміщення туристів	Податок з обороту
3		Оподаткування додаткових пільг
4		Платіжна відомість
5		Мито та акциз
6	Ресторани	Податки на лікєро-горілку продукцію
7	Дорожні податки	Податок на паливо

Продовження табл. 9.1

A	1	2
8	Прокат автомобілів	Торгівельне мито
9	Автобуси міжміського сполучення	Специфічний додатковий податок
10		Торгівельне мито
11		Оподаткування туристичного транспорту
12	Навколишнє середовище	Податок на екотуризм
13		Податок на викиди вуглецю
14		Податок на викиди сміття
15	Азартні ігри	Оподаткування ігрової ставки (betting tax)

Інші податки підлягають оплаті безпосередньо туристами (табл. 9.2).

Таблиця 9.2 – Податки, які сплачує клієнт (турист)

№ з/п	Сектор	Назва податку
A	1	2
1	Податок на виїзд / в'їзд	Дозвіл на мандрівку/віза
2		Податок для іноземного туриста/ Податок з резидента країни на виїзд
3	Мандрівка літаком	Збір за перевезення на авіа судні (air passenger duty)
4		Податок на авіаквиток
5	Аеропорти/ Морські порти/Дороги	Податок на від'їзд
6		Податок на пасажирське обслуговування
7		Податок на безпеку аеропорту
8		Податок за паркування
9		Транзитні податки
10		Податок на туристичний похід/ альпінізм
11	Готелі/ розміщення туристів	Податок з ліжко-ночей
12		Податок з ліжко-днів
13		Орендний податок
14		Додатковий прибутковий податок
15		Податок з обороту
16		Податок на продажі
17		Податок з обслуговування
18		Оподаткування готелю, ресторану
19		Диференційована ставка ПДВ
20		Оподаткування тимчасової кімнати
21		Податок на розміщення у готелі

A	1	2
22	Ресторани	Податок з обороту/ПДВ
23	Дорожні податки	Дорожні мито, витрати
24	Прокат автомобілів	податок на бензин/дизпаливо
25		муниципальний місцевий податок
26	Автобус	Торгівельний податок
27		Оподаткування туристичного транспорту
28	Відвідування визначної пам'ятки	Податок на відвідування визначної пам'ятки
29	Азартні ігри	ПДВ та податок з продажу
		Податок на казино

Серед названих видів податків є ті, що сплачуються різними секторами економіки (торгівельний податок, податок з обороту та ПДВ) та ті, які є специфічними для туристичної галузі.

Для оподаткування туристичної діяльності принципове значення має *склад* туристичних послуг, до яких належать послуги щодо *розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування*, а також послуги *закладів культури, спорту, побуту, розваг* тощо. Разом з тим туристична діяльність може бути не єдиним видом діяльності, тобто поряд з продажем туристичних послуг суб'єкти підприємницької діяльності можуть надавати й інші послуги, не пов'язані з туризмом (продаж санаторно-курортних путівок, організація навчання та стажування тощо).

Вивчаючи дану тему необхідно уявити порядок оподаткування туроператорської та турагентської діяльності, який викладено в статті 207 Податкового Кодексу (ПК). Згідно цього документа туристичний продукт, як комплекс туристичних послуг, з метою оподаткування розглядається як єдина послуга.

Студент має знати, що *податком на прибуток* туристична діяльність обкладається на загальних підставах. У ПК передбачено дві основні схеми визначення об'єкта оподаткування:

загальну (об'єкт оподаткування = валові доходи – валові витрати – амортизація), характерну для договорів купівлі-продажу;

посередницьку (об'єкт оподаткування – комісійна винагорода), характерну для договорів комісії, доручення, агентських угод.

При реалізації турпродукту *через турагента* до валового доходу туроператора включають продажну вартість туру з урахуванням сплаченої винагороди. Остання включається до валових витрат

туроператора, причому ці витрати повинні бути підтверджені актом виконаних робіт або звітом повіреного. Валовий дохід і валові витрати, як відомо, виникають за першою подією: передплата за послуги або надання послуг без попередньої їх оплати. Так, першою подією для санаторно-курортних закладів є: оплата путівки і її одержання покупцем у разі передоплати санаторно-курортних послуг або фактичного завершення надання санаторно-курортних послуг, тобто останній день відпочинку туриста, незалежно від строку передачі йому путівки, у разі надання послуг без попередньої оплати.

Пунктом 207.2 ст. 207 ПК передбачено, що базою оподаткування в разі проведення операцій з постачання *туристичним оператором* туристичного продукту (туристичної послуги), призначеного для його споживання (отримання) *на території* України, є *винагорода*, яка визначається як різниця між вартістю поставленого ним туристичного продукту (туристичної послуги) та вартістю витрат, понесених таким туристичним оператором внаслідок придбання (створення) такого туристичного продукту (туристичної послуги).

Згідно із п. 207.3 ст. 207 ПК базою оподаткування в разі проведення операцій з постачання на території України туристичним оператором туристичного продукту (туристичної послуги), призначеного для його споживання (отримання) *за межами території* України, є *винагорода*, яка визначається як різниця між вартістю поставленого ним туристичного продукту (туристичної послуги) та вартістю витрат, понесених таким туристичним оператором внаслідок придбання (створення) такого туристичного продукту (туристичної послуги).

Базою оподаткування *туристичного оператора*, який здійснює посередницьку діяльність на території України з укладання *договорів на туристичне обслуговування з іноземними суб'єктами* туристичної діяльності, є *винагорода*, яка нараховується (виплачується) йому таким іноземним суб'єктом туристичної діяльності, в тому числі шляхом надання права самостійно утримувати належну такому туроператору суму винагороди із коштів, сплачених замовником (споживачем) туристичних послуг (п. 207.4 ст. 207 ПК).

Базою оподаткування для операцій, які здійснюються *туристичним агентом* (п. 207.5 ст. 207 ПК), є *винагорода*, яка нараховується (виплачується) туристичним оператором, іншими постачальниками послуг на користь такого туристичного агента, у тому числі за рахунок коштів, отриманих останнім від споживача

туристичного продукту (туристичної послуги).

Відповідно до п. 207.6 ст. 207 ПК датою виникнення податкових зобов'язань у туристичного оператора при постачанні туристичного продукту (туристичної послуги) є *дата оформлення документа*, що засвідчує факт постачання туристичного продукту (туристичної послуги). Датою виникнення права на віднесення сум податку до податкового кредиту туристичного оператора при придбанні товарів/послуг, які не включаються у вартість туристичного продукту (туристичної послуги), є дата отримання товарів/послуг, підтверджена податковою накладною.

Таким чином, на дату отримання туристичним оператором авансу за туристичний продукт податкові зобов'язання не формуються до моменту оформлення документу, що засвідчує факт постачання туристичного продукту (туристичної послуги).

Ставка податку в розмірі 20 відсотків від бази оподаткування (п. 193.1 ст. 193) застосовується до бази оподаткування, визначеної згідно з пунктами 207.2 - 207.5 ст. 207 ПК.

Студент має знати, що суб'єкт туристичної діяльності може перейти на *спрощену систему оподаткування*, обліку та звітності зі сплатою єдиного податку (як правило, за ставкою 10 %) за умови додержання критеріїв, передбачених Указом Президента 727. Об'єктом обкладення єдиним податком, відповідно до ст. 1 Указу, є виручка від реалізації туристичних послуг. Транзитні кошти, отримані турагентом для договору доручення, комісії або агентської угоди, не повинні розглядатися як виручка від реалізації, бо вони не є власністю останнього. Отже, у суб'єкта туристичної діяльності, який виступає посередником (агентом) в угоді, об'єктом обкладення єдиним податком є *сума комісійної винагороди*.

Вивчення даної теми передбачає знання студентом методичного інструментарію та порядку проведення аналізу сплати податкових платежів підприємствами туристичної сфери. Крім цього необхідно ознайомитися з методикою визначення планового обсягу сплати окремих видів податкових платежів туристичними підприємствами.

Насамкінець слід зазначити, що податки на туризм дуже істотні, тому підприємства туристичної галузі, міжнародні організації і споживачі туристичних послуг наполягають на скороченні кількості податків у туризмі і зменшенні ставок оподаткування.

Термінологічний словник

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

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

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

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.

Об'єкт оподаткування вказує на те, що саме оподатковується тим чи іншим податком.

Одиниця оподаткування – це одиниця виміру (фізичного чи грошового) об'єкта оподаткування.

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.

Суб'єкт, або *платник* (останній термін найуживаніший на практиці), *податку* – це та фізична чи юридична особа, яка безпосередньо його сплачує.

Теми рефератів

1. Принципи побудови та організації системи оподаткування.

2. Переваги і недоліки податків, проблеми їх справляння.
3. Види податків за ознакою органів державної влади, що їх встановлюють: загальнодержавні і місцеві податки.
4. Порядок переходу на роботу за спрощеною системою оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності.
5. Групи платників єдиного податку: критерії та обмеження.
6. Ставки єдиного податку для юридичних осіб. Об'єкт і база оподаткування.
7. Ставки єдиного податку для різних груп платників.
8. Перелік податків і зборів, за рахунок яких сплачується єдиний податок.

Питання для самостійного вивчення

1. Особливості та порядок розрахунку на туристичних підприємствах окремих видів податків та обов'язкових платежів.
2. Характеристика бази оподаткування, податкових ставок, пільг та термінів сплати кожного виду податкового платежу в туристичних підприємствах.
3. Спрощена система оподаткування: її сутність та механізм сплати єдиного податку.
4. Методика визначення планового обсягу сплати окремих видів податкових платежів туристичних підприємств.

Інформаційні джерела: 3, 4, 8, 10, 12, 15, 18, 19, 28-30, 32, 42, 43, 51-55, 58.

Тести

1. *Податки – це:*
 - а) обов'язкові платежі, що стягуються до державного бюджету з юридичних та фізичних осіб;
 - б) добровільні внески юридичних та фізичних осіб, що сплачуються до бюджетів відповідних рівнів;
 - в) обов'язковий, безумовний платіж до відповідного бюджету, що справляється з платників податку;
 - г) усі відповіді вірні.
2. *За економічним змістом податки – це:*
 - а) фінансові відносини між державою і платниками податків з метою створення загальнодержавного централізованого фонду грошових коштів;

- б) фінансові відносини між бюджетом і платниками податків;
 - в) фінансові відносини між державою і юридичними особами з метою поповнення доходної частини бюджету;
 - г) грошові надходження до бюджету.
3. *Об'єкт оподаткування – це:*
- а) доходи, за рахунок яких сплачується податок;
 - б) доходи, які підлягають оподаткуванню;
 - в) особа, на яку законом покладено обов'язок сплачувати податок;
 - г) грошові надходження за певний період.
4. *Суб'єкт податку – це:*
- а) фізична або юридична особа, на яку законом покладено обов'язок із сплати податків та зборів;
 - б) предмет, який підлягає оподаткуванню;
 - в) суб'єкти підприємницької діяльності, які мають взаємовідносини з бюджетом;
 - г) усі відповіді вірні.
5. *Податкова ставка – це:*
- а) величина податку на одиницю оподаткування;
 - б) частка податку в доході платника;
 - в) одиниця виміру бази оподаткування;
 - г) законодавчо встановлена одиниця оподаткування.
6. *До прямих податків туристичного підприємства належить:*
- а) податок на прибуток;
 - б) ПДВ;
 - в) курортний збір;
 - г) орендний податок.
7. *Податкова ставка визначається таким нормативним актом:*
- а) Господарським кодексом;
 - б) Бюджетним кодексом;
 - в) постановою Кабінету Міністрів;
 - г) Податковим кодексом.
8. *У якому з наведених варіантів вказана особа, яка згідно Податкового кодексу не є платниками акцизного податку?*
- а) особа, яка виробляє підакцизні товари;
 - б) фізична особа-резидент або нерезидент, яка ввозить підакцизні товари (продукцію) на митну територію України в обсягах, що підлягають оподаткуванню, відповідно до митного законодавства;

- в) особа, яка є споживачем підакцизних товарів (продукції);
- г) фізична особа.

9. *Платниками туристичного збору є:*

- а) особи, які прибувають на територію адміністративно-територіальної одиниці, на якій діє рішення про встановлення туристичного збору, та отримують послуги з тимчасового проживання;
- б) особи, які прибули за путівками у санаторії та пансіонати;
- в) особи, які прибули у відрядження;
- г) іноземні туристи.

10. *Податкова система – це:*

- а) сукупність загальнодержавних та місцевих податків, зборів та обов'язкових платежів;
- б) система заходів і прийомів, яка забезпечує мобілізацію надходжень до бюджетів всіх рівнів;
- в) система управління податками;
- г) сукупність інструментів справляння податків.

11. *Акцизний податок – це:*

- а) податок, що стягнений з вартості туристичних послуг;
- а) податки на імпорتنі, експортні товари, що надходять у бюджет держави;
- в) податок, що стягнений з вартості окремих товарів масового виробництва;
- г) податок на підакцизні товари.

12. *Види податків, стягнутих з туристичних підприємств, класифікуються:*

- а) за характером податкового вилучення;
- б) за напрямком використання;
- в) у залежності від застосовуваних ставок;.
- г) за сезонністю роботи туристичних підприємств.

13. *Курортний збір стягається з:*

- а) авіатуристів;
- б) рекреантів;
- в) відряджених;
- г) усіх категорій туристів.

14. *У ціну послуги розміщення туристів включаються такі податки та збори:*

- а) податок на додану вартість.
- б) курортний збір та комунальний податок.

- в) ринковий збір;
 - г) готельний збір.
15. *У відпускну вартість додаткових послуг не включається:*
- а) податок з прибутку підприємства;
 - б) податок на додану вартість;
 - в) готельний збір;
 - г) орендний податок.
16. *Прибуток від страхової діяльності страховика, що здійснює страхування життя, оподатковується за ставкою:*
- а) 0 %;
 - б) 15,0 %;
 - в) 18,0 %;
 - г) 20 %.
17. *Кошти від стягнення туристичного збору зараховуються до:*
- а) місцевого бюджету;
 - б) державного бюджету;
 - в) 50,0 % до місцевого та 50,0 % до державного бюджету;
 - г) 30,0 % до державного та 70,0 % до місцевого бюджету.
18. *Ставка туристичного збору встановлюється у розмірі:*
- а) від 0,2 до 0,5 % до бази справляння збору;
 - б) від 0,5 до 1,0 % до бази справляння збору;
 - в) від 1,0 до 1,5 % до бази справляння збору;
 - г) від 1,5 до 3,0 % до бази справляння збору.
19. *Базою справляння туристичного збору є:*
- а) вартість усього періоду проживання (ночівлі);
 - б) вартість усього періоду проживання (ночівлі), за вирахуванням податку на додану вартість;
 - в) вартість усього періоду проживання (ночівлі) з врахуванням витрат на харчування та побутові послуги;
 - г) вартість усього періоду проживання (ночівлі) з врахуванням витрат на харчування, побутові послуги та за вирахуванням податку на додану вартість.
20. *Базовий податковий (звітний) період з туристичного збору дорівнює:*
- а) календарному місяцю;
 - б) календарному кварталу;
 - в) календарному півріччю;
 - г) календарному року.

ТЕМА 10. Ціна туристичного продукту та ціноутворення на окремі види туристичних послуг (*самостійне вивчення*)

Методичні поради до вивчення теми

При вивченні цієї теми студент має звернути особливу увагу на економічну природу та сутність ціни в ринковій економіці. Знати систему і класифікацію цін на товари і послуги споживчого ринку, а також особливості державного регулювання цін в Україні та його вплив на ціноутворення на туристичних підприємствах.

Ціна – це грошовий вираз вартості продукту (послуги). Тому одним з найбільш важливих рішень для туристичної організації є рішення відносно встановлення ціни на туристичний продукт, оскільки вона відображає процес сприйняття споживачами товару чи послуг. Тому у ціну туристичного продукту мають включатися витрати, пов'язані з виробництвом, просуванням, розповсюдженням і продажем продукту, а також норми прибутку. Отже, *собівартість туристичного продукту (послуги)* має тісний зв'язок з ціною і є базою при ціноутворенні.

