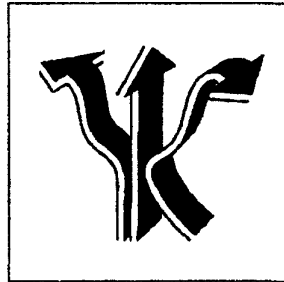


**Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад  
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»**



**МАУП**

**Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів  
з дисципліни**

**«Економіка туристичного підприємства»**

(для бакалаврів)

**Київ-2018**

Підготовлено професором МКА Кобржицьким В.В.

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри організації туристичної діяльності (Протокол № 8 від 14 березня 2018 року)

*Затверджено на засіданні Вченої ради Навчально-наукового інституту міжнародних відносин та соціальних наук (Протокол № 8 від 29 березня 2018 року)*

**Кобржицький В.В.** Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни “Економіка туристичного підприємства” (для бакалаврів).– К.: МАУП, 2018. – 26 с.

Методична розробка містить пояснювальну записку, тематичний план дисципліни “Економіка туристичного підприємства”, методичні вказівки для самостійного вивчення кожної теми, контрольні питання, критерії оцінювання знань студентів при підсумковому контролі, список літератури.

© Міжрегіональна академія управління персоналом (МАУП), 2018

## Пояснювальна записка

Важливою складовою частиною навчального процесу студентів є їх самостійна робота, котра сприяє активізації засвоєння знань, умінь та навичок студентами, їх практичній реалізації, а також допомагає формуванню у них уміння навчатися. Самостійна робота одночасно є високоефективним засобом опанування навчального матеріалу у вільний від обов'язкових навчальних занять час.

Метою самостійної роботи студентів є сприяння кращому засвоєнню навчальної програми дисципліни “Економіка туристичного підприємства” в повному обсязі, формування самостійності як особистісної риси та важливої професійної якості, сутність якої полягає в умінні планувати, організовувати, систематизувати та контролювати власну перспективну та повсякденну діяльність.

Мета вивчення дисципліни полягає: у засвоєнні навчальної програми дисципліни “Економіка туристичного підприємства” в повному обсязі з метою формування самостійності економічного та управлінського мислення як особистісної риси та важливої професійної якості, сутність якої полягає в умінні планувати, систематизувати та контролювати власну перспективну та повсякденну діяльність в якості керівників середньої та вищої ланки сучасного туристичного чи готельного підприємства.

Особливо важливим завданням цієї навчальної дисципліни є підготовка майбутніх менеджерів туристичного й готельного бізнесу до практичної діяльності та оперативній адаптації до змін, що постійно відбуваються у зовнішньому середовищі організації.

Об'єктом вивчення дисципліни є організація, функціонування та управління сучасним туристичним бізнесом, вітчизняний та світовий ринки туристичних послуг, міжнародні угоди в галузі торгівлі цими видами послуг, міжнародні, регіональні та вітчизняні профільні організації, що здійснюють регулювання та управління туризмом.

Предметом дисципліни є вивчення досвіду вітчизняних і міжнародних підприємств по наданню туристичних послуг юридичним та фізичним особам і управління такими підприємствами, діяльність національних і міжнародних організацій, що здійснюють регулювання міжнародної торгівлі туристичними послугами та управління ними.

Увесь зміст самостійної роботи студента з дисципліни “Економіка туристичного підприємства” визначається навчальною програмою дисципліни, методичними матеріалами, завданнями викладача.

Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених для вивчення навчальної дисципліни “Економіка туристичного підприємства”: підручниками, навчальними та методичними посібниками, методичними матеріалами для самостійної роботи студентів, конспектом лекцій тощо.

Після засвоєння навчальної дисципліни студент повинен знати:

- теоретичні основи управління туристичною бізнесом;
- функції, принципи та методи управління підприємствами туристичного бізнесу;
- порядок управління закладами сфери послуг, технологію процесів обслуговування клієнтів туристичної фірми.

