

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІПЛАКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри



Г. П. Склад  
(підпис)

12 травня 2021 р.

## РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни	<b>«Ціноутворення в туристичному бізнесі»</b>
освітня програма/спеціалізація	<b>«Туризм»</b> <i>(назва)</i>
спеціальність	<b>242 Туризм</b> <i>(код, назва спеціальності)</i>
галузь знань	<b>24 Сфера обслуговування</b> <i>(код, назва галузі знань)</i>
ступінь вищої освіти	<b>молодший бакалавр</b> <i>(молодший бакалавр, бакалавр, магістр, доктор філософії)</i>

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри туристичного та готельного бізнесу  
Протокол засідання кафедри від 12 травня 2021 р., № 12

Укладач програми:

Карпенко Ю. В., к. е. н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми спеціальності «Туризм»  
ступеня молодший бакалавр



\_\_\_\_\_ П. В. Шуканов

(підпис)

## ЗМІСТ

Розділ 1. Загальна характеристика навчальної дисципліни .....	4
Розділ 2 Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання .....	5
Розділ 3. Програма навчальної дисципліни .....	6
Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни .....	9
Розділ 5. Система оцінювання знань студентів .....	13
Розділ 6. Інформаційні джерела.....	15
Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни.....	16

## Розділ 1. Загальна характеристика навчальної дисципліни

Таблиця 1. Опис навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»

Місце в структурно-логічній схемі підготовки – після вивчення навчальних дисциплін: – Організація туризму (Основи туризмознавства); – Організація діяльності суб'єктів туристичної сфери.
Мова викладання – українська
Статус дисципліни – обов'язкова
Кількість кредитів за ЄКТС - 3.
Курс/семестр вивчення – 2/4
Денна форма навчання:
Кількість годин: – загальна кількість: 3 семестр – 90. - лекції: 16 - практичні (семінарські, лабораторні) заняття: 20 - самостійна робота: 54 - вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК
Заочна форма навчання:
Кількість годин: – загальна кількість: 3 семестр - 90. - лекції: 4 - практичні (семінарські, лабораторні) заняття: 6 - самостійна робота: 80 - вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК

## **Розділ 2. Перелік коментентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання**

Метою навчальної дисципліни є вивчення особливостей процесу ціноутворення в туристичному бізнесі, а саме основних факторів, що впливають на ціну туристичного продукту, на процес ціноутворення, вплив каналів просування на ціну, а також залежність ціни від рівня та специфіки туристичної компанії.

Таблиця 2. Перелік компетентностей та програмні результати навчання

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти студент</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт (ПР06);</li> <li>• ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися (ПР07);</li> <li>• розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна (ПР09);</li> <li>• адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях (ПР15);</li> <li>• аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань (ПР16);</li> <li>• виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання (ПР17).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу (К04);</li> <li>• вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми (К08);</li> <li>• знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності (К14);</li> <li>• здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (К15);</li> <li>• розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (К19);</li> <li>• здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту (К20).</li> </ul>

## **Розділ 3. Програма навчальної дисципліни**

### **Модуль 1. Економічні засади ціноутворення в сучасних умовах господарювання**

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

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

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

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

Методика ціноутворення як засіб формування цінової політики туристичного підприємства.

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

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

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

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

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

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

#### **Тема 3. Система цін та ціноутворення в туризмі**

Поняття та характеристика системи цін. Класифікація цін залежно від: сфери і масштабів діяльності підприємства, виду ринку (внутрішній, міжнародний); виду та призначення товарів (споживчих, виробничого призначення); каналів руху товарів від виробника до споживача і врахування у ціні витрат на виробництво і збут; умов поставки у внутрішній та міжнародній торгівлі; територіальної диференціації; часу дії тощо.

Функції ціни в туризмі. Види цін та порядок їх встановлення на послуги та продукцію підприємств туристичного бізнесу. Склад ціни туристичного продукту.

#### **Тема 4. Механізм ринкового ціноутворення**

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

формування цінової політики в умовах конкуренції.

Загальний алгоритм методики розрахунку ціни.