Студент має вивчити види цін на послуги підприємств туристичної сфери. З'ясувати суть та склад ціни туристичного продукту, структуру ціни на окремі види туристичних послуг: на туристсько-екскурсійне обслуговування, на транспортні послуги (автобусні, залізничні, авіа тощо) та інші. Вивчити структуру ціни туристичного продукту на одного туриста.

Необхідно знати, що у сфері туризму, як і в інших виробничих сферах, застосовуються різні *види цін*, залежно від класифікаційних ознак. Так, за *рівнем встановлення та регулювання* застосовують *централізовано-фіксовані й регульовані, договірні та вільні* ціни. *Централізовано-фіксовані ціни* встановлює держава на ресурси, що впливають на загальний рівень і динаміку цін; на послуги, які мають важливе соціальне значення та фінансуються з державного бюджету. *Договірні ціни* формуються на засадах домовленості між підприємством, яке виробляє та продає туристичний продукт (послуги), та споживачем і стосується конкретної послуги чи певної кількості послуг. *Вільні ціни* – це ціни, що їх визначає підприємство самостійно.

Залежно від особливостей купівлі-продажу і сфери економіки існують *світові, оптові, закупівельні та роздрібні ціни*, а також *тарифи* на перевезення вантажів, пасажирів, надання різноманітних платних послуг.

При вивченні теми студенту необхідно звернути увагу та те, що *ціноутворення в сфері туризму має такі особливості:*

туристичні послуги є кінцевим продуктом, призначеним безпосередньо для споживання, тому ціни на послуги – це *роздрібні ціни*;

стійкий попит на туристичні послуги залежить від індивідуальних особливостей людини, тому при встановленні цін на них необхідно враховувати наступний психологічний момент: ціна не повинна викликати негативні емоції у потенційних покупців;

процеси виробництва, реалізації і споживання послуг збігаються в часі, тому в сфері туризму застосовується сезонна диференціація цін і тарифів. Попит на туристичні послуги носить сезонний характер;

туристичні послуги реалізуються як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, тому при оцінці якості і стандартизації беруться до уваги міжнародні вимоги, бо ціни для іноземних туристів, як правило, більш високі, ніж для вітчизняних, і встановлюються у вільно конвертованій валюті;

ціни на туристичні послуги включають споживну вартість, яка не набирає безпосередньо товарної форми (наприклад, пам'ятки історії, культури, архітектури тощо) або не є продуктами праці, а створені природою (гори, водоспади).

Відповідно до сказаного вище ціна на туристичні послуги має дві межі: *нижню і верхню*. *Нижньою межею* виступає *собівартість туристичного продукту*, а *верхню* визначає *попит* на туристичні послуги. Отже, *величину ціни* на турпродукт визначатиме його *вартість і попит*. Окрім цього, на ціну туристичного продукту впливають такі *чинники*: категорія обслуговування, форма обслуговування (групова або індивідуальна), кон'юнктура ринку турпослуг, сезонність надання послуг, транспортний засіб, що використовується, ефективність реклами тощо.

Під час вивчення даної теми студент має засвоїти методики обґрунтування цінової політики підприємств туристичної індустрії. Оскільки політика ціноутворення в туристичній сфері визначається різними чинниками, то застосовуються й різноманітні методи ціноутворення.

Найбільш широко застосовуваним у туризмі є розрахунок ціни за *методом «середні витрати плюс прибуток»*. Згідно з цим методом ціна (Ц) визначається за формулою:

$$Ц = СВ + П \quad (10.1)$$

де СВ – середні витрати (собівартість);

П – величина прибутку в ціні, яка встановлюється самим підприємством.

Цей метод відносно простий, але має деякі недоліки: не враховує попит, а також ціни, які пропонують конкуренти.

Розрахунок ціни на підставі *фіксованого прибутку* полягає в тому, що ціну поставлено в жорстку залежність від загального розміру прибутку, який підприємство передбачає одержати від продажу певної кількості послуг. Для розрахунку ціни використовують формулу:

$$Ц = \frac{B_3 + (B_n + П_3)}{N} \quad (10.2)$$

де B_3 – змінні витрати на одиницю продукту (послуги);

B_n – постійні витрати на весь туристичний продукт за певний період;

$П_3$ – загальна сума прибутку, яку можна одержати від продажу за той самий час;

N – обсяг продажу продукту (послуг) у натуральному вимірі.

Розрахунок ціни *за рівнем поточних цін* полягає в тому, що ціну розглядають та встановлюють на рівні цін на аналогічні послуги у конкурентів або на рівні поточної ринкової ціни.

Метод ціноутворення *«за рівнем попиту»* передбачає встановлення ціни за допомогою пробного продажу туристичного продукту чи послуг у різних сегментах ринку. При цьому враховуються умови продажу, кон'юнктура ринку, супутні послуги.

Метод ціноутворення *на підставі закритих торгів* передбачає встановлення ціни на конкурсній основі з метою одержання замовлення на обслуговування (торг за вигідний контракт).

За вище наведеними методами ціноутворення можна встановити *дуже низьку* ціну, *можливу* ціну і *дуже високу* ціну. Але це не означає, що встановлені підприємством ціни залишаються без змін. Вони постійно коригуються підприємством і державою згідно зі зміною кон'юнктури ринку.

Окрім указаних методів у туристичній сфері застосовують й інші методи ціноутворення. При цьому кожне підприємство повинно мати впорядковану методику встановлення ціни на вироблену ним продукцію чи послуги. Встановлення відповідно до обраного методу певного рівня ціни є початковим етапом розробки цінової стратегії і тактики туристичного підприємства. Послідовність процесу ціноутворення на туристичному підприємстві показано нижче:



Як бачимо, вихідним етапом цінової політики підприємства є визначення її цілей. Ними можуть бути:

забезпечення існування (виживання) в умовах конкуренції;

максимізація отримання поточного прибутку;

завоювання лідерства по показниках частки ринку або якості послуг.

Студент має пам'ятати, що при встановленні ціни передусім враховуються характер конкуренції на відповідному туристичному ринку й аналіз цінової політики конкурентів.

Слід також зазначити, що значний вплив на ціноутворення в туристичній сфері має держава, яка різними засобами може регулювати ціни на туристичну продукцію. Так, в Україні майже всі пам'ятки природи, історії, культури, архітектури знаходяться в сфері впливу державного сектора. Вся соціальна інфраструктура, автомобільні дороги, залізниця та і більшість авіакомпаній контролюються державою. Держава встановлює і регулює ціни в державних готелях, санаторіях, пансіонатах, будинках відпочинку. Частково держава впливає на ціну за допомогою економічних важелів (використовує валютний контроль, встановлює нові податки або збільшує існуючі).

Таким чином, *ціноутворення* в індустрії туризму – це комплексний захід, зумовлений різноманітністю продукту, високим рівнем

конкуренції і складністю визначення майбутнього попиту.

Термінологічний словник

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

Надбавка – агентська винагорода за виконання визначених послуг, пов'язаних з кінцевою реалізацією турпродукту. Її величина встановлюється в агентській угоді або в договорі доручення.

Рівень маржинального доходу – відношення величини маржинального доходу до обсягу виручки від реалізації турів, помножене на 100 %.

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

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.

Теми рефератів

1. Економічна природа та сутність ціни в ринковій економіці.
2. Система і класифікація цін на послуги (продукцію) підприємств туристичної індустрії.
3. Особливості формування цін на туристичні та готельні послуги.
4. Методики обґрунтування цінової політики підприємств туристичної індустрії.
5. Види цінової політики підприємств на національному та міжнародному туристичному ринку.
6. Особливості державного регулювання цін в Україні на сучасному етапі та його вплив на ціноутворення на підприємствах сфери туризму.
7. Напрями регулювання цін на готельні та туристичні послуги.

Питання для самостійного вивчення

1. Поняття та структура відпускнуї 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-доби; економічному обґрунтуванні ціни-нетто, бруто; ціни обслуговування одного гостя.
4. Умови застосування комерційних знижок і надбавок до роздрібних цін.

Інформаційні джерела: 3-4, 8, 10, 12, 14,-19, 21, 27-30, 32, 42, 43, 50, 53-55, 58.

Тести

1. *Згідно з теорією трудової вартості об'єктивною основою визначення ціни туристичного призначення є:*
 - а) суспільна вартість товару;
 - б) співвідношення попиту і пропозиції на товар;
 - в) ринкова вартість товару.
2. *Який вид зв'язку між ціною на додаткову послугу підприємства готельного господарства й попитом на цю послугу є характерним для закону попиту?*
 - а) прямий;
 - б) зворотний;
 - в) немає зв'язку.
3. *Ціна пропозиції на ринку чистої конкуренції - це:*
 - а) середня ціна, яка склалася на ринку;
 - б) максимальна ціна, за якою послуга може бути запропонована на ринку;
 - в) мінімальна ціна, за якою послуга може бути запропонована на ринку.
4. *Об'єктивною основою максимальної ціни туристичної послуги є:*
 - а) ціни на аналогічні послуги конкурентів;
 - б) повна собівартість її виробництва й реалізації;
 - в) платоспроможний попит покупців.
5. *Мінімальна ціна на послугу розміщення у готелі визначається:*
 - а) експлуатаційною собівартістю послуги;

- б) цінами на аналогічні послуги конкурентів;
 - в) платоспроможним попитом покупців.
6. *Торговельна націнка у складі регульованої роздрібною ціни товару встановлюється до:*
- а) відпускної ціни виробника;
 - б) ціни посередника;
 - в) роздрібною ціни товару.
7. *Граничний рівень рентабельності на товари туристичного призначення застосовується як інструмент формування:*
- а) фіксованої ціни;
 - б) регульованої ціни;
 - в) вільної ціни.
8. *У відпускну вартість додаткових послуг готелю не включається:*
- а) готельний збір;
 - б) податок на додану вартість;
 - в) податок з прибутку підприємства.
9. *До прямих податків підприємств туризму належить:*
- а) податок на додану вартість;
 - б) акцизний збір;
 - в) податок на прибуток.
10. *Який з названих видів знижок роздрібною ціни товару належить до функціональних знижок?*
- а) спеціальна знижка для постійних клієнтів (привілейованих покупців);
 - б) дилерська знижка;
 - в) знижка «Сконто».
11. *Престижна ціна готельної послуги - це:*
- а) ціна на послугу дуже високої якості, що має неперевершені властивості;
 - б) монопольне висока ціна унікальних послуг;
 - в) ринкова ціна, яка зумовлює ажіотажний попит.
12. *Визначте фактори, які впливають на зростання ринкових цін на послуги гостинності для вітчизняних туристів:*
- а) зниження рівня забезпечення грошових доходів населення товарною масою;
 - б) стабільність рівня доходів населення;
 - в) перевищення обсягу попиту над обсягом пропозиції.
13. *Визначте методи державного регулювання цін на послуги для іноземних туристів, які не порушують взаємозв'язок основних*

елементів ринку туристичних послуг:

- а) встановлення середнього рівня цін на основні послуги для іноземних туристів;
- б) встановлення норм відпуску на послуги міжнародного супутникового зв'язку в хвилинали;
- в) встановлення податкових пільг на окремі види послуг.

14. *Якщо продукт А закладу ресторанного господарства використовується у виробництві продукту Б, а продукт Б є доповнюючим щодо продукту В, то можна очікувати, що зменшення ціни на продукт А призведе до:*

- а) скорочення пропозиції Б і зростання попиту на В;
- б) зростання пропозиції продукту Б і зростання попиту на продукт В;
- в) скорочення пропозиції Б і скорочення попиту на В.

15. *Визначте особливості формування вартості «туру на замовлення»:*

- а) це загальна вартість туру за взаємно погодженою домовленістю щодо туристського маршруту та програми обслуговування;
- б) це загальна вартість обслуговування та проїзду за жорстко спланованим маршрутом, часом, терміном, набором і якістю послуг;
- в) це набір послуг будь-якого туру (індивідуального чи групового), загальна вартість якого дорівнює вартості повного набору послуг.

16. *Обсяг платоспроможного попиту на певний тур визначається як:*

- а) потреба, яку бажає задовольнити певна чисельність туристів;
- б) сума доходів, яку певна чисельність туристів готова заплатити за певний тур;
- в) кількість певних турів, яка може бути реалізована при встановленій ціні на тур.

17. *Визначте об'єктивну основу мінімальної ціни туристичного продукту:*

- а) собівартість туристичного продукту;
- б) рівень доходів споживачів;
- в) рівень рентабельності туристичного продукту.

18. *Які складові включає «Європейський тариф»?*

- а) лише вартість розміщення (без вартості сніданку);
- б) вартість розміщення й повного сніданку;

- в) вартість розміщення та дворазового харчування (сніданок і обід або сніданок і вечеря).
19. *Визначити особливості формування вартості інклюзив-туру:*
- а) це загальна вартість обслуговування та проїзду за жорстко спланованим маршрутом, часом, терміном, набором і якістю послуг;
 - б) це загальна вартість повного набору послуг будь-якого туру (індивідуального чи групового);
 - в) це загальна вартість туру за взаємно погодженою домовленістю щодо туристського маршруту та програми обслуговування.
20. *Що являє собою маржа туристичного підприємства?*
- а) це показник ефективності одночасних витрат з реалізації туру;
 - б) це показник ефективності поточних витрат з реалізації туру;
 - в) це різниця між ціною й обмеженою собівартістю туру.

ТЕМА 11. Управління інвестиційною діяльністю та бізнес-планування на підприємствах туристичної сфери (самостійне вивчення)

Методичні поради до вивчення теми

Вивчення даної теми передбачає отримання студентом знань щодо інвестиційної діяльності туристичних підприємств.

Інвестиційні ресурси є однією з основних складових ресурсного забезпечення діяльності туристичних підприємств. Як показують дослідження групи фірм і організацій, зайнятих у сфері туризму, приблизно *половину обсягу фінансових коштів становлять інвестиції*.

Інвестиції – це довгострокові вкладення капіталу в туристичну (підприємницьку) діяльність з метою отримання прибутку. Той, хто має капітал і вкладає його у комерційну діяльність, називається *інвестором*, а сам процес вкладання капіталу – *інвестуванням*.

Студент має знати, що усі інвестиції класифікують за рядом ознак.

Так, залежно від того, де вкладається капітал, виділяють *внутрішні* (вітчизняні) й *зовнішні* (іноземні) інвестиції. У свою чергу, *внутрішні* інвестиції поділяються на *фінансові* та *реальні*, а *зовнішні* – на *прямі* й *портфельні*.

Фінансові інвестиції означають використання наявного капіталу

для придбання акцій, облігацій та інших цінних паперів, що їх випускають підприємства або держава.

Реальні інвестиції – це вкладення капіталу з метою оновлення існуючих і створення нових виробництв і як наслідок – одержання набагато більшого прибутку. Такі *реальні інвестиції* ще називають *виробничими*, хоча в практиці господарювання за ними закріпилась назва – *капітальні вкладення*.

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

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

При вивченні теми необхідно звернути увагу на реалізацію інвестиційної політики підприємств туристичної сфери у сучасних умовах, а також процес управління інвестиціями на підприємствах туризму.

Студент має вивчити питання бізнес-планування на підприємствах туристичної сфери. Зокрема, з'ясувати поняття бізнес-плану інвестиційного проекту туристичного підприємства та визначити його роль у реалізації економічної стратегії підприємства. Найпоширенішими бізнес-проектами в туризмі є створення туристичної організації, будівництво об'єктів туристичної привабливості, розвиток туристичної організації.

Бізнес-план – це комплексний документ, що поєднує такі плани: маркетингу, виробничого, організаційно-юридичного, фінансового, запобігання ризику. Студент має вміти визначити цілі і завдання бізнес-плану, знати його зміст і структуру.

Метою складання бізнес-плану є планування господарської діяльності підприємства на найближчий та віддалений періоди. Хоча кожен з проектів має свою специфічну структуру загальна структура бізнес-плану має наступний вигляд:

1. Резюме
2. Загальні відомості про підприємство.
3. Ринок збуту підприємства.
4. Маркетинговий план.
5. Оперативний план.
6. Плану трудових ресурсів.
7. Фінансовий план.

Вивчаючи дану тему, студент знайомиться з особливостями розробки бізнес-плану будівництва нового та реконструкції діючого

підприємства туристичної сфери.