Також студент повинен уміти:

- правильно оцінювати процеси, що відбуваються у сучасній діловій активності в туристичному бізнесі;
- визначати сучасні тенденції у галузевій та регіональній міжнародній торгівлі туристичними послугами;
- налагоджувати договірні відносини в бізнесі;
- розуміти та опановувати найновіші досягнення в управлінні сучасними підприємствами туристичного бізнесу;
- приймати ефективні управлінські рішення;
- проводити ділові наради та управляти персоналом підприємства;
- уміло використовувати набуті теоретичні знання у своїй практичній професійній діяльності.

Самостійна робота студентів з навчальної дисципліни “Економіка туристичного підприємства” організовується з дотриманням таких вимог:

- обґрунтування необхідності завдань загалом, а також конкретного завдання зокрема;
- надання детальних методичних рекомендацій щодо виконання роботи;
- надання можливості студентам виконувати творчі роботи, що відповідають умовно-професійному рівню засвоєння знань, при цьому не обмежуючи їх виконанням стандартних завдань;
- підтримання постійного зворотного зв'язку зі студентами у процесі виконання самостійної роботи.

Перелік завдань для самостійної роботи, форми її організації та звітності, термін виконання та кількість балів, які можна отримати за виконання завдань, визначаються викладачем кафедри при розробці робочої навчальної програми дисципліни (розділу "Самостійна робота студентів").

Студенти, які розпочинають вивчати дисципліну “Економіка туристичного підприємства”, повинні бути поінформовані викладачем щодо організації самостійної роботи, її форм та видів, термінів виконання, форм контролю та звітності, кількості балів за виконання завдань тощо.

Організація та контроль процесу й змісту самостійної роботи та її результатів здійснюються викладачами кафедри.

Оцінки (бали), одержані студентами за виконання різних видів самостійної роботи, фіксуються викладачами і повинні бути доведені до відома студентів.

**1. Тематичний план дисципліни**  
**“Економіка туристичного підприємства”**

№ з/п	Назва змістового модуля і теми
<b>Змістовий модуль I. Туристичне підприємство як суб'єкт економічної діяльності</b>	
1	Місце й роль туристичної індустрії у національній економіці
2	Сучасний туристичний ринок і особливості його функціонування
3	Ресурси підприємств. Основні фонди
4	Оборотні засоби туристичних підприємств
<b>Змістовий модуль II. Управління економічною діяльністю підприємств туристичного бізнесу</b>	
5	Виробнича діяльність туристичного підприємства
6	Маркетингова діяльність туристичних підприємств
7	Трудові ресурси. Продуктивність і мотивація праці
8	Доходи туристичних підприємств
9	Витрати, собівартість продукту та ціноутворення
10	Прибуток. Ефективність і оцінка діяльності підприємств

**2.Методичні вказівки для самостійного вивчення кожної теми**

**Змістовий модуль I. Сутність і специфіка туристичного і готельного бізнесу**

**Тема 1. Місце й роль туристичної індустрії у національній економіці**

Поняття туристичної індустрії. Світова туристична індустрія.

Економічні функції туризму. Вплив національної та регіональної політики на розвиток туризму. Екологія і туризм.

Чинники розвитку сучасного туризму. Глобалізація та основні світові тенденції розвитку туризму.

Розвиток туристичної індустрії в Україні.

***Теми рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.

2. Туризм як світове соціально-культурне явище.
3. Стан розвитку туризму в західноєвропейських країнах.
4. Історія розвитку туризму на теренах України.
5. Актуальні проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні.
6. Актуальні проблеми управління туристичними підприємствами в Україні.
7. Особливості туристичного та готельного бізнесу як об'єктів управління.
8. Значення туристичної галузі для поліпшення ситуації на ринку послуг.
9. Законодавче регулювання готельного бізнесу в Україні.
10. Правове забезпечення туризму в Україні.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Сутність поняття «туристичні послуги».
2. Сутність поняття «готельні послуги».
3. Сутність поняття «туристичний продукт».
4. Сучасний комплекс готельних послуг.
5. Основні форми туризму.
6. Місце міжнародного туризму в сучасній світовій економіці.
7. Історичний огляд розвитку туризму.
8. Історичний огляд розвитку готельного господарства.
9. Основні туристичні послуги.
10. Супутні туристичні послуги.