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

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

## Модуль 2. Особливості ціноутворення у туристичному бізнесі

### **Тема 5. Специфічні різновиди цін у сфері туристичної діяльності**

Специфіка формування цін на туристський продукт. Формування ціни на турпакет: вибір іноземного партнера із числа приймаючих туристичних фірм, обговорення й узгодження з ними умов обслуговування, укладання договору. Характеристика специфічних ринкових цін.

Специфіка формування цін на послуги тимчасового розміщування. Прийоми диференціації цін, тарифів та цінових знижок на готельні послуги.

Специфічні податки та збори. Туристичний збір. Загальнодержавні та місцеві податки та збори. Платники збору. Податок на прибуток підприємств засобів тимчасового розміщування. Збір за спеціальне використання лісових ресурсів.

Спеціальні готельні тарифи: міжнародний досвід. Сезонні та тимчасові тарифи. Тарифи для особливих категорій клієнтів. Корпоративні тарифи. Комерційні тарифи. Тарифи неповної доби. Тарифи для пенсіонерів. Молодіжні тарифи.

### **Тема 6. Структура вартості туристського обслуговування та ціни туристського продукту**

Витратна складова ціни туристичного продукту. Загальна характеристика витрат. Склад витрат, які відносять до собівартості. Класифікація витрат. Система управління витратами. Витрати на організацію послуг за складом, економічним призначенням, питомою вагою у виготовленні та реалізації.

Розрахунок собівартості продукції (послуг) підприємств туристичного бізнесу. Основні елементи витрат підприємств туристичного бізнесу. Витрати туроператорів, що утворюють собівартість туристичного продукту. Витрати з реалізації туристичного продукту турагентами (посередниками).

Специфіка формування цін на туристський продукт. Ціна індивідуального та групового туру. Ціна типового пекідж-туру. Структура ціни пакету туристичних послуг

### **Тема 7. Структура вартості послуг тимчасового розміщування**

Витратна складова вартості послуг тимчасового розміщування. Методологія формування готельних тарифів і цін на основні та додаткові послуги готелів. Структура рекламного готельного тарифу. Чинники, що впливають на витрати

підприємств туристичного бізнесу. Групування витрат підприємств туристичного бізнесу за калькуляційними статтями. Склад статей витрат, що включаються до калькуляції собівартості туристичного продукту. Управління витратами туристичного продукту (послуги). Калькулювання і його місце в економічних розрахунках. Вибір калькуляційних одиниць. Кошторис підприємства і собівартість продукції (послуг).

Управління прибутком готельного підприємства.



## Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни

Таблиця 4. Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
<i>Модуль 1. Економічні засади ціноутворення в сучасних умовах господарювання</i>					
Тема 1. Економічна сутність та функції ціни 1. Ціна як інструмент економіки. Теорії, що визначають цінність товару. 2. Функції цін. 4. Сутність процесу ціноутворення.	2	Тема 1. Економічна сутність та функції ціни 1 Сутність категорій «ціна» та «ціноутворення». Теорії, на яких ґрунтуються підходи щодо визначення цінності товару. 2. Методологія ціноутворення як процес формування рівнів, структури та динаміки цін.	2	Підготувати презентації /доповіді на теми: «Економічна теорія і можливості її використання у практиці ціноутворення», «Концепція попиту і практика бізнесу», «Цілі підприємства і їх відображення у політиці ціноутворення», «Корисність товару як чинник формування ціни».	6
Тема 2. Державне регулювання цін в Україні 1. Методи прямого державного регулювання цін. 2. Методи непрямого державного регулювання цін. 3. Особливості державного	2	Тема 2. Державне регулювання цін в Україні 1. Державне регулювання цін, його основні методи. 2. Нормативно-правове забезпечення державного регулювання цін.	2	Підготувати презентації /доповіді на теми: «Правове регулювання ціноутворення», «Державні органи, які здійснюють контроль за дотриманням законодавства про	8