Термінологічний словник

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

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

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

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

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

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

Теми рефератів

1. Переваги та недоліки прямих інвестицій.
2. Шляхи прискорення окупності інвестицій.
3. Основні напрями інвестиційної політики підприємств туризму.
4. Особливості управління інвестиціями на підприємствах туристичної сфери.
5. Бізнес-план як інструмент реалізації економічної стратегії туристичного підприємства.
6. Методологічні основи розробки окремих розділів бізнес-плану підприємств туристичної сфери.

Питання для самостійного вивчення

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. Особливості розробки бізнес-плану реконструкції діючого підприємства туристичної сфери.

Інформаційні джерела: 3-4, 8-10, 14-16, 18-19, 26, 38, 40, 42, 44, 48-50, 53-56, 58.

Тести

1. *Інвестиції – це:*

- а) грошові кошти, цільові банківські вклади (банківські депозити);
- б) довгострокові вкладення капіталу (грошей) у підприємницьку діяльність з метою одержання прибутку;
- в) придбання акцій, облігації й інших цінних паперів;
- г) витрати підприємства на придбання устаткування, транспортних засобів.

2. *Інвестиційна діяльність підприємства – це:*

- а) сукупність практичних дій, спрямованих на реалізацію інвестицій з метою одержання прибутку або досягнення соціального ефекту;
- б) довгострокові вкладення капіталу (грошей) у підприємницьку діяльність з метою одержання прибутку;
- в) придбання акцій, облігації й інших цінних паперів суб'єктами ринку;
- г) витрати підприємства на оновлення та будівництво нових об'єктів.

3. *Фінансове інвестування – це:*

- а) вкладення засобів у створення фінансових структур (банків, страхових компаній тощо);
- б) фінансування розробки і реалізації інвестиційних проектів;
- в) вкладення засобів у фінансові активи (акції, облігації, цінні папери);
- г) вкладення грошових коштів у придбання засобів виробництва.

4. *Залежно від того, хто виступає інвестором, інвестиції поділяються на:*

- а) прямі та портфельні;
- б) власні та запозичені;
- в) реальні та виробничі;
- г) внутрішні та іноземні.

5. *Реальне інвестування – це:*

- а) вкладення капіталу з метою відтворення реальних матеріальних і нематеріальних активів підприємства;
- б) інвестування у даний момент часу;

в) інвестиційний проект, який знаходиться на стадії експлуатації;

г) вкладення капіталу з метою відтворення основних засобів підприємства.

6. *Суть методу дисконтування полягає в:*

а) отриманні знижки (дисконту) при кредитуванні інвестиційного проекту;

б) зменшенні доходу від інвестиційного проекту на величину інфляції;

в) приведенні різночасових доходів і витрат до єдиного моменту часу;

г) визначенні поточних витрат.

7. *Внутрішня норма доходності – це:*

а) норма дисконту, за якої величина доходів від поточної діяльності підприємства рівна приведеним (дисконтованим) капітальним вкладенням;

б) норма прибутку на вкладений капітал, за якої чистий дисконтований дохід за проектом рівний нулю;

в) гранично допустима (максимальна) вартість грошових коштів, які можуть залучатися для фінансування проекту;

г) оцінка сьогоденної вартості потоку майбутнього доходу.

8. *Іноземні інвестиції використовуються для:*

а) отримання знижки при кредитуванні інвестиційного проекту;

б) фінансової підтримки національних товаровиробників та інших суб'єктів господарювання, запровадження нових технологій, нарощування експортного потенціалу, структурної перебудови економіки;

в) нарощування експортного потенціалу, структурної перебудови економіки;

г) вкладення коштів у об'єкти інвестування, розміщені за межами даної країни.

9. *Залежно від типу інвестора, його мети та ступеня ризику виокремлюють такі типи прямих іноземних інвестицій:*

а) створення спільних підприємств, започаткування діяльності дочірніх підприємств, укладання ліцензійних угод з національними підприємствами;

б) зменшенні доходу від інвестиційного проекту на величину інфляції;

в) ліцензування угод з національними підприємствами;

г) на створення нових виробництв.

10. *Фінансові інвестиції* – це:

а) вкладення, які фінансуються за рахунок фінансових коштів підприємства;

б) вкладення капіталу у доходні види основних засобів;

в) вкладення капіталу у нематеріальні активи підприємства;

г) вкладення капіталу у матеріальні активи.

11. *Цінний папір, який надає право власності на частку майна і прибутку акціонерного підприємства* – це:

а) акції;

б) облігації підприємства;

в) ощадні сертифікати;

г) коносаменти.

12. *Інвестиційний проект є економічно ефективним, якщо індекс дохідності інвестицій:*

а) дорівнює 0;

б) більше 0, але менше 1;

в) більше 1;

г) менше 0.

13. *Інвестор* – це:

а) класифікаційна категорія персоналу підприємства;

б) представник органу місцевої влади;

в) фізична чи юридична особа, що реально здійснює інвестування;

г) представник президента.

14. *Інвестиційний проект* – це:

а) об'єкт реального інвестування;

б) стратегія розвитку підприємства;

в) вид цінного паперу

г) проект закриття підприємства.

15. *Інвестиційний проект може існувати в формі:*

а) нульового проекту - який передбачає утворення нового виробництва;

б) реконструкції - впровадження передових технологій без зміни профілю підприємства;

в) реабілітації (перепрофілювання) діючого підприємства;

г) усі відповіді правильні.

16. *На обсяг інвестиційного попиту впливає:*

а) рівень відсоткової ставки;

- б) оптимістичні або песимістичні очікування підприємців;
 - в) рівень виробничого навантаження обладнання;
 - г) усі відповіді правильні.
17. *Загальний об'єм коштів, що спрямовуються у відтворення виробництва називають:*
- а) чистими інвестиціями;
 - б) валовими інвестиціями;
 - в) інвестиціями оновлення;
 - г) інвестиціями споживання.
18. *Інвестиції, що спрямовуються на підтримання існуючих виробничих потужностей та обсягів виробництва, називаються:*
- а) чистими інвестиціями;
 - б) валовими інвестиціями;
 - в) інвестиціями оновлення;
 - г) інвестиціями споживання.
19. *Вкладення, що спрямовуються у нове будівництво, реконструкцію і розширення, технічне переозброєння, приріст товарно-матеріальних запасів, мають назву:*
- а) чисті інвестиції;
 - б) валові інвестиції;
 - в) інвестиції оновлення;
 - г) капітальні вкладення.
20. *Форма інвестування, що передбачає безпосередню участь інвестора у виборі об'єктів інвестування і вкладанні коштів, називається:*
- а) прямими інвестиціями;
 - б) іноземними інвестиціями;
 - в) непрямыми інвестиціями;
 - г) корпоративними інвестиціями.

ТЕМА 12. Управління ризиком у підприємницькій діяльності та шляхи запобігання банкрутства туристичних підприємств

Методичні поради до вивчення теми

При вивченні даної теми необхідно ознайомитися з поняттям «ризик», з'ясувати його сутність та основні види у діяльності туристичних підприємств. У фаховій літературі описані два основні

підходи до визначення терміна «ризик». За першим підходом *ризик* ідентифікується з *можливістю понесення втрат* або *досягнення прибутку, меншого від очікуваного*. У цьому випадку він *становить лише загрозу*, певний недолік у намірах, чого потрібно уникати. За другим підходом *ризик* ототожнюється з *можливістю прояву ефекту діяльності, який не відповідає очікуванням* (фактичний результат може бути гіршим або кращим за запланований). Отже, залежно від умов, *ризик можна трактувати у категоріях загрози або шансу*, а оскільки прийняття ризику за певних обставин створює шанс отримання вигоди, то воно має сприйматися як імпульс для креативної діяльності, стимулятор підприємливості й інноваційності та чинник економічного прогресу і розвитку.

Будь-яке туристичне підприємство відчуває *економічні ризики*, пов'язані з його виробничою, комерційною, посередницькою та іншою діяльністю, а підприємець відповідає за наслідки управлінських рішень, які приймаються. Фактор ризику змушує підприємця економити фінансові та матеріальні ресурси, розраховувати ефективність нових проєктів, комерційних угод. *Економічний* або *господарський ризик* відіграє дуже важливу роль у діяльності туристичного підприємства. Він зумовлює завдання збитків господарству підприємства, коливання кон'юнктури, змін на ринку збуту і зміну поведінки клієнтів. Фактор ризику особливо посилюється в умовах нестабільного стану економіки, який супроводжується інфляційними процесами, дорогими кредитами тощо.

Ризик у туристичній діяльності – це ймовірність того, що підприємство зазнає збитків або витрат, якщо прийняте управлінське рішення не здійсниться, а також якщо при прийнятті цих рішень були допущені прорахунки чи помилки. Ризик закладено в самій сутності підприємницької діяльності, оскільки підприємець самостійно розпоряджається засобами виробництва, вибирає сферу діяльності, але не завжди діє правильно. В ринкових умовах підприємець постійно конкурує з іншими підприємцями і немає гарантії, що він вийде переможцем.

Підприємницький ризик – це ризик, який виникає в будь-яких видах підприємницької діяльності підприємця. В абсолютному значенні ризик може бути представлений матеріально-речовими або вартісними показниками. У відносному вигляді ризик може бути визначений як співвідношення суми можливих витрат до вартості

основних і оборотних фондів. У туризмі до витрат належать незаплановані матеріальні витрати, прямі грошові витрати в результаті перевитрат грошей, незапланованих виплат, інфляції, зміни валютних курсів, розкрадання, витрати робочого часу в результаті непередбачених обставин тощо.

Підприємницький ризик поділяють на *виробничий, фінансовий, інвестиційний і страховий*.

Виробничий ризик пов'язаний безпосередньо з господарською діяльністю підприємства і визначається як ймовірність невиконання підприємством своїх зобов'язань за контрактом або угодою із замовником. Він виражається ризиком у реалізації товарів і послуг, помилок у ціновій політиці, ризиком банкрутства. У *туристичній діяльності* можна виділити такі *виробничі ризики*:

ризик повного припинення діяльності з якогось напрямку через неможливості поїздок туристів унаслідок форс-мажорних обставин (військові дії, стихійні лиха, епідемії тощо);

ризик неотримання або несвоєчасного отримання грошових коштів за реалізовані туристичні продукти і послуги;

ризик відмови клієнта від туристичної поїздки;

ризик відмови укладених угод про надання позик, інвестицій або кредитів;

ціновий ризик, пов'язаний із визначенням ціни на туристичну продукцію й послуги. Він особливо зростає в умовах швидкої інфляції;

ризик банкрутства як ділових партнерів, так і самого туристичного підприємства.

Фінансовий ризик – це ймовірність отримання збитків у результаті проведення відповідних операцій у фінансово-кредитній і біржовій сферах, здійснення операцій із цінними паперами. До фінансових ризиків відносять *кредитний ризик, процентний (відсотковий) ризик, валютний ризик, ризик втраченої фінансової вигоди*.

Кредитний ризик пов'язаний із несплатою позичальником основного боргу і відсотків, нарахованих за кредит.

Відсотковий ризик – це загроза витрат комерційними банками, кредитними установами, інвестиційними фондами через те, що в результаті підвищення процентних ставок, виплачуваних ними по залучених коштах, вони починають перевищувати ставки по наданих кредитах.

Валютні ризики відображають загрозу валютних витрат, пов'язаних

зі зміною курсу однієї іноземної валюти по відношенню до іншої, в тому числі національної валюти, при здійсненні зовнішньоекономічних, кредитних та інших валютних операцій. Для туристичних підприємств цей ризик завжди має суттєве значення.

Ризик утраченої фінансової вигоди визначається ймовірністю фінансового збитку, який може виникнути в результаті нездійснення якого-небудь заходу або припинення діяльності туристичного підприємства.

Нові *туристичні проекти* мають такі *три види ризиків*:

ризик, пов'язаний із технічними нововведеннями;

ризик, пов'язаний з економічною або організаційною сторонами виробництва;

ризик, що визначається «молодістю» підприємства.

Студент має також знати, що серед *специфічних чинників ризику в туризмі* виокремлюють:

можливість природних і техногенних катастроф і надзвичайних випадків;

поганий стан об'єктів матеріально-технічної бази;

особливості рельєфу місцевості;

недостатню підготовку туристичного персоналу;

недостатню підготовку власне туристів;

брак інформаційного забезпечення.

У випадку невизначеності туристичне підприємство має робити різні кроки, щоб уникнути небажаних наслідків прийняття рішення за відсутності знань. На практиці застосовують декілька *способів зменшення ризику*:

уникнення ризику завдяки неучасті у ризикованому заході;

набуття додаткової інформації (купівля або самостійне отримання інформації);

диверсифікація діяльності;

передача частини ризику іншим особам і організаціям завдяки страхуванню бізнесу і працівників;

страхування у страхових компаніях (стихійні лиха, автомобільні катастрофи, ризик невиконання зобов'язань партнерами тощо);

створення спеціального резервного фонду для самострахування за рахунок частини оборотних коштів;

захист службової або комерційної таємниці шляхом запобігання крадіжкам інформації і розголосу комерційної таємниці.

Дієвим засобом профілактики та мінімізації рівня ризиків на підприємствах туристичної сфери є внутрішнє та зовнішнє страхування господарського ризику. Слід відзначити, що страховий захист господарської діяльності туристичних підприємств практично охоплює три великі групи подій:

- страхування від вогню та інших видів стихійних лих;
- страхування від наслідків злочинної діяльності;
- страхування від техногенних збитків.

Для уникнення або зменшення ризику його оцінюють за допомогою *статистичних, експертних та розрахунково-аналітичних методів*. *Статистичний метод* включає в себе комплексний аналіз системи показників туристичного підприємства за визначений відрізок часу, їх зіставлення і розрахунок ризику. *Експертний метод* передбачає використання зовнішніх експертів для аналізу стану справ підприємства і розрахунку ризику, а *розрахунково-аналітичний* – аналіз показників туристичного підприємства на основі науково обґрунтованих концепцій.

Вивчаючи дану тему студент має звернути увагу на характеристику процесу управління ризиками.

Управління ризиком – це практична діяльність з пом'якшення впливу негативних наслідків ризиків на керовану систему, яка передбачає розроблення різних заходів, що сприяють усуненню можливих негативних наслідків ризику. До таких заходів належать процедури попереджувального характеру, які передбачають конкретні рекомендації для осіб, що приймають і реалізують ризикові рішення, інструкції з реалізації обраної ризикової альтернативи тощо.

Процес управління ризиками включає:

- передбачення ризиків;
- визначення їхніх ймовірних розмірів і наслідків;
- розробку і реалізацію заходів по запобіганню чи мінімізації зв'язаних з ризиками втрат.

Загальна схема процесу управління ризиком відображена на рис. 12.1.

Управління ризиком має сприяти підприємству в *досягненні основних цілей на шляху елімінації загроз та пошуку шансів*. Спосіб реалізації підприємством основних завдань, які накладаються на процес управління ризиком, може бути різний, однак застосовувані *процедури* відбуваються у визначеній *послідовності* й охоплюють:

- ідентифікацію видів ризику, яким піддається підприємство;

оцінку потенційного впливу визначених видів ризику на результати діяльності;
 вибір і впровадження методів контролю та моніторингу ризику.