### ***Тести для самоконтролю***

#### **1. Під терміном «туризм» 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. Сучасний готель - це:**

- а) підприємство, що надає спеціальні послуги подорожнім;
- б) суб'єкт підприємницької діяльності, що виробляє та реалізує послуги по розміщенню осіб;
- в) місце тимчасового проживання людей, які з різних причин опинились не в пункті свого постійного проживання;
- г) підприємство, що надає специфічні послуги з розміщення, харчування та ін. За відповідну плату особам, які потребують їх у певний момент відповідно до їх життєвих обставин.

### **3. Туристичний продукт -це:**

- а) попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, котрий 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 громадян за попередньо встановленою ціною на подібні послуги;
- в) комплекс туристичних послуг;
- г) пропонується для реалізації на ринку комплекс туристичних і суміжних послуг у кількості не менше трьох за попередньо встановленою ціною.

### **4. Сучасний розвиток готельної інфраструктури в Україні:**

- а) можна вважати цілком задовільним;
- б) можна вважати досить непоганим попри наявні деякі незначні недоліки організації та недостатньої інноваційної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності;
- в) недостатній та потребує інтенсивного планомірного розвитку;
- г) незадовільний.

### **5. Законодавчими актами, що регулюють діяльність підприємств туристичної галузі є такі:**

- а) Закони України, Постанови Кабінету міністрів, накази профільних міністерств та відомств;
- б) Закон України "Про господарські товариства", Господарський кодекс України, Митний кодекс України, Закон України "Про підприємства", Закон України "Про підприємництво в Україні", Закон України "Про туризм" та ін.;
- в) Закон України "Про Кабінет Міністрів України", Закон України "Про туризм"; Закон України "Про господарські товариства", Господарський кодекс України, Митний кодекс України та ін.;
- г) Закон України "Про власність", Закон України "Про підприємництво", Закон України "Про підприємства в Україні", Закон України "Про внесення змін до закону України "Про туризм", Закон України "Про господарські товариства", Господарський кодекс України, Митний кодекс України та ін.

*Література основна: 1,4, 7-9, додаткова: 4,7,14*

## **Тема 2. Сучасний туристичний ринок і особливості його функціонування**

Світовий ринок послуг як об'єкт вивчення.

Статистика міжнародного туризму.

Туристсько-рекреаційні потреби та їх вплив на формування основних туристських потоків. Туристичні пропозиції.

Структура сучасного туристичного ринку. Основні сегменти туристичної індустрії.

Структура та основні характеристики національних туристичних ринків.

Транспортне, ресторанне та екскурсійне обслуговування туристів.

Допоміжні сегменти індустрії туризму.

### ***Темати рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Специфіка процесів інтернаціоналізації та глобалізації третинного сектору економіки.
3. Міжнародний туризм як чинник впливу на довкілля.
4. Інтернаціоналізація сучасного туристичного бізнесу.
5. Історія розвитку світових готельних мереж.
6. Взаємовплив розвитку світового ринку послуг та світового готельного бізнесу.
7. Вплив загострення конкурентної боротьби у сфері туризму на розвиток готельного господарства.
8. Сучасні поліфункціональні готельні комплекси.
9. Світові тенденції у формуванні міжнародних готельних мереж.
10. Сучасний туристичний регіон.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Основні причини процесів глобалізації світового туризму.
2. Головні проблеми, що стоять перед підприємствами туристичного бізнесу у зв'язку з поглибленням глобалізації.
3. Вплив, який здійснюють регіональні та глобальні об'єднувачі процеси на розвиток міжнародного туризму.
4. Залежність рівня конкуренції в туристичній галузі від рівня економічного розвитку країни (дестинації).
5. Спільні та відмінні риси інтернаціоналізації та глобалізації світового ринку готельних послуг.
6. Глобалізація маркетингових комунікацій у туристичному бізнесі.
7. Особливості сучасних конкурентних переваг міжнародних і регіональних туроператорів.
8. Сучасні структури управління міжнародним туризмом.
9. Особливості міжнародної конкуренції в сучасних умовах розвитку ринку готельних послуг.
10. Сучасні готельні комплекси.