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
регулювання цін у туристичній сфері.		3. Особливості державного регулювання цін у туристичній сфері.		ціноутворення в Україні», «Моніторинг цін», «Вплив державного регулювання цін на економічні процеси».	
Тема 3. Система цін та ціноутворення в туризмі 1. Класифікація цін. 2. Принципи ціноутворення. 3. Функції ціни в туризмі. 4. Склад ціни туристичного продукту.	2	Тема 3. Система цін та ціноутворення в туризмі 1. Поняття та характеристика системи цін. 2. Класифікація цін залежно від сфери і масштабів діяльності підприємства. 3. Види цін та порядок їх встановлення на послуги та продукцію підприємств туристичного бізнесу.	4	Підготувати презентації / доповіді на теми: «Класифікація цін залежно від: умов поставки у внутрішній та міжнародній торгівлі; територіальної диференціації; часу дії тощо», «Види цін та порядок їх встановлення на послуги та продукцію підприємств туристичного бізнесу».	8
Тема 4. Механізм ринкового ціноутворення 1. Цінова політика підприємства. 2. Цінова стратегія підприємства.	2	Тема 4. Механізм ринкового ціноутворення 1. Вибір методу ціноутворення в умовах конкуренції. Чинники, що впливають на формування цінової політики в умовах конкуренції. 2. Загальний алгоритм методики розрахунку ціни.	2	Підготувати презентації/ доповіді на теми: «Цінова політика як елемент господарського механізму підприємства», «Принципи, завдання та етапи формування цінової політики підприємств».	8

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
		3. Методи ціноутворення в туристичному бізнесі. Зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на ціну туристичного продукту (послуги)..			
<i>Модуль 2. Особливості ціноутворення у туристичному бізнесі</i>					
Тема 5. Специфічні різновиди цін у сфері туристичної діяльності 1. Специфіка формування цін на туристський продукт. 2. Специфіка формування цін на послуги тимчасового розміщування. 3. Специфічні податки та збори. Туристичний збір. 4. Спеціальні готельні тарифи: міжнародний досвід.	4	Тема 5. Специфічні різновиди цін у сфері туристичної діяльності 1. Специфіка формування цін на туристський продукт. 2. Специфіка формування цін на послуги тимчасового розміщування. 3. Специфічні податки та збори. Туристичний збір. 4. Спеціальні готельні тарифи.	4	Підготувати доповідь на тему «Напрями зниження собівартості туристичної продукції (послуг)».	8
Тема 6. Структура вартості туристського обслуговування та ціни туристського продукту 1. Витратна складова ціни туристичного продукту. 2. Специфіка формування цін на туристський продукт.	2	Тема 6. Структура вартості туристського обслуговування та ціни туристського продукту 1. Витратна складова ціни туристичного продукту. 2. Специфіка формування цін на туристський продукт.	4	Підготувати доповідь на тему «Напрями диференціації цін підприємств туристичного бізнесу».	8

<b>Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)</b>	<b>Кількість годин</b>	<b>Назва теми та питання практичного заняття</b>	<b>Кількість годин</b>	<b>Завдання самостійної роботи у розрізі тем</b>	<b>Кількість годин</b>
<p>Тема 7. Структура вартості послуг тимчасового розміщування</p> <p>1. Витратна складова вартості послуг тимчасового розміщування.</p> <p>2. Управління прибутком готельного підприємства.</p>	2	<p>Тема 7. Структура вартості послуг тимчасового розміщування</p> <p>1. Витратна складова вартості послуг тимчасового розміщування.</p> <p>2. Управління прибутком готельного підприємства.</p>	2	<p>Підготувати доповідь на тему «Чинники впливають на чутливість попиту за ціною на послуги тимчасового розміщування».</p>	8

## Розділ 5. Система оцінювання знань студентів

Таблиця 5. Розподіл балів за результатами вивчення навчальної дисципліни

Назва модулю, теми	Вид навчальної роботи					Кількість балів
	відвідування занять	захист домашнього завдання	обговорення матеріалу занять	виконання навчальних завдань	завдання самостійної роботи	
<i>Модуль 1. Економічні засади ціноутворення в сучасних умовах господарювання</i>						
Тема 1. Економічна сутність та функції ціни	2	2	2	2	2	10
Тема 2. Державне регулювання цін в Україні	2	2	2	2	2	10
Тема 3. Система цін та ціноутворення в туризмі	2	2	2	2	2	10
Тема 4. Механізм ринкового ціноутворення	2	2	2	2	2	10
Поточний контроль						15
<i>Модуль 2. Особливості ціноутворення у туристичному бізнесі</i>						
Тема 5. Специфічні різновиди цін у сфері туристичної діяльності	2	2	2	2	2	10
Тема 6. Структура вартості туристського обслуговування та ціни туристського продукту	2	2	2	2	2	10
Тема 7. Структура вартості послуг тимчасового розміщування	2	2	2	2	2	10
Поточний контроль						15
Підсумковий контроль	ПМК					-
Разом						100