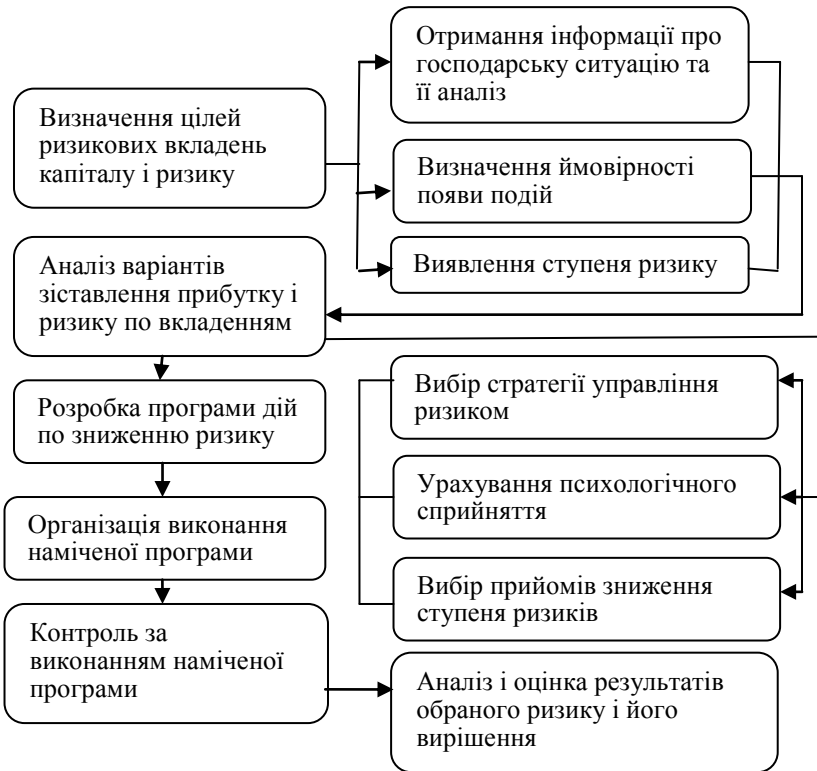


Рис. 12.1. Схема управління ризиком

Вивчаючи питання виникнення ризикових подій у туристичній діяльності та управління ними, студент має також знати шляхи запобігання банкрутства туристичних підприємств. Для цього необхідно вивчити основні причини, що призводять до банкрутства туристичні підприємства: економічні, політичні, демографічні, природно-кліматичні, міжнародні, дефіцит обігових коштів, недосконалий механізм ціноутворення, відсутність стратегії розвитку тощо. Діагностика банкрутства туристичного підприємства має починатися з виявлення можливих його симптомів: зменшення обсягів реалізації турпродукту і послуг, спад попиту на послуги, втрата

клієнтів, зниження прибутковості підприємства та збільшення витрат на реалізацію послуг тощо.

Оздоровлення фінансово-господарської діяльності підприємства передбачає відновлення фінансової рівноваги шляхом усунення причин, що призвели до кризової ситуації. У таких випадках застосовують санацію підприємства. Фінансування санації може здійснюватися за рахунок власних коштів підприємства (самофінансування), фінансових засобів власників, за допомогою кредиторів і, у виняткових випадках, через одержання державної фінансової підтримки.

Серед основних *форм санації* туристичних підприємств виділяють такі: санація без залучення додаткових фінансових ресурсів на підприємство; санація із залученням нового фінансового капіталу. Санація може відбуватися також шляхом злиття підприємства, яке перебуває на межі банкрутства з більш потужнішим, збільшенням банківських кредитів, перетворенням короткострокової заборгованості на довгострокову тощо.

Студент має також звернути увагу на порядок та черговість задоволення претензій кредиторів у разі банкрутства туристичних підприємств.

Термінологічний словник

Банкрутство підприємства – це неспроможність боржника-підприємства, банку, іншої організації чи окремої особи платити за своїми борговими зобов'язаннями.

Вартість ризику – це фактичні збитки підприємця, затрати на зниження величини цих збитків чи затрати по відшкодуванню таких збитків і їх наслідків.

Ідентифікація ризиків – це визначення ризиків, які здатні вплинути на проект, і документація характеристики цих ризиків.

Кількісна оцінка ризиків визначає ймовірність виникнення ризиків і вплив наслідків ризиків на проект, що допомагає групі управління проектами вірно ухвалювати рішення й уникати невизначеностей.

Об'єкт управління – це безпосередньо ризик, ризиковані вкладення капіталу й економічні відносини між суб'єктами в процесі підприємницької діяльності (наприклад, відносини між страховиком і страхувальником, позичальником і кредитором, між підприємцями (партнерами, конкурентами) тощо).

Планування реагування на ризики – це розробка методів і технологій зниження негативного впливу ризиків на проект.

Політика ризику – це сукупність заходів, що мають метою знизити небезпеку помилки вже в момент ухвалення рішення і скоротити можливі негативні наслідки такого рішення на інших стадіях функціонування підприємства.

Санация підприємства – це комплекс послідовних взаємопов'язаних заходів фінансово-економічного, виробничо-технічного, організаційного, соціального характеру, спрямованих на виведення суб'єкта господарювання з кризи і відновлення або досягнення ним прибутковості та конкурентоспроможності.

Суб'єкт управління – це спеціальна група людей (фінансові менеджери, фахівці зі страхування й ін.), що здійснює цілеспрямоване функціонування об'єкта управління, використовуючи різні прийоми і способи управлінського впливу.

Управління ризиком – це практична діяльність з пом'якшення впливу негативних наслідків ризиків на керовану систему, яка передбачає розроблення різних заходів, що сприяють усуненню можливих негативних наслідків ризику.

Управління ризиками – це процеси, які пов'язані з ідентифікацією, аналізом ризиків і прийняттям рішення, що включає максимізацію позитивних і мінімізацію негативних наслідків настання ризикових подій.

Ціль ризику – це результат, який необхідно одержати (виграш, прибуток, дохід тощо).

Якісна оцінка ризиків – це процес представлення якісного аналізу ідентифікації ризиків і визначення ризиків, що вимагають швидкого реагування.

Темати рефератів

1. Сутність та основні види ризиків у діяльності підприємств туристичної сфери.
2. Класифікація та характеристика ризиків туристичних підприємств.
3. Шляхи та заходи щодо профілактики та мінімізації рівня ризиків на підприємствах туристичної сфери.
4. Форми внутрішнього страхування господарського ризику та оцінка їх ефективності на туристичних підприємствах.

5. **Форми та ефективність зовнішнього страхування господарського ризику туристичних підприємств.**
6. **Банкрутство підприємства: його суть та форми регулювання в Україні.**
7. **Санація підприємств та умови її проведення.**

Питання для самостійного вивчення

1. **Методичні підходи до виявлення ризикових подій та видів ризику, що притаманні діяльності підприємств туристичної сфери.**
2. **Методичний інструментарій оцінки рівня ризиків підприємств туристичної сфери залежно від їх виду, характеру прояву, наявності інформаційного забезпечення тощо.**
3. **Форм санації туристичних підприємств, порядок та черговість задоволення претензій кредиторів у разі банкрутств.**

Практичне заняття 32

Управління ризиками в туризмі та запобігання банкрутства (2 год.)

1. **Класифікація та характеристика ризиків туристичних підприємств.**
2. **Структурно-логічна схема процесу управління ризиками та характеристика змісту окремих етапів роботи.**
3. **Методичний інструментарій оцінки рівня ризиків підприємств туристичної сфери.**
4. **Основні причини банкрутства туристичних підприємств та форми їх санації.**

Завдання для самостійної роботи студентів

1. **Визначити основні причини банкрутства туристичних підприємств.**
2. **Побудувати структурно-логічну схему процесу управління ризиком на туристичному підприємстві та охарактеризувати зміст окремих його етапів.**

Навчальні завдання до практичних занять

Задача 1.

Проведіть SWOT-аналіз зовнішнього середовища готельного підприємства, визначте найбільш значимі чинниками. Готель «Сім днів» – це великий реконструйований готель в адміністративному центрі м. Кам'янець-Подільського, поблизу від історичного Старого міста. В готелі 10 поверхів, 170 номерів, три конференц-зали, ресторан, кафе з оглядовим майданчиком, салон краси, сауна, казино. У кожному номері — сучасні меблі і сантехніка, кондиціонер, міні-бар, доступ до Інтернету, супутникове телебачення, автостоянка, що охороняється.

Задача 2.

Ви є директором готельного підприємства, послуги якого не користуються попитом. Підприємство неприбуткове, висока плинність кадрів. Як утриматись на плаву? Обґрунтуйте обраний варіант рішення або запропонуйте власний:

- 1) узяти позику в банку та запровадити нові технології;
- 2) поліпшити умови праці, підвищити заробітну плату, щоб утримати людей;
- 3) законсервувати частину готелю;
- 4) за рахунок реклами спробувати збільшити кількість гостей.

Задача 3.

Здійснити розрахунок коефіцієнта абсолютної ліквідності (позитивне значення більше 0,2) та загального коефіцієнта ліквідності фірми (позитивне значення більше 0,8), та зробити висновки, на основі таких даних: грошові кошти та фінансові інвестиції – 427,9 тис. грн., дебіторська заборгованість – 1127,5 тис. грн., запаси – 2776,5 тис. грн., короткострокові кредити банків – 1760,8 тис. грн., кредиторська заборгованість – 2433 тис. грн.

Задача 4.

За рік діяльності туристичний оператор має наступні звітні показники:

- витрати на придбання блок-чартера – 12,4 тис. грн.;
- інші витрати – 2,2 тис. грн.;
- витрати на утримання персоналу – 2,8 тис. грн.;
- амортизація основного капіталу – 0,8 тис. грн.;

- виплата відсотків – 0,6 тис. грн.;
- виручка від реалізації – 20 тис. грн.
- устаткування – 1,7 тис. грн.;
- товарні запаси – 490 тис. грн.;
- дебіторська заборгованість – 4,9 тис. грн.;
- грошові кошти – 0,3 тис. грн.;
- власний капітал – 4,2 тис. грн.;
- короткострокова кредиторська заборгованість – 4,9 тис. грн.;
- довгострокова кредиторська заборгованість – 1,7 тис. грн.

Необхідно визначити:

1. Розмір прибутку, що підлягає оподаткуванню.
2. Розмір чистого прибутку фірми.
3. Рентабельність активів і капіталу.
4. Коефіцієнт незалежності.

Задача 5.

У звітному році готельне підприємство забезпечило безперебійну господарську діяльність за рахунок власних коштів.

Показники	Планований рік
Власний капітал, грн.	3142000
Необоротні активи, грн.	4060460
Економічна рентабельність, %	25,0
Процентна ставка за користування кредитом, %	15,0

Аналіз підсумків діяльності за звітний період, а також наявність укладених договорів свідчать про додаткові потреби в оборотних коштах на плановий рік. Визначити, чи вигідно підприємству взяти кредит, і чи обґрунтована необхідність його одержання? Визначити, яке співвідношення власних і позикових коштів необхідно мати для того, щоб приріст ефекту фінансового важеля склав не менш 0,05

Задача 6.

Підприємець-засновник туристичного підприємства зробив попередні розрахунки та очікує, що у наступному виручка від реалізації послуг може досягти 450,0 тис. грн., валові витрати на виробництво (собівартість) турпродукту і власний капітал – відповідно 420,0 та 10,0 тис. грн. Вкладення власних коштів на депозитний рахунок банку забезпечуватиме отримання підприємцем 42,0 % річних. Ставка податку на дивіденди та заробітну плату однакова і становить 15,0 % загальної нарахованої суми.

Необхідно розрахувати суму чистого доходу для прийняття підприємцем рішення щодо продовження власного бізнесу туроператора чи його продажу.

Задача 7.

Сформувати баланс і визначити рівень ліквідності туристичного оператора по закінченню першого місяця його роботи. Зробити висновок про ефективність роботи туристичного оператора.

Майно туристичного оператора характеризувалося наступними даними:

- основні засоби – 80000,0 грн.;
- розрахунковий рахунок – 20000,0 грн.;
- статутний фонд – 100000,0 грн.

Для організації діяльності (оренди автобусів) туристичним оператором узято кредит на один місяць у сумі 25000,0 грн. під 16,0 % річних. Після місяця господарської діяльності підприємство має наступні показники:

- термін обороту оборотних коштів – 1 місяць;
- фондвідача – 1,2 грн. на 1 грн. основних засобів;
- середня заробітна плата – 4500,0 грн.;
- нарахування на заробітну плату – 37,5 %;
- ставка податку з прибутку – 18,0 %;
- нарахована амортизація за місяць – 2180,0 грн.;
- інші умовно-постійні витрати (транспорт, відрядження тощо) – 8900,0 грн.

Задача 8.

Пропонуються 3 варіанти реконструкції туристичного комплексу, які характеризуються наступними показниками:

Показники	Варіанти реконструкції		
	1	2	3
Потужність туристичного комплексу після реконструкції, койко-місць.	146	125	115
Капітальні вкладення у реконструкцію туристичного комплексу, млн. грн.	5,0	4	4,5
Собівартість одного койко-місця, після реконструкції, грн.	170,0	185,0	180,0

Нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень в галузі дорівнює 0,12. Необхідно визначити найбільш ефективний варіант реконструкції туристичного комплексу.

Інформаційні джерела: 3, 6, 8-10, 13-16, 18-19, 28-30, 33, 42, 44, 45, 50-56, 58.

Тести

1. *Небезпека потенційно можливої, ймовірної втрати ресурсів чи недоодержання доходів порівняно з варіантом, що розрахований на раціональне використання ресурсів у даному виді підприємницької діяльності, – це:*
 - а) ризик;
 - б) прибуток;
 - в) ціновий ризик;
 - г) економічна діяльність.
2. *Яку із функцій виконує ціновий ризик стимулюючи пошук нетрадиційних розв'язків проблем, що стоять перед підприємцем (наприклад: розроблення та впровадження нових методів оптимізації сукупних витрат, методів продажу тощо).*
 - а) регулятивну;
 - б) захисну;
 - в) інноваційну;
 - г) аналітичну.
3. *У якій із функцій ціновий ризик виступає у двох формах: конструктивній та деструктивній?*
 - а) регулятивній;
 - б) захисній;
 - в) інноваційній;
 - г) аналітичній.
4. *До чинників прямого впливу на ціновий ризик належить:*
 - а) політична ситуація;
 - б) міжнародні події;
 - в) економічна нестійкість країни;
 - г) зміни законодавства.
5. *Чинники, що можуть не справляти прямого негайного впливу на рівень цінового ризику, але сприяють його зміні – це:*
 - а) чинники прямого впливу;
 - б) чинники непрямого впливу;
 - в) внутрішні чинники цінових ризиків;
 - г) зовнішні чинники цінових ризиків.
6. *Чинники цінового ризику, які є наслідком недостатньо ефективної господарської діяльності підприємства, – це:*
 - а) чинники прямого впливу;
 - б) чинники непрямого впливу;
 - в) внутрішні чинники цінових ризиків;

- г) зовнішні чинники цінових ризиків.
7. *Чинники які характеризують якість роботи колективу, рівень організації створення туристичного продукту й праці, якість управлінської роботи, ступінь використання ресурсів, ефективне зниження сукупних витрат належать до:*
- а) керованих (регульованих) чинників;
 - б) некерованих (регульованих) чинників;
 - в) внутрішніх чинників цінових ризиків;
 - г) зовнішніх чинники цінових ризиків.
8. *До якої групи чинників цінових ризиків відносять зміни клімату?*
- а) керованих (регульованих) чинників;
 - б) некерованих (регульованих) чинників;
 - в) внутрішніх чинників цінових ризиків;
 - г) зовнішніх чинники цінових ризиків.
9. *Розроблення альтернативних дій у разі загрози цінового ризику – це:*
- а) диверсифікованість цінового ризику;
 - б) оптимізація правової структури;
 - в) лімітування цінових ризиків;
 - г) внутрішнє страхування цінових ризиків.
10. *До внутрішньофірмових чинників цінових ризиків належать:*
- а) диверсифікованість цінового ризику;
 - б) неплатежі за поставлений туристичний продукт;
 - в) помилки керівників;
 - г) внутрішнє страхування цінових ризиків.
11. *Під зниженням ступеню ризику розуміють:*
- а) захист майнових інтересів господарських суб'єктів;
 - б) скорочення ймовірності його виникнення та обсягу можливих втрат;
 - в) укладання термінових контрактів і угод;
 - г) усі відповіді правильні.
12. *За можливістю страхування проектні ризику бувають:*
- а) ризику, що страхуються та не страхуються;
 - б) економічні та політичні;
 - в) помірні та сильні;
 - г) ризику прямих і непрямих збитків.
13. *За рівнем прояву проектні ризику бувають:*
- а) економічні та політичні;
 - б) майбутні та ретроспективні;
 - в) помірні та сильні;
 - г) контрольовані та неконтрольовані.
14. *За інтенсивністю прояву проектні ризику бувають:*

- а) економічні та політичні;
 - б) майбутні та ретроспективні;
 - в) помірні та сильні;
 - г) ті, що швидко або повільно проявляються.
15. *За можливістю страхування проектні ризики бувають:*
- а) ризики, що страхуються та не страхуються;
 - б) економічні та політичні;
 - в) помірні та сильні;
 - г) ризики прямих і непрямих збитків.
16. *За часом прояву ризики поділяються на:*
- а) систематичні та не систематичні;
 - б) періодично повторювані та ретроспективні;
 - в) поточного та майбутнього періоду;
 - г) усі відповіді правильні.
17. *До кількісних методів аналізу й прогнозування ризику відносять:*
- а) ймовірності результатів;
 - б) аналіз сценаріїв;
 - в) моделювання;
 - г) усі відповіді правильні.
18. *Для зниження ступеня ризику застосовують такі засоби:*
- а) страхування і опціон;
 - б) хеджування і розподіл ризиків між учасниками угод;
 - в) гарантії і лімітування;
 - г) усі відповіді правильні.
19. *Документ, який засвідчує право придбати (продати) цінні папери на визначених умовах у майбутньому називають:*
- а) опціон;
 - б) контракт;
 - в) ф'ючерс;
 - г) договір.
20. *Відносинами із захисту майнових інтересів при настанні страхових подій за рахунок грошових фондів, страхових внесків є:*
- а) страхування ризику;
 - б) передача ризику;
 - в) хеджування;
 - г) скорочення ризику.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ТА МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЇХ ВИКОНАННЯ

Мета індивідуальної роботи – закріплення студентом теоретичних знань, які отримані під час вивчення дисципліни «Економіка підприємства» та набуття практичних навичок щодо виконання комплексних економічних розрахунків для ефективного здійснення господарської діяльності підприємства. Індивідуальна робота студента включає такі види робіт: написання рефератів, опрацювання теоретичних питань з окремих тем дисципліни (три питання) та вирішення прикладної задачі (дві задачі).