### ***Тести для самоконтролю***

- 1. Кілька готелів, що належать одному власнику і знаходяться в межах однієї країни складають:**
  - а) міжнародну готельну мережу;
  - б) готельну мережу національного рівня;
  - в) готельну мережу регіонального рівня;
  - г) правильної відповіді немає.
- 2. Загострення конкурентної боротьби на ринку готельних послуг:**
  - а) має вирішальний вплив на розвиток міжнародного туризму;
  - б) не має істотного впливу на розвиток туристичного бізнесу;



- в) негативно впливає на туристичний бізнес;
- г) позитивно впливає на туристичний бізнес.

**3. На формування конкурентних переваг туристичних агенцій певної країни у глобальному масштабі мають вплив наступні чинники:**

- а) політична стабільність, прозорість державної влади, багатопартійність, захист прав людини, гармонізація національного законодавства з міжнародними правовими нормами;
- б) діяльність вітчизняних підприємств та організаційна міжнародних ринках, конфесійна та національна толерантність, захист прав людини;
- в) рекламна діяльність вітчизняних виробників, політична та економічна стабільність у державі, багатопартійність та структурованість представницьких органів влади;
- г) низький рівень корупції, політична стабільність, прозорість владних структур, ефективна діяльність вітчизняних маркетологів, гармонізація законодавства з міжнародними правовими нормами.

**4. Світовими тенденціями, що активно сприяли втраті колишнього значення державних і митних кордонів та глобалізації світової економіки є наступні:**

- а) міжнародна економічна інтеграція, зростання ролі ТНК, міжнародна спеціалізація виробництва і торгівлі товарами та послугами, розширення експорту прямих інвестицій з Північної Америки, Західної Європи та Східної Азії;
- б) глобалізація фінансів, третинного сектору економіки, управлінських функцій та проблем довкілля;
- в) відповіді «а» та «б» правильні;
- г) правильних відповідей немає.

**5. Конкурентні переваги країни мають забезпечувати національну безпеку та відповідати національним інтересам на таких рівнях:**

- а) основних інтересів – створення умов для набуття та збереження стратегічної стійкості країни;
- б) внутрішніх інтересів – забезпечення процесів формування і розвитку країни;
- в) зовнішніх інтересів – забезпечення розвитку країни як суб'єкта світового господарства;
- г) усі відповіді правильні.

*Література основна: 1, 6-9, 13, додаткова: 4, 6, 7-9, 11, 14*

**Тема 3. Ресурси підприємств. Основні фонди**

Матеріальні ресурси туристичних підприємств.

Нерухомість, рухоме майно, грошові кошти. Економія матеріальних ресурсів.

Нематеріальні ресурси сучасних туристичних фірм. Інтелектуальна власність.

Основні фонди: структура, сутність, класифікація.

Оцінка вартості основних фондів.

Показники руху, фізичне та моральне зношення, амортизація, відтворення основних фондів.

Ефективність використання та облік. Бухгалтерія підприємства.

### ***Темати рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Оптимізація використання ресурсів туристичним бізнесом – запорука його успіху.
3. Еволюція туристичного менеджменту.
4. Основні фонди туристичного підприємства.
5. Проблема економії ресурсів туристичного підприємства.
6. Нематеріальні ресурси сучасних туристичних фірм.
7. Інтелектуальна власність в туризмі.
8. Взаємозалежність стану охорони довкілля та розвитку готельної й туристичної галузі країни, регіону.
9. Ефективність використання ресурсів турфірмою.
10. Економічні методи управління в туризмі.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Бухгалтерія підприємства.
2. Регіональні чинники впливу на міжнародний туризм.
3. Матеріальні ресурси туристичних підприємств.
4. Нематеріальні ресурси сучасних туристичних фірм.
5. Інтелектуальна власність.
6. Основні фонди турфірми.
7. Оцінка вартості основних фондів.
8. Фізичне та моральне зношення, амортизація, відтворення основних фондів.
9. Ефективність використання та облік.

### ***Тести для самоконтролю***

1. Сучасний світовий ринок туристичних і готельних послуг характеризується тим, що між собою конкурують на ньому:
  - а) галузі;
  - б) підприємства;
  - в) держави;
  - г) інвестори.
2. До головних світових туристичних центрів належать:
  - а) Австралія та Нова Зеландія;
  - б) країни Південної Америки;
  - в) країни центральної Азії;

г) країни