Таблиця 6. Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

<b>Сума балів за всі види навчальної діяльності</b>	<b>Оцінка за шкалою ЄКТС</b>	<b>Оцінка за національною шкалою</b>
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## Розділ 6. Інформаційні джерела

### Основні

1. Агеев Є. Я. Ціноутворення теорія та практикум: навчальний посібник / Є. Я. Агеев, Т. В. Шахматова, С. В. Піча. – Львів: Новий світ 2000, 2012. – 374 с.
2. Березін О. В. Управління ціноутворенням : навчальний посібник / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. – Суми : Університетська книга, 2012. – 176 с.
3. Березін О. В. Ціноутворення в туристичному бізнесі : навчальний посібник / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. – Суми : Університетська книга, 2014. – 168 с.
4. Дайновська С. М. Ціноутворення: підручник / С. М. Дайновська. – К. : КНТЕУ, 2009. – 320 с.
5. Карпенко Ю. В. Ціноутворення в туристичному бізнесі : навч.-метод. посібник / Ю. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – 183 с.
6. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг: навчальний посібник / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2011. – 351 с.
7. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: навчальний посібник / О. Є. Мазур. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 480 с.
8. Мальська М. П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія і практика: навчальний посібник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
9. Мельник Л. Г. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / Л. Г. Мельник, А. В. Старченко, О. І. Карінцева. – Суми: Університетська книга, 2007. – 240 с.
10. Основи ціноутворення: навч. посіб. / Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна, Н. А. Іваннікова, Я. Я. Слабко [та ін.]. – К. : Кондор, 2007. – 252 с.
11. Пінішко В. С. Ціно- і тарифоутворення: навч. посіб. / В. С. Пінішко. – Львів: Магнолія 2006, 2009. – 303 с.
12. Ціноутворення в умовах ринку: навчальний посібник / Ю. І. Літвінов, Л. А. Останкова, Т. М. Літвінова [та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 400 с.
13. Ціноутворення: навч. посіб. / А. О. Аветисова, О. О. Бакунов, Н. С. Палій, А. А. Фендрікова. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 192 с.

### Додаткові

14. Забуранна Л. В. Маркетингові комунікації туристичних підприємств: сучасна теорія і практика: монографія /Л. В. Забуранна. – К. : ЦНЛ, 2012. – 152 с.
15. Ковальчук С. В. Маркетингова цінова політика: навч. посібник / С. В. Ковальчук, І. В. Гвоздецька, С. М. Синиця. – Львів: Новий світ 2000, 2011. – 352 с.
16. Корінев В. Л. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / В. Л. Корінев, М. Х. Корецький, О. І. Дацій. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 200 с.
17. Мунін Г. Б. Маркетинг туризму: економіко-організаційні аспекти. Підручник / Г. Б. Мунін. – К. : ЦНЛ, 2011. – 431 с.
18. Окландер М. А. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / М. А. Окландер, О. П. Чукурна.– К. : Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.

19. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навчальний посібник / П. Р. Пуцентейло. – К. : ЦУЛ, 2007. – 300 с.

20. Сагалакова Н.О. Туризм: бізнес-процеси, ціни і ціноутворення : монографія / Н.О. Сагалакова. – Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. – 416 с.

## **Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни**

1. Загальне програмне забезпечення, до якого входить пакет програмних продуктів Microsoft Office.

2. Спеціалізоване програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу з навчальної дисципліни, яке включає перелік конкретних програмних продуктів – відсутнє.

3. Дистанційний курс «Ціноутворення в туристичному бізнесі», який розміщено у програмній оболонці Moodle на платформі Центру дистанційного навчання ПУЕТ (<https://el.puet.edu.ua/>).