Реферат має бути надрукованим на комп'ютері на стандартних аркушах паперу формату А4.

Текст має бути представлений у відредагованому вигляді.

Текст пишеться лише з однієї сторінки аркуша, зворотна сторона залишається чистою. Загальний обсяг реферату 10 - 15 сторінок.

Перша сторінка реферату є титульною та має містити назву дисципліни, назву теми, прізвище та ініціали студента, номер групи в якій навчається студент та дані про викладача, що перевірятиме реферат. Друга сторінка тексту – зміст. Далі йде «Вступ» – це вже буде сторінка три, далі нумерація продовжується за усім обсягом реферату. Позначка сторінки на титульному аркуші та змісті не проставляється.

Не дозволяється текст брати у рамки, використовувати різнокольоровий друк.

Готова робота має бути підшитою у спеціальну папку. У кінці роботи розміщується список використаної літератури, що включає не менше 5-ти джерел.

У кінці тексту реферату проставляється підпис автора та дата завершення роботи.

У теоретичній частині студент узагальнює наробки різних авторів із того чи іншого питання та висловлює свою точку зору щодо його вирішення (потрібно використовувати табличний і графічний матеріал). Виконання прикладної задачі дає змогу оцінити вміння студента щодо використання методичних підходів аналізу господарської діяльності підприємства та виявлення резервів підвищення ефективності господарювання.

Результати індивідуальної роботи студент має оформити від руки в окремому зошиті або набрати на комп'ютері на аркушах паперу

формату А 4, які подаються на перевірку викладачеві у папці. Вимоги до оформлення індивідуальної роботи такі, як при написанні курсової роботи (мати титульну сторінку, зміст, виклад основного матеріалу, перелік використаних джерел, у кінці роботи слід зазначити дату виконання та поставити підпис виконавця). Термін подання на кафедру виконаної студентом індивідуальної роботи вказує викладач

Індивідуальна робота виконується за варіантом, який визначається викладачем. Орієнтовні варіанти індивідуальних завдань подано у табл. 1.

Таблиця 1 – Варіанти індивідуальних завдань

Дві останні цифри номеру індивідуального навчального плану студента	Номер за переліком:	
	теоретичні завдання	практичне завдання
00, 20, 40, 60, 80	1,46,21	1
01, 21, 40, 61, 81	2,45,22	2
02, 22, 42, 62, 82	3,44,23	3
03, 23, 43, 63, 83	4,43,24	4
04, 24, 44, 64, 84	5,42,25	5
05, 25, 45, 65, 85	6,41,26	6
06, 26, 46, 66, 86	7,60,27	7
07, 27, 47, 67, 87	8,59,28	8
08, 28, 48, 68, 88	9,58,29	9
09, 29, 49, 69, 89	10,57,30	10
10, 30, 50, 70, 90	11,56,31	11
11, 31, 51, 71, 91	12,55,32	12
12, 32, 52, 72, 92	13,54,33	13
13, 33, 53, 73, 93	14,53,34	14
14, 34, 54, 74, 94	15,52,35	15
15,35, 55, 75, 95	16,51,36	16
16, 36, 56, 76, 96	17,50,37	17
17, 37, 57, 77, 97	18,49,38	18
18, 38, 58, 78, 98	19,48,63	19
19, 39, 59, 79, 99	20,47,62	20

Неякісно виконана індивідуальна робота із зауваженнями викладача повертається студенту на доопрацювання. Доопрацьовану індивідуальну роботу разом з попередніми зауваженнями викладача студент представляє на кафедру для повторної перевірки. Індивідуальні роботи, виконані не за своїм варіантом, не підлягають перевірці й повертаються студенту на повторне виконання.

На кафедрі студент може отримати відповідну консультацію щодо виконання індивідуальної роботи.

Захист індивідуальної роботи здійснюється у формі співбесіди під час індивідуально-консультативної роботи.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Теоретична частина

1. Характеристика туристичного продукту (туристичні послуги та туристичні товари).
2. Оцінка обсягу реалізації туристичних послуг туроператорів, турагентів, бюро подорожей та екскурсій.
3. Характеристика процесу управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах.
4. Економічний аналіз обсягу реалізації туристичного продукту на підприємствах туризму.
5. Методика розробки продуктової програми туристичного підприємства на плановий період.
6. Поняття та характеристика ресурсного потенціалу туристичних підприємств, показники ефективності його використання.
7. Характеристика елементів матеріальних ресурсів туристичних підприємств.
8. Матеріально-технічна база туристичних підприємств, основні її елементи.
9. Виробнича потужність та пропускна спроможність засобів розміщення туристів.
10. Показники оцінки забезпеченості туристичних підприємств оборотними фондами та фондами обертання.
11. Економічний аналіз ефективності використання основних засобів туристичних підприємств.
12. Поняття та класифікація трудових ресурсів у туризмі.
13. Економічний аналіз формування та використання трудових ресурсів у туризмі.
14. Поняття продуктивності, ефективності і якості праці в туризмі.
15. Показники оцінки продуктивності праці працівників туристичних підприємств.
16. Форми і системи оплати праці працівників туристичних підприємств.
17. Склад та джерела фінансових ресурсів туристичних підприємств.
18. Джерела та порядок формування основних і оборотних засобів туристичних підприємств.
19. Формування та напрямки використання фінансових фондів туристичних підприємств.
20. Показники оцінки ефективності використання фінансових ресурсів туристичних підприємств.

21. Економічний аналіз використання фінансових ресурсів у туризмі.
22. Сутність та класифікація доходів підприємств туристичної сфери.
23. Джерела утворення доходів підприємств туристичної сфери.
24. Аналіз доходів туристичних підприємств.
25. Визначення можливого та необхідного обсягу доходів туристичних підприємств.
26. Методи планування доходів туристичних підприємств.
27. Управління формуванням інших видів доходів підприємств туристичної сфери.
28. Сутність та класифікація поточних витрат підприємств туристичної сфери.
29. Характеристика поточних витрат турагенств та туроператорів.
30. Експлуатаційна та повна собівартість послуг розміщення.
31. Показники оцінки загального обсягу і рівня поточних витрат на туристичних підприємствах.
32. Управління поточними витратами туристичних підприємств.
33. Аналіз поточних витрат підприємств туристичної сфери.
34. Методи обґрунтування плану поточних витрат підприємств туристичної сфери.
35. Види та джерела утворення прибутку підприємств туристичної сфери.
36. Методичні підходи до визначення розмірів мінімального, цільового, нормального та максимального прибутку.
37. Показники вимірювання прибутковості та рентабельності туристичних підприємств.
38. Процес управління фінансовими результатами та характеристика змісту окремих етапів роботи.
39. Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу фінансового результату підприємств туристичної сфери.
40. Методичні підходи до розробки плану формування фінансового результату (прибутку) підприємств туристичної сфери.
41. Методичні підходи до визначення можливого і необхідного обсягу прибутку.
42. Напрями використання прибутку туристичних підприємств. Розподіл чистого прибутку.
43. Сутність системи оподаткування підприємств туристичної сфери.
44. Класифікація податків та обов'язкових платежів, що сплачують туристичні підприємства.

45. Порядок розрахунку на туристичних підприємствах окремих видів податків та обов'язкових платежів.
46. Спрощена система оподаткування: її сутність та механізм сплати єдиного податку.
47. Методика визначення планового обсягу сплати окремих видів податкових платежів туристичних підприємств.
48. Види цін на товари і послуги туристичного попиту.
49. Державне регулювання цін на послуги підприємств туристичної індустрії.
50. Особливості формування цін на тури і туристичні послуги.
51. Склад і структура ціни на окремі види туристичних послуг: на туристсько-екскурсійне обслуговування, на транспортні послуги та інші.
52. Структура ціни туристичного продукту на одного туриста.
53. Поняття та структура відпускнуої вартості одного турс-дня в туристичних підприємствах.
54. Особливості формування цін на послуги розміщення в підприємствах готельного господарства
55. Цінова політика підприємств туристичної індустрії на національному та міжнародному туристичному ринку.
56. Інвестиційна політика туристичних підприємств.
57. Управління інвестиціями на підприємствах туристичної сфери.
58. Бізнес-план інвестиційного проекту туристичного підприємства: зміст і структура.
59. Методологічні основи розробки окремих розділів бізнес-плану підприємств туристичної сфери.
60. Класифікація та характеристика ризиків туристичних підприємств.
61. Методичний інструментарій оцінки рівня ризиків підприємств туристичної сфери.
62. Основні причини банкрутства туристичних підприємств та форми їх санації.

Практична частина

Задача 1.

Група учнів в кількості 20 осіб разом з керівником їде на 3 дні в Черногорію. Послуги проїзду на одне дитяче місце – 30 євро. А на одне доросле – 55 євро в один бік. Ціна розташування в готелі разом з харчуванням на одного туриста становить 60 євро. Вартість екскурсійно-розважальних заходів становить 50 євро на день. Рівень

податкових платежів та адміністративних витрат становить 23 %, а цільова норма прибутковості туроператора – 25 % від собівартості пакета послуг. Але учням надається знижка на проїзд в розмірі 30 % та на послуги проживання і харчування – 22 % з їх вартості. Рівень комісійного збору туроператора становить 15 %.

Необхідно розрахувати ціну пакета туристичних послуг на одного туриста.

Задача 2.

Розрахувати ціну пакета послуг на одного туриста та цілої групи, якщо студентська група в кількості 28 осіб їде на 3- денний семінар в Болгарію.

Проїзд до місця призначення в один бік на одного туриста становить 110 доларів США. Витрати на проживання з урахуванням трьохразового харчування на одного туриста – 130 дол. США. Прибуток туроператора з одного туру має становити 18 % від його собівартості. Знижка на проїзд надається студентам в розмірі 20 % його вартості. Знижка на проживання та харчування передбачена в розмірі 15 % (від вартості даних послуг в розрахунку на одного туриста) в разі, якщо кількість осіб в групі перевищить 20 осіб. Рівень комісійного збору туроператора становить 9 %.

Задача 3.

Вартість основних засобів туристичного підприємства на кінець звітного року – 650 тис. грн. Протягом перших декад травня і вересня були введені в дію основні засоби вартістю відповідно 73 тис. грн. та 110 тис. грн. Також у другій половині липня підприємство придбало автотранспорт вартістю 5 тис. дол. США. Крім того, за укладеною угодою з зарубіжною фірмою туристичним підприємством придбано у жовтні програмне забезпечення вартістю 1,2 тис. дол. США. В першій половині березня передбачено вивести з експлуатації малоцінні основні засоби на суму 3 тис. грн. та в вересні інвентар на суму 0,75 тис. грн.

Визначити середньорічну вартість основних засобів, фондоозброєність праці, фондівдачу та рентабельність основних засобів, якщо середня чисельність працівників турпідприємства – 23 особи, загальна вартість реалізації турпродукту за рік – 1,2 млн. грн., річний розмір чистого прибутку – 230 тис. грн. Прийняти для розрахунків діючий курс долара США.

Задача 4.

Туристичне підприємство, реалізуючи економічну стратегію, поставило за мету збільшення частки на цільовому сегменті ринку за рахунок розробки та реалізації турів за новими напрямками – Чехія та Голландія. Збільшення обсягів діяльності обумовило додатковий набір кадрів – менеджерів за напрямками без попередньої оцінки інтенсивності роботи та продуктивності праці наявного персоналу:

Показники	Минулий рік	Звітний рік	Темп приросту, %
Обсяг реалізації послуг, тис. грн.	?	802,0	15,0
Чисельність персоналу, осіб	40	?	5,0
Індекс росту середньої ціни путівки	–	1,1	

1. Розрахувати обсяг реалізації туристичного продукту в минулому році у зіставних цінах.
2. Розрахувати чисельність персоналу в звітному році.
3. Розрахувати продуктивність праці у звітному та минулому році у фактичних і зіставних цінах.
4. Визначити приріст обсягу доходів від реалізації послуг підприємства за рахунок чинників – зміни продуктивності праці та чисельності працівників.

Задача 5.

Туристичний оператор уклав контракт з Болгарськими партнерами щодо обслуговування дитячих груп (2 тижні) у літній період. Вартість обслуговування у Болгарії однієї особи (харчування, розміщення, екскурсійна програма) – 355 дол. США. Якщо, чисельність дітей у групі складає 40 осіб, болгарська сторона приймає на безкоштовне обслуговування двох керівників групи. Розрахуйте вартість однієї путівки перебування групи у Болгарії за наступною умовою: необхідна чисельність викладачів-вихователів на групу 40 осіб – 3 особи, оренда автобусу – 3500 дол. США, страховий поліс на 1 особу – 20 дол. США, витрати на відрядження 1 водія – 160 дол. США, транспортні витрати (стоянки, автобан) – 120 дол. США, митні витрати – 150 дол. США, витрати по оформленню документів на виїзд групи – 100 дол. США, витрати на відрядження вихователя групи на 1 особу – 50 дол. США, заробітна плата викладача-вихователя – 150 дол. США, інші витрати на 1 особу – 5 дол. США, рентабельність туру – 15 дол. США.

В розрахунках використовуйте встановлений курс долара на момент розв'язання задачі.

Задача 6.

Розрахувати вартість туру за наступними даними:

- тур для іноземних громадян Полтава-Львів (Полтава – 4 дні, 3 ночі. Львів – 6 днів, 5 ночей);
- кількість туристів з перекладачем – 18 осіб;
- харчування - повний пансіон (сніданок, обід, вечеря) ;
- проживання ц двохмісних номерах «люкс» готелю ***;
- транспорт – комфортабельний автобус;
- вартість проживання у готелі Полтава – 450,0 грн. за добу;
- вартість проживання в готелі Львову – 750,0 грн. за добу;
- вартість харчування у Полтаві – 165,0 грн. за добу;
- вартість харчування у Львові – 172,0 грн. за добу;
- транспорт-вартість оренди 1 година – 1600,0 грн. (6 годин на день) ;
- вартість переїзду Полтава-Львів – 750 грн./1 особу;
- екскурсійна програма у Полтаві – 1500,0 грн.;
- екскурсійна програма у Львові – 1700,0 грн.;
- послуги туристичного агентства – 5,0 % від розміру всіх видатків;
- прибуток туристичного агентства – 10,0 % від розміру всіх видатків.

Задача 7.

Скласти баланс робочого часу на плановий рік, виходячи з балансу робочого часу звітного року і додаткових даних:

№ з/п	Показники	Звітний рік	Плановий рік
A	1	2	3
1.	Кількість календарних дні	365	365
2.	Вихідні й святкові дні	112	більше на 2 дні
3.	Номинальний фонд робочого часу, дні	253	?
4.	Невиходи на роботу, днів	42	?
	З них:		
	- відпустки	27	зменшиться на 2 дні

Продовження

A	1	2	3
	- захворювання	8	6
	- невиходи, що дозволяються законом	2	2
	- невиходи з дозволу адміністрації	1	1
	- прогули	2	1
	- цілодобові простої	2	0
5.	Ефективний фонд робочого часу, днів	210	?
6.	Середня тривалість робочого дня, год.	7,5	?
7.	Ефективний фонд робочого часу на рік, год.	1580	?

Задача 8.

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:

Показники	Значення
1	2
Кількість номерів:	40
Багатокімнатні (на 2 особи), всього	
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

1	2
однокімнатні одномісні	32
однокімнатні двомісні	10
Тривалість поточного ремонту номера, днів	6,0
Середній час санітарної обробки і підготовки номера до заселення, год.	1,8
Фактично надано, людино-діб	76860
Середня тривалість перебування гостя, діб	6,0

Необхідно визначити:

1. Визначити можливу пропускну спроможність готелю.
2. Визначити час простою номерного фонду (людино-діб) 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 у звітному році.

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

Задача 9.

Розрахувати показники з праці й заробітної плати, визначити вплив основних чинників (зміна обсягу продажу, продуктивності праці й середньої заробітної плати) на фонд оплати праці у звітному році:

Показники	Минулий рік	Звітний рік
Обсяг реалізації послуг, тис. грн.	174550	230545
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	284	264
Середній обсяг реалізації послуг на одного працівника, тис. грн.	?	?
Фонд оплати праці, тис. грн.	5327	6423
у тому числі змінна частина	1558	2029
Фонд оплати праці, у % до обсягу реалізації послуг	?	?
Середня заробітна плата на одного працівника, грн.	?	?
у тому числі питома вага змінної частини фонду оплати праці	?	?

Задача 10.

Для реалізації своєї програми по оздоровленню населення туристичному підприємству необхідні додаткові кошти на суму 90,0 тис. грн. на строк 6 місяців. Єдиним джерелом задоволення потреби в необхідній сумі є банківський кредит. На момент звернення в банк ставка банку за користування кредитом становила 125,0 %. Причому умова банку - сплата відсотків за кредит у момент його одержання. Крім цього, підприємство вивчило питання про забезпечення страховки кредиту. Вона становить 10 % від суми кредиту. Чи вигідно туристичному підприємству при заданих умовах брати кредит? Власні вільні засоби на момент одержання кредиту у підприємства туризму відсутні.

Задача 11.

У звітному році туристичний оператор забезпечувало безперебійну господарську діяльність за рахунок власних коштів. Аналіз підсумків діяльності за звітний період, а також наявність фактично укладених договорів свідчать про додаткову потребу в оборотних коштах. Маючи наступні вихідні дані, розрахуйте, чи вигідно підприємству взяти кредит? Чи обґрунтована необхідність його одержання?

Для рішення необхідно:

- розрахувати економічну рентабельність підприємства на вкладені кошти за звітний рік і рентабельність до обороту;
- визначити загальну потребу у фінансових ресурсах, оборотних і позикових засобах на перспективу;
- розрахувати економічну рентабельність і ефект фінансового важеля на майбутній рік. Визначити чинники, що впливають на його розмір;
- визначити, яке співвідношення власних і позикових засобів необхідно мати підприємству для того, щоб забезпечити приріст ефекту фінансового важеля не менш, ніж на 5,0 % .
- дати економічне обґрунтування результатам розрахунків, а також запропонованим заходам щодо підвищення ефективності використання капіталу за наступними даними:

Показник	Звітний рік	Планований рік
А	1	2
Власні засоби, тис. грн.	13560,0	14200,0
Основні засоби й нематеріальні активи, тис. грн.	?	6460,0

Продовження

A	1	2
Прибуток, тис. грн.	6909,0	15320,0
Обсяг реалізації, тис. грн.	402360,0	440500,0
у тому числі за собівартістю		368500,0
Оборотність оборотних коштів, днів		22
Процентна ставка за користування кредитом, %:		
від 22000 до 25000 тис. грн.		48,0
від 25001 до 30000 тис. грн.		49,5
понад 30000 тис. грн.		51,0

Задача 12.

Визначити економічні границі обсяги діяльності туристичного агентства на ринку, які повинні забезпечити:

- беззбитковість туристичного агентства;
- цільовий рівень прибуткової діяльності на принципах самофінансування.

Із цією метою необхідно:

- розрахувати обсяг реалізації послуг й необхідну суму виручки від реалізації послуг, що забезпечують беззбиткову роботу туристичного агентства й одержання необхідної величини прибутку;
- визначити необхідну величину прибутку для забезпечення самофінансування витрат по розвитку турагенства й рішенню соціальних питань;
- розробити й запропонувати економічно обґрунтований комплекс заходів щодо досягнення необхідного обсягу реалізації, що забезпечує цільовий рівень прибуткової діяльності за наступними даними:

Показники	Прогноз
Прогнозна виручка від реалізації послуг, у % до обсягу продажу	14,77
Відрахування від виручки від реалізації в позабюджетні фонди, ПДВ, тис. грн.	845,0
Витрати виробництва, тис. грн.	3598,0
у тому числі умовно-постійні, тис. грн.	1680,0
Потреба в чистому прибутку, тис. грн.	253,0
Середня питома вага податків і інших обов'язкових платежів у загальній сумі прибутку, %	35,0

Задача 13.

Маючи наведені нижче вихідні дані по туристичному оператору,

необхідно:

- а) провести аналіз структури капіталу;
- б) розрахувати:
 - економічну рентабельність і рентабельність продажу за звітний період і на майбутній рік;
 - ефект фінансового важеля за ці періоди й визначити чинники, що впливають на його розмір;
 - потребу в оборотних коштах, у тому числі позикових на плановий рік;
 - максимально припустиму процентну ставку за користування кредитом з умовою приросту ефекту фінансового важеля на 6 процентних пунктів.

Показники	Звітний рік	Плановий рік
Вкладений капітал, тис. грн.	32741,0	?
у тому числі:		
власний капітал	21361	24951
залучений капітал	22491	?
Основні засоби і нематеріальні активи, тис. грн.	3111	5211
Прибуток, тис. грн.	7601	22791
Виручка від реалізації послуг, тис. грн.	574481	667396
у тому числі за собівартістю	?	585177
Оборотність оборотних коштів, днів	?	23
Ставка за кредит, %	28	?

Обґрунтуйте висновки. Розробіть заходи щодо посилення ефекту фінансового важеля туристичного оператора у плановому періоді.

Задача 14.

Визначити очікувану рентабельність власних засобів з урахуванням ефекту фінансового важеля, якщо в результаті інвестування засобів у капітальні вкладення в розмірі 2800,0 тис. грн. планується дістати прибуток у розмірі 500,0 тис. грн. Ставка податку на прибуток взяти на рівня діючого.

Ставка по банківських кредитах протягом періоду інвестування – 11,0 %. Можливі наступні варіанти джерел інвестицій:

- а) використання тільки власних засобів;
- б) використання позикових засобів у розмірі 900,0 тис. грн.;
- в) використання позикових засобів у розмірі 2000,0 тис. грн.

Задача 15.

Туристичне агентство, активно працюючи на ринку туристичних послуг (основна спеціалізація: оздоровлення дітей за кордоном), протягом ряду років, маючи міцний фінансовий стан, ухвалила рішення щодо необхідності покупки власного автобуса. Таке рішення було продиктовано наступними обставинами.

1. Незважаючи на досить розвинутий ринок транспортних послуг, орендувати технічно справний, комфортабельний автобус проблематично, тому що автобусний парк поповнюється активно машинами з Німеччини, строком експлуатації від 5 і вище років.

2. Незважаючи на вищевказану обставину, вартість оренди автобуса дуже висока.

3. Проаналізувавши вартість тура за статтями витрат, туристичне агентство виявила, що частка витрат на оренду автобуса з урахуванням палива, страховки автобуса, відрядних водіям по деяких туристичних програмах становить понад 50,0 %. Розрахунки провести на основі наступних даних:

Показники	Значення
Вартість автобуса з урахуванням митного мита, дол. США	100000
Витрати на оформлення, технічний огляд автобуса, дол. США	2000
Число пасажирських місць	45
Плановий річний пробіг, км	120 000
Коефіцієнт випуску на лінію	0,75
Число водіїв на маршрут	2
Сумарний час в наряді, год.	12
Потужність двигуна, л. с.	250
Витрати дизельного палива, л/км	30/100
Вартість дизельного палива, грн./л	7,0
Норма амортизації на 1000 км пробігу, %	9,1
Режим експлуатації автобуса	інтенсивний
Оплата роботи водія на місяць, дол.	300
Джерело інвестицій - банківський валютний кредит, % річних	60
Строк надання кредиту, років	2

Задача 16.

Туристичний оператор організує бізнес-тур в Україну для 25 іноземних туристів, які є учасниками міжнародної науково-практичної конференції. Тривалість туру – 3 дні. Для проживання обрано готельний комплекс «А», вартість послуг розміщення якого

разом з харчуванням за один день на одну особу становить 30 у.о. Пропонується знижка вартості розміщення при наборі групи туристів в кількості, не менше ніж 20 осіб – 15,0 % і при наборі більше за 20 осіб – 20,0 %. Оренда висококомфортабельного автобуса становить 19050,0 грн. за один день. Екскурсійна програма для групи туристів розрахована на 2 дні: перший день – тривалість 3 год. – 1310,0 грн.; другий день – тривалість 6 год. – 1580,0 грн. Послуги перекладача становлять 20 у.о./год. Розмір податків та адміністративних витрат становлять 20,0 %, а прибуток туроператора – 20,0 % від собівартості пакету послуг. Групу іноземних туристів супроводжує керівник. Рівень комісійного збору туроператора становить 15,0 %. Визначити ціну пакету послуг одного туриста.

Задача 17.

Один із видів туристичної діяльності, що заохочується державою - організація в'їзного туризму і екскурсійно-пізнавальної діяльності населення України. У числі туристичних об'єктів найбільш популярним сьогодні є маршрут «Полтава – Львів – Кам'янець-Подільський – Полтава».

Розрахуйте витрати туристичного агентства з обслуговування групи (вартість обслуговування однієї особи), враховуючи, що маршрут 3-денний, дитячий, з ночівлею у м. Кам'янець-Подільський за наступними даними:

Вихідні дані	Значення
Кількість туристів у групі, осіб	44
Кількість керівників групи, осіб	1
Кількість водіїв, осіб	2
Оренда автобуса, грн.	18835,0
у тому числі:	
відрядні	10780
оплата палива і оренда автобуса	7890
страховка автобуса	1315
Обслуговування у м. Кам'янець-Подільський, грн.	24722,0
у тому числі:	
проживання	19946,0
харчування	3461,0
екскурсійна програма	1315,0

Задача 18.

Розрахуйте вартість тура на одну особу за маршрутом «Київ – Румунія» на основі наступних даних:

Вихідні дані	Значення
Кількість туристів у групі, осіб	40
Кількість керівників групи, осіб	1
Кількість водіїв, осіб	2
Кількість туристів, що обслуговуються безкоштовно, осіб	2
Тривалість тура, днів/ночівель	10/9
Вартість 1 тuroднiя, дол. США	25
Оренда автобуса з урахуванням страховки, дол. США	1800
Відрядні водіям, дол. США	220
Страховка кожного туриста, дол. США	25
Кількість фахівців, що займаються розробкою і реалізацією програми тура, осіб	2
Місячна оплата праці фахівця, що займається розробкою і реалізацією програми тура, дол. США	250
Оренда приміщення туристичної фірми, дол. США	200
Витрати з реклами, грн.	5800

У розрахунках використовуйте курс долара, установлений на момент вирішення завдання.

Задача 19.

Кафе, розташоване біля автомагістралі і орієнтоване на обслуговування автотуристів, із метою задоволення зростаючого попиту на харчову продукцію планує підвищити обсяги реалізації готових страв завдяки збільшенню виробничої потужності та ефективності її використання.

У звітному році організація виробництва в кафе характеризувалася наступними показниками:

Показники	Значення
Термін роботи кухні на добу, год.	8,0
Загальна ємність варильних котлів, л	370,0
Рівень завантаження котлів, %	80,0
Середня тривалість одного циклу варіння, хв.	185,0
Ємність першої страви, л	0,5
Простої устаткування із-за організаційно-технічних причин, хв.	60,0
Кількість робочих днів підприємства за рік	300
Кількість виробництва перших страв, тис.	374,5

1. Розрахувати коефіцієнт використання виробничої потужності кухні у поточному році.

2. Обґрунтувати резерви підвищення виробничої потужності кафе у плановому році та кількісно оцінити їх, якщо:

- кількість робочих днів кафе в плановому році зросте до 353;
- кухня працюватиме 12 год. на добу;
- термін простою через організаційно-технічні причини залишиться на рівні звітного року;
- середня тривалість одного виробничого циклу виготовлення страв скоротиться на 15 хв.

Задача 20.

Внаслідок реконструкції кав'ярні додатково став функціонувати банкетний зал з обслуговуванням споживачів офіціантами. Організація різнопланових розважальних програм сприяла збільшенню обслуженого контингенту до 450 тис. осіб при наступних характеристиках режиму роботи закладу ресторанного господарства: кількість робочих днів на рік - 365, час роботи закладу ресторанного господарства - з 11⁰⁰ до 23⁰⁰.

1. Визначити зміну коефіцієнта обіговості місць у торговому залі кав'ярні, якщо після реконструкції їх простої із-за організаційно-технічних причин становитимуть 1,6 год. на день, кількість місць у торговому залі - 45, середня тривалість обслуговування одного споживача - 20 хв. Коефіцієнт обіговості місць до реконструкції становив 0,65 од.

2. Скласти пояснювальну аналітичну записку.

ПОРЯДОК І КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Вивчення студентом навчальної дисципліни «Економіка підприємства» відбувається шляхом послідовного опрацювання навчальних модулів. Якість засвоєння теоретичного матеріалу та набуття практичних навичок здійснюється за допомогою поточного та підсумкового контролю.

ПОТОЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Метою та завданням поточного контролю є визначення рівня засвоєння матеріалу студентами для корекції їхньої навчальної роботи у разі потреби, а також накопичування балів рейтингу студента з дисципліни.

Об'єктами контролю є: робота студентів на лекціях, практичних заняттях, якість та своєчасність виконання індивідуальних і домашніх завдань, поточних модульних робіт.

Завданням поточного контролю є перевірка розуміння та засвоєння програмного матеріалу, навичок проведення практичних розрахунків, умінь самостійно опрацьовувати наукову літературу, здатності осмислити зміст теми чи розділу, умінь публічно чи письмово представити певний матеріал.

Методи поточного контролю: оцінювання виступів з доповідями, участь у дискусії на практичному занятті, перевірка виконання розрахункових та творчих завдань, письмове опитування, понятійний диктант, тестовий контроль. Самостійне опрацювання окремих тем чи питань здійснюється шляхом підготовки рефератів, аналітичних оглядів, мультимедійних презентацій. Оцінювання таких видів робіт здійснюється шляхом перевірки якості виконання зазначених видів робіт. При цьому враховується складність виконання завдань та наявність творчого підходу при їх розв'язку.

Поточна успішність студентів за виконання навчальних видів робіт на навчальних заняттях (табл. 1) і за виконання завдань самостійної роботи оцінюються за національною шкалою оцінок.

Оцінювання знань студентів при виконанні поточних модульних робіт (поточний контроль) здійснюється за 100-бальною шкалою. Робочим навчальним планом при вивченні матеріалу навчальної дисципліни «Економіка підприємства» у 7 семестрі передбачено

виконання двох поточних модульних робіт, тому загальна оцінка за поточний модульний контроль визначається як середньоарифметична.

Таблиця 1 – Система нарахування балів за результатами вивчення навчальної дисципліни «Економіка підприємства» для студентів за напрямом підготовки 6.140103 «Туризм»

Назва модулю, теми	Вид навчальної роботи	Кількість балів
7 семестр		
<i>Модуль 1. Управління господарською діяльністю туристичних підприємств</i>		
Тема 1. Роль і місце туризму в системі ринкового господарства України	<i>Практичне заняття 1</i>	
	1. Відвідування лекції	0,2
	2. Відвідування практичного заняття	0,2
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0
	4. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0
	5. Підготовка термінологічного словника	1,0
	6. Тестування	2,0
	Разом	5,4
Тема 2. Управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах	<i>Практичне заняття 2</i>	
	1. Відвідування лекції	0,2
	2. Відвідування практичного заняття	0,2
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0
	4. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0
	5. Підготовка термінологічного словника	1,0
	6. Тестування	2,0
	Разом	5,4
	<i>Практичне заняття 3</i>	
	1. Відвідування лекції	0,2
	2. Відвідування практичного заняття	0,2
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0
	4. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0
	5. Виконання навчальних завдань	1,5
	6. Тестування	2,0
	Разом	5,9
	<i>Практичне заняття 4</i>	
	1. Відвідування лекції	0,2
	2. Відвідування практичного заняття	0,2
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0
4. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
5. Виконання навчальних завдань	1,5	
6. Тестування	2,0	
Разом	5,9	
Поточна модульна робота 1		5
<i>Разом по модулю 1</i>		27,6

Назва модулю, теми	Вид навчальної роботи	Кількість балів	
<i>Модуль 2. Ресурсний потенціал туристичних підприємств та управління ним</i>			
Тема 3. Управління матеріальними ресурсами туристичних підприємств	<i>Практичне заняття 5</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0	
	4. Підготовка термінологічного словника	1,0	
	5. Тестування	2,0	
	Разом	4,4	
	<i>Практичне заняття 6</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0	
	4. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	5. Виконання навчальних завдань	1,5	
	6. Тестування	2,0	
	Разом	5,9	
	<i>Практичне заняття 7</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0	
	4. Виконання навчальних завдань	1,5	
	5. Тестування	2,0	
	Разом	4,9	
	<i>Практичне заняття 8</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0	
	4. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	5. Виконання навчальних завдань	1,5	
6. Тестування	2,0		
Разом	5,9		
<i>Практичне заняття 9</i>			
1. Відвідування лекції	0,2		
2. Відвідування практичного заняття	0,2		
3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0		
4. Виконання та захист домашнього завдання	1,5		
5. Тестування	2,0		
Разом	4,9		
Тема 4. Управління трудовими ресурсами підприємств	<i>Практичне заняття 10</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0	
	4. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	

Назва модулю, теми	Вид навчальної роботи	Кількість балів	
туристичної сфери	5. Підготовка термінологічного словника	1,0	
	6. Тестування	2,0	
	Разом	5,4	
	<i>Практичне заняття 11</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0	
	4. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	5. Виконання навчальних завдань	1,5	
	6. Тестування	2,0	
	Разом	5,9	
	<i>Практичне заняття 12</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0	
	4. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	5. Виконання та захист домашнього завдання	1,5	
	6. Тестування	2,0	
	Разом	5,9	
	Тема 5. Управління фінансовими ресурсами туристичних підприємств	<i>Практичне заняття 13</i>	
1. Відвідування лекції		0,2	
2. Відвідування практичного заняття		0,2	
3. Постановка та розкриття проблемного питання		1,0	
4. Доповіді з рефератами та їх обговорення		1,0	
5. Підготовка термінологічного словника		0,7	
6. Тестування		2,0	
Разом		5,1	
<i>Практичне заняття 14</i>			
1. Відвідування лекції		0,2	
2. Відвідування практичного заняття		0,2	
3. Постановка та розкриття проблемного питання		1,0	
4. Доповіді з рефератами та їх обговорення		1,0	
5. Тестування		2,0	
Разом		4,4	
<i>Практичне заняття 15</i>			
1. Відвідування лекції		0,2	
2. Відвідування практичного заняття		0,2	
3. Постановка та розкриття проблемного питання		1,0	
4. Виконання навчальних завдань		1,5	
5. Тестування	2,0		
Разом	4,9		
<i>Практичне заняття 16</i>			
1. Відвідування лекції	0,2		
2. Відвідування практичного заняття	0,2		

Назва модулю, теми	Вид навчальної роботи	Кількість балів	
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0	
	4. Виконання навчальних завдань	1,5	
	5. Тестування	2,0	
	Разом	4,9	
	<i>Практичне заняття 17</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	4. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	5. Виконання та захист домашнього завдання	1,5	
	6. Тестування	2,0	
Разом	4,9		
Поточна модульна робота 2		5	
<i>Разом по модулю 2</i>		72,4	
Разом за 7 семестр (ПМК)		100	
8 семестр			
<i>Модуль 3. Господарсько-фінансова діяльність туристичних підприємств та управління нею</i>			
Тема 6. Управління доходами підприємств туристичної сфери	<i>Практичне заняття 18</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0	
	4. Обговорення теоретичного та практичного матеріалу	0,5	
	5. Підготовка термінологічного словника	0,5	
	6. Тестування	1,0	
	Разом	3,4	
	<i>Практичне заняття 19</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	4. Підготовка термінологічного словника	0,5	
	5. Виконання навчальних завдань	1,5	
Разом	3,4		
Тема 7. Управління поточними витратами та собівартістю послуг на підприємствах туристичної сфери	<i>Практичне заняття 20</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0	
	4. Обговорення теоретичного та практичного матеріалу	0,5	
	5. Підготовка термінологічного словника	1,0	
	6. Тестування	0,9	
	Разом	3,8	
	<i>Практичне заняття 21</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	

Назва модулю, теми	Вид навчальної роботи	Кількість балів	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	4. Виконання навчальних завдань	1,5	
	Разом	2,9	
	<i>Практичне заняття 22</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	4. Виконання навчальних завдань	1,5	
	Разом	2,9	
	<i>Практичне заняття 23</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	4. Виконання навчальних завдань	1,5	
	Разом	2,9	
	<i>Практичне заняття 24</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	4. Виконання навчальних завдань	1,5	
	Разом	2,9	
	<i>Практичне заняття 25</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	4. Виконання навчальних завдань	1,5	
	Разом	2,9	
Тема 8. Управління прибутками та рентабельністю на підприємствах туристичної сфери	<i>Практичне заняття 26</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Постановка та розкриття проблемного питання	1,0	
	4. Обговорення теоретичного та практичного матеріалу	0,5	
	5. Підготовка термінологічного словника	1,0	
	6. Тестування	1,0	
	Разом	3,9	
	<i>Практичне заняття 27</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	4. Виконання навчальних завдань	1,5	
Разом	2,9		
<i>Практичне заняття 28</i>			

Назва модулю, теми	Вид навчальної роботи	Кількість балів	
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	4. Виконання навчальних завдань	1,5	
	Разом	2,9	
	<i>Практичне заняття 29</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	4. Виконання навчальних завдань	1,5	
	Разом	2,9	
	<i>Практичне заняття 30</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
	3. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0	
	4. Виконання навчальних завдань	1,5	
	Разом	2,9	
	<i>Практичне заняття 31</i>		
	1. Відвідування лекції	0,2	
	2. Відвідування практичного заняття	0,2	
3. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0		
4. Виконання навчальних завдань	1,5		
Разом	2,9		
Поточна модульна робота 3		5	
<i>Разом по модулю 3</i>		45,6	
<i>Модуль 4. Управління податковою політикою та ризиками в туристичній сфері</i>			
Тема 9. Управління податковою політикою туристичних підприємств	1. Написання реферату за визначеною тематикою	1,0	
	2. Підготовка термінологічного словника	1,0	
	Разом	2,0	
Тема 10. Ціна туристичного продукту та ціноутворення на окремі види туристичних послуг	1. Написання реферату за визначеною тематикою	1,0	
	2. Підготовка термінологічного словника	1,0	
	Разом	2,0	
Тема 11. Управління	1. Написання реферату за визначеною тематикою	1,0	
	2. Підготовка термінологічного словника	1,0	

Назва модулю, теми	Вид навчальної роботи	Кількість балів
інноваційною діяльністю та бізнес-планування на підприємствах туристичної сфери	Разом	2,0
Тема 12. Управління ризиком у підприємницькій діяльності та шляхи запобігання банкрутства туристичних підприємств	<i>Практичне заняття 32</i>	
	1. Відвідування лекції	0,2
	2. Відвідування практичного заняття	0,2
	3. Доповіді з рефератами та їх обговорення	1,0
	4. Підготовка термінологічного словника	1,0
	5. Тестування	1,0
	Разом	3,4
Поточна модульна робота 4		5
Разом по модулю 4		14,4
Екзамен		40
Разом за 8 семестр		100

ЗАГАЛЬНА ПІДСУМКОВА ОЦІНКА З ДИСЦИПЛІНИ

Підсумкове оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни «Економіка підприємства» здійснюється у формі підсумкового модульного контролю (ПМК, залік) у 7 семестрі та екзамену у 8 семестрі.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни «Економіка підприємства» у 8 семестрі (підсумкова форма контролю у вигляді поточного модульного контролю та екзамену) визначається за середньозваженою оцінкою, виходячи із загальної оцінки за поточний модульний контроль і оцінки за здачу екзамену.

При здачі екзамену знання студентів оцінюються за 100-бальною шкалою: максимальна оцінка за поточну успішність не перевищує 60 балів, а за здачу екзамену – 40 балів.

У разі якісного виконання усіх видів навчальної роботи протягом семестру до загальної підсумкової оцінки додаються додаткові бали (див. табл. 3). За додаткові види навчальних робіт студент може отримати не більше 30 балів. Однак загальна підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни складає 100 балів (табл. 2).

Таблиця 2 – Шкала оцінювання знань студентів за результатами підсумкового контролю з навчальної дисципліни «Економіка підприємства» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного підсумкового контролю
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни та підсумковим контролем

Таблиця 3 – Система нарахування додаткових балів за видами робіт з вивчення з навчальної дисципліни «Економіка підприємства» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

Форма роботи	Вид роботи	Бали
1. Навчальна	1. Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань підвищеної складності	8
2. Науково-дослідна	1. Участь в наукових гуртках	4
	2. Участь в предметних олімпіадах, конкурсах студентських наукових робіт та наукових студентських конференціях:	4
	- університетських	6
	- міжвузівських	8
	- всеукраїнських, міжнародних	
Разом		30

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПОТОЧНОГО (ПОТОЧНА МОДУЛЬНА РОБОТА) КОНТРОЛЮ (ПМК)

МОДУЛЬ 1. Управління господарською діяльністю туристичних підприємств

Тема 1. Роль і місце туризму в системі ринкового господарства
України

1. Сутність туризму як виду економічної діяльності та його функції.
2. Роль туристичної індустрії у комплексному обслуговуванні споживачів.
3. Сутність і склад пропозиції та обсягу реалізації туристичного продукту туристичним підприємством.
4. Форми пропозиції туристичних послуг.
5. Особливості попиту на туристичному ринку
6. Чинники формування попиту та пропозиції на туристичному ринку.
7. Показники оцінки обсягу пропозиції послуг туристичного підприємства.
8. Характеристика інфраструктури туристичного ринку.

Тема 2. Управління обсягом реалізації послуг на туристичних
підприємствах

1. Характеристика туристичного продукту (туристичні послуги та туристичні товари).
2. Оцінка обсягу реалізації туристичних послуг туроператорів, турагентів, бюро подорожей та екскурсій.
3. Характеристика процесу управління обсягом реалізації послуг на туристичних підприємствах.
4. Економічний аналіз обсягу реалізації туристичного продукту на підприємствах туризму.
5. Методика розробки продуктової програми туристичного підприємства на плановий період.
6. Цілі та завдання управління обсягом реалізації послуг на туристичному підприємстві.

МОДУЛЬ 2. Ресурсний потенціал туристичних підприємств та управління ним

Тема 3. Управління матеріальними ресурсами туристичних підприємств

1. Поняття та характеристика ресурсного потенціалу туристичних підприємств, показники ефективності його використання.
2. Характеристика елементів матеріальних ресурсів туристичних підприємств.
3. Матеріально-технічна база туристичних підприємств, основні її елементи.
4. Виробнича потужність та пропускна спроможність засобів розміщення туристів.
5. Показники оцінки забезпеченості туристичних підприємств оборотними засобами та фондами обертання.
6. Економічний аналіз ефективності використання основних засобів туристичних підприємств.

Тема 4. Управління трудовими ресурсами підприємств туристичної сфери

1. Поняття та класифікація трудових ресурсів у туризмі.
2. Цілі та завдання управління трудовими ресурсами туристичних підприємств.
3. Економічний аналіз формування та використання трудових ресурсів у туризмі.
4. Поняття продуктивності, ефективності і якості праці в туризмі.
5. Показники оцінки продуктивності праці працівників туристичних підприємств.
6. Форми і системи оплати праці працівників туристичних підприємств.

Тема 5. Управління фінансовими ресурсами туристичних підприємств.

1. Склад та джерела фінансових ресурсів туристичних підприємств.

2. Джерела та порядок формування основних і оборотних засобів туристичних підприємств.
3. Формування та напрямки використання фінансових фондів туристичних підприємств.
4. Показники оцінки ефективності використання фінансових ресурсів туристичних підприємств.
5. Економічний аналіз використання фінансових ресурсів у туризмі.
6. Цілі та завдання управління фінансовими ресурсами туристичних підприємств.

МОДУЛЬ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ГОСПОДАРСЬКО-ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ НЕЮ

Тема 6. Управління доходами підприємств туристичної сфери

1. Сутність та класифікація доходів підприємств туристичної сфери.
2. Джерела утворення доходів підприємств туристичної сфери.
3. Цілі та завдання управління доходами підприємств туристичної сфери.
4. Аналіз доходів туристичних підприємств.
5. Визначення можливого та необхідного обсягу доходів туристичних підприємств.
6. Методи планування доходів туристичних підприємств.
7. Управління формуванням інших видів доходів підприємств туристичної сфери.

Тема 7. Управління поточними витратами та собівартістю послуг на підприємствах туристичної сфери

1. Сутність та класифікація поточних витрат підприємств туристичної сфери.
2. Характеристика поточних витрат турагенств та туроператорів.
3. Експлуатаційна та повна собівартість послуг розміщення.
4. Показники оцінки загального обсягу і рівня поточних витрат на туристичних підприємствах.

5. Управління поточними витратами туристичних підприємств.
6. Аналіз поточних витрат підприємств туристичної сфери.
7. Методи обґрунтування плану поточних витрат підприємств туристичної сфери.

Тема 8. Управління прибутками та рентабельністю на підприємствах туристичної сфери

1. Види та джерела утворення прибутку підприємств туристичної сфери.
2. Методичні підходи до визначення розмірів мінімального, цільового, нормального та максимального прибутку.
3. Показники вимірювання прибутковості та рентабельності туристичних підприємств.
4. Процес управління фінансовими результатами та характеристика змісту окремих етапів роботи.
5. Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу фінансового результату підприємств туристичної сфери.
6. Методичні підходи до розробки плану формування фінансового результату (прибутку) підприємств туристичної сфери.
7. Методичні підходи до визначення можливого і необхідного обсягу прибутку.
8. Напрями використання прибутку туристичних підприємств. Розподіл чистого прибутку.

МОДУЛЬ 4. УПРАВЛІННЯ ПОДАТКОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ТА РИЗИКАМИ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Тема 9. Управління податковою політикою туристичних підприємств

1. Сутність системи оподаткування підприємств туристичної сфери.
2. Класифікація податків та обов'язкових платежів, що сплачують туристичні підприємства.
3. Порядок розрахунку на туристичних підприємствах окремих видів податків та обов'язкових платежів.
4. Спрощена система оподаткування: її сутність та механізм

сплати єдиного податку.

5. Методика визначення планового обсягу сплати окремих видів податкових платежів туристичних підприємств.

Тема 10. Ціна туристичного продукту та ціноутворення на окремі види туристичних послуг

1. Види цін на товари і послуги туристичного попиту.
2. Державне регулювання цін на послуги підприємств туристичної індустрії.
3. Особливості формування цін на тури і туристичні послуги.
4. Склад і структура ціни на окремі види туристичних послуг: на туристсько-екскурсійне обслуговування, на транспортні послуги та інші.
5. Структура ціни туристичного продукту на одного туриста.
6. Поняття та структура відпускнуої вартості одного туро-дня в туристичних підприємствах.
7. Особливості формування цін на послуги розміщення в підприємствах готельного господарства
8. Цінова політика підприємств туристичної індустрії на національному та міжнародному туристичному ринку.

Тема 11. Управління інвестиційною діяльністю та бізнес-планування на підприємствах туристичної сфери

1. Інвестиційна політика туристичних підприємств.
2. Управління інвестиціями на підприємствах туристичної сфери.
3. Бізнес-план інвестиційного проекту туристичного підприємства: зміст і структура.
4. Методологічні основи розробки окремих розділів бізнес-плану підприємств туристичної сфери.
5. Особливості розробки бізнес-плану будівництва і реконструкції діючого підприємства туристичної сфери.

Тема 12. Управління ризиком у підприємницькій діяльності та шляхи запобігання банкрутства туристичних підприємств

1. Класифікація та характеристика ризиків туристичних підприємств.

2. Структурно-логічна схема процесу управління ризиками та характеристика змісту окремих етапів роботи.
3. Методичний інструментарій оцінки рівня ризиків підприємств туристичної сфери.
4. Основні причини банкрутства туристичних підприємств та форми їх санації.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ (ЕКЗАМЕН)

1. Сутність та класифікація доходів підприємств туристичної сфери.
2. Джерела утворення доходів підприємств туристичної сфери.
3. Цілі та завдання управління доходами підприємств туристичної сфери.
4. Аналіз доходів туристичних підприємств.
5. Визначення можливого та необхідного обсягу доходів туристичних підприємств.
6. Методи планування доходів туристичних підприємств.
7. Управління формуванням інших видів доходів підприємств туристичної сфери.
8. Сутність та класифікація поточних витрат підприємств туристичної сфери.
9. Характеристика поточних витрат турагенств та туроператорів.
10. Експлуатаційна та повна собівартість послуг розміщення.
11. Показники оцінки загального обсягу і рівня поточних витрат на туристичних підприємствах.
12. Управління поточними витратами туристичних підприємств.
13. Аналіз поточних витрат підприємств туристичної сфери.
14. Методи обґрунтування плану поточних витрат підприємств туристичної сфери.
15. Види цін на товари і послуги туристичного попиту.
16. Державне регулювання цін на послуги підприємств туристичної індустрії.
17. Структура ціни на послуги туристичного попиту.
18. Особливості формування цін на тури і туристичні послуги.

19. Особливості формування цін на послуги розміщення в підприємствах готельного господарства.
20. Цінова політика підприємств туристичної індустрії на національному та міжнародному туристичному ринку.
21. Види та джерела утворення прибутку підприємств туристичної сфери.
22. Економічні підходи до характеристики прибутку підприємства (залежно від виду діяльності, порядку визначення, методики оцінки, мети визначення).
23. Методичні підходи до визначення розмірів мінімального, цільового, нормального та максимального прибутку.
24. Показники вимірювання прибутковості та рентабельності туристичних підприємств.
25. Процес управління фінансовими результатами та характеристика змісту окремих етапів роботи.
26. Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу фінансового результату підприємств туристичної сфери.
27. Методичні підходи до розробки плану формування фінансового результату (прибутку) підприємств туристичної сфери.
28. Методичні підходи до визначення можливого і необхідного обсягу прибутку.
29. Напрями використання прибутку туристичних підприємств.
30. Розподіл чистого прибутку.
31. Сутність системи оподаткування підприємств туристичної сфери.
32. Класифікація податків та обов'язкових платежів, що сплачують туристичні підприємства.
33. Порядок розрахунку на туристичних підприємствах окремих видів податків та обов'язкових платежів.
34. Спрощена система оподаткування: її сутність та механізм сплати єдиного податку.
35. Методика визначення планового обсягу сплати окремих видів податкових платежів туристичних підприємств.
36. Види цін на послуги підприємств туристичної сфери.
37. Суть і склад ціни туристичного продукту.
38. Склад і структура ціни на окремі види туристичних послуг: на туристсько-екскурсійне обслуговування, на транспортні

послуги та інші.

39. Структура ціни туристичного продукту на одного туриста.
40. Поняття та структура відпускної вартості одного туродня в туристичних підприємствах.
41. Механізм формування цін на послуги готельного господарства.
42. Структурні елементи роздрібної ціни на інші послуги підприємств туристичної індустрії.
43. Інвестиційна політика туристичних підприємств.
44. Управління інвестиціями на підприємствах туристичної сфери.
45. Бізнес-план інвестиційного проекту туристичного підприємства: зміст і структура.
46. Методологічні основи розробки окремих розділів бізнес-плану підприємств туристичної сфери.
47. Особливості розробки бізнес-плану будівництва і реконструкції діючого підприємства туристичної сфери.
48. Класифікація та характеристика ризиків туристичних підприємств.
49. Структурно-логічна схема процесу управління ризиками та характеристика змісту окремих етапів роботи.
50. Методичний інструментарій оцінки рівня ризиків підприємств туристичної сфери.
51. Основні причини банкрутства туристичних підприємств та форми їх санації.

СТРУКТУРА ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПОТОЧНОЇ МОДУЛЬНОЇ РОБОТИ

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Кафедра економіки підприємства

Поточна модульна робота № __

з навчальної дисципліни «Економіка підприємства» для студентів
напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

Варіант № _

1. Виникнення і розвиток туризму.
2. Туристичний бізнес як економіко-технологічна система.

Тести

1. *Первинною одиницею продажу на ринку туристичних послуг є:*

- а) турпродукт;
- б) турпакет;
- в) тур;
- г) маршрут.

2. *Об'єктом туризму є:*

- а) туристичний попит;
- б) туристичний продукт;
- в) туристична пропозиція;
- г) туристична послуга.

3. *До складу туристичного продукту входять послуги:*

- а) перевезення і розміщення;
- б) з організації відвідування об'єктів культури та відпочинку;
- в) реалізація сувенірної продукції;
- г) всі відповіді вірні.

Задача

Визначити критичний обсяг продажу турів та розрахувати обсяг продажу, який забезпечує валовий дохід в розмірі 15 тис. грн.

У звітному періоді туристичний оператор досяг таких показників:

- умовно-постійні витрати 30 тис. грн.;
- ціна тура 6000 грн.;
- перемінні витрати на одиницю тура 4,5 тис. грн.

Провідний викладач _____
(підпис)

(ініціали та прізвище)

СТРУКТУРА ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТУ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ по Вищому навчальному закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» від 8 липня
2015 року № 152-Н «Про запровадження форм документів з
підготовки кадрів у вищих навчальних закладах»

Форма № П-4.01

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Напрямок підготовки 6.140103 «Туризм»

Семестр 8

Навчальна дисципліна «Економіка підприємства»

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № ___

1. Поняття трудових ресурсів у туризмі.
2. Економічний аналіз обсягу реалізації туристичного продукту на підприємствах туризму.

Задача

Розрахувати точку безбитковості виробництва екскурсійних послуг та додатковий розмір прибутку, який одержить туристичне підприємство за умови скорочення змінних витрат на 10,0% і постійних витрат на 20000 грн.

Поточний обсяг реалізації екскурсійних послуг туристичного підприємства з урахуванням кон'юнктури ринку в'їзного туризму в регіоні може дорівнювати 15000 од. Продажна ціна одиниці послуги становить 150 грн. Змінні витрати в розрахунку на одиницю послуги складають 52 грн., а постійні витрати на весь річний випуск послуг — 80000 грн.

Екзаменатор _____
(підпис)

(ініціали та прізвище)

Завідувач кафедри _____
(підпис)

(ініціали та прізвище)

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андренко І.Б. Фінансово-економічний аналіз підприємств туризму: підручник / І.Б. Андренко, Н.М. Влащенко. – Харків: ХНАМГ, 2012. – 308 с.
2. Атамас П. Й. Бухгалтерський облік у галузях економіки: навчальний посібник / П. Атамас. – 2-е вид., перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 391 с.
3. Балашова Р.І. Організація діяльності туристичного підприємства: Навч. посіб. / Р.І. Балашова. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 184 с.
4. Білоус С. В. Організаційно-економічні засади розвитку туристичного бізнесу України: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03 / С. В. Білоус; ЛНУ ім. І. Франка. – Львів. 2012. – 20 с.
5. Білоус С. В. Особливості управління розвитком туристичного бізнесу / С.В. Білоус // Вісник ЛНУ імені Івана Франка. Серія міжнародні відносини. – Львів. 2012. – Вип. 29. – С. 21-27.
6. Бурик А.Ф. Планування діяльності підприємства : навч. посібник / А.Ф. Бурик. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 260 с.
7. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг: навчальний посібник / В.В. Величко; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва імені О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ імені О. М. Бекетова, 2013. – 202 с.
8. Гой І.В. Підприємництво: навч. посібник / І.В. Гой. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 368 с.
9. Городня Т.А. Економіка туризму: теорія і практика: навчальний посібник / Т.А. Городня, А.Ф. Щербак. – К.: Кондор, 2012. – 436 с.
10. Господарський кодекс України. – <http://www.rada.com.ua>.
11. Давидов Г.М. Стратегічний аналіз: навчальний посібник / Г.М. Давидов, В.М. Малахова. – 2-ге вид., стер. – К.: Знання, 2014. – 389 с.
12. Данилко В.О. Управління витратами : навч. посібник / В.О. Данилко, Кушніренко О.М., Марченко К.С. – К. : Каравела, 2012. – 256 с.
13. Джужа О.М. Економічна безпека підприємства : навч. посібник / О.М. Джужа. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 366 с.
14. Дикань В.Л. Стратегічне управління : навч. посібник / В.Л.

- Дикань. – К.: Центр навчальної літератури, 2013. – 272 с.
15. Довгань Л.Є. Стратегічне управління : навч. посібник / Л. Є. Довгань. – 2-ге вид. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 440 с.
 16. Донець Л.І. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків : навч. посібник / Л.І. Донець. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 464 с.
 17. Жукова О.А. Організація та методика економічного аналізу: навчальний посібник / О.А. Жукова, Л.М. Киш. – Вінниця: Вінницька газета, 2012. – 304 с.
 18. Захарченко В.І. Економіка підприємства : практикум / В.І. Захарченко. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 144 с.
 19. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. – http://www.tourlib.net/books_ukr/kyfjak_13.htm
 20. Ковальчук К.Ф. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій: навчальний посібник / К.Ф. Ковальчук. – К.: ЦУЛ, 2012. – 328 с.
 21. Косова Т.Д. Організація і методика економічного аналізу : навч. посібник / Т.Д. Косова. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 526 с.
 22. Косова Т.Д. Фінансовий аналіз: навчальний посібник / Т.Д. Косова. – К.: ЦУЛ, 2013. – 440 с.
 23. Круль Г. Я. Основи готельної справи : навчальний посібник / Г. Я. Круль. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.
 24. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навчальний посібник / Н. Є. Кудла ; Львів. ін-т економіки і туризму. – К.: Знання, 2011. – 351 с.
 25. Лівшиц Д.М. Як підготувати бізнес-план: навч. практичний посібник / Д.М. Лівшиц. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 382 с.
 26. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. посібник / О.Є. Мазур. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 480 с.
 27. Мальська М.П. Управління персоналом у туризмі: теорія і практика: навчальний посібник / М.П. Мальська. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 234 с.
 28. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.
 29. Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика:

- підручник / М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 544 с.
30. Мальська М.П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: навч. посіб. / М.П. Мальська, О.Ю. Бордун. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
 31. Мних Є.В. Фінансовий аналіз: підручник / Є.В. Мних, Н.С. Барабаш. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 536 с.
 32. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку. Нормативна база. Нова редакція. – Харків : Курсор, 2007. – 282 с.
 33. Останкова Л.А. Аналіз, моделювання й управління економічними ризиками : навч. посібник / Л.А. Останкова. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 256 с.
 34. Плотников Д.В. Оценка рентабельности бизнеса / Д.В. Плотников. - http://www.strategies.com.ua/statti_rentabel.html
 35. Податковий кодекс України. – <http://zakon.rada.gov.ua>
 36. Порохня В.М. Стратегічне управління : навч. посібник / В.М. Порохня. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 220 с.
 37. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом: Закон України № 2343-ХІІ, 14.05.1992. – <http://zakon.rada.gov.ua>
 38. Про державну підтримку малого підприємництва: Закон України. – № 2063-ІІІ, 19.10.2000 // <http://zakon.rada.gov.ua>
 39. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців: Закон України № 755-ІV, 15.05.2003. – <http://zakon.rada.gov.ua>
 40. Про інвестиційну діяльність : Закон України – № 1561-ХІІ (1561-12) від 18.09.91. – <http://zakon.rada.gov.ua>
 41. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. № 325/95-ВР. – <http://zakon.rada.gov.ua>
 42. Портна О.В. Аналіз господарської діяльності: навчальний посібник / О.В., Портна, Н.Ю. Єршова. Львів: Магнолія 2006, 2015. – 312 с.
 43. Портна О.В., Єршова Н.Ю., Юр'єва І.Я. Антикризове управління підприємством: навчальний посібник /. О.В. Портна, Н.Ю. Єршова, І.Я. Юр'єва. – Львів, 2014. – 288 с. .
 44. Сайт бібліотеки туризму. -: <http://www.turbooks.ru>.
 45. Сайт Державної служби туризму і курортів Міністерства

- культури і туризму України. – <http://www.tourism.gov.ua>.
46. Сіменко І.В. Аналіз господарської діяльності: навч. посібник / І.В. Сіменко. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 384 с.
 47. Соболева О.А. Фінансово-економічний аналіз діяльності турфірми / О.А. Соболева, І.І. Соболев. – http://tourlib.net/books_tourism/soboleva.htm
 48. Стрельніков О.І. Звітність підприємства: навчальний посібник / О.І. Стрельніков, Ю.Л. Петрушевський. – Львів: Магнолія 2006, 2013. – 306 с.
 49. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз: практикум: навчальний посібник / Тарасенко Н.В. – Львів: Новий світ, 2014. – 296 с.
 50. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз : навчальний посібник / Г.М. Тарасюк. – К. : Каравела, 2012. – 280 с.
 51. Тарасюк Г.М. Планування діяльності підприємства : навчальний посібник / Г.М. Тарасюк, Л.І. Шваб. – К. : Каравела, 2012. – 368 с.
 52. Тігова Т.М. Аналіз фінансової звітності: навчальний посібник / Т.М. Тігова. – К.: ЦУЛ, 2012. – 268 с.
 53. Тютюнник Ю.М. Фінансовий аналіз: навчальний посібник / Ю.М. Тютюнник. – К.: Знання, 2012. – 815 с.
 54. Тюріна Н.М. Антикризове управління : навчальний посібник / Н.М. Тюріна. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 448 с.
 55. Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций / Т.А. Фролова. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2011. – 365 с.
 56. Череп А.В. Стратегічне планування і управління : навчальний посібник / А.В.Череп. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 334 с.
 57. Шубіна С.В. Фінансовий аналіз: практикум: навчальний посібник / С.В. Шубіна. – К.: ЦУЛ, 2013. – 296 с.
 58. Щурик М.В. Статистика: теорія і практикум: навчальний посібник /М.В. Щурик. – Львів: Магнолія 2006, 2015. – 544 с.

ЗМІСТ

	Стор.
Вступ.....	3
Навчальна програма навчальної дисципліни	5
Тематичний план навчальної дисципліни	15
Методичні рекомендації до самостійного вивчення навчальної дисципліни.....	17
Індивідуальні завдання для самостійної роботи студентів та методичні рекомендації щодо їх виконання.....	213
Порядок і критерії оцінювання знань студентів.....	230
Перелік питань для підготовки до поточного (поточна модульна робота) контролю (ПМК).....	239
Перелік питань для підготовки до підсумкового контролю (екзамен).....	244
Структура завдання для поточної модульної роботи.....	247
Структура екзаменаційного білету.....	248
Список рекомендованих інформаційних джерел.....	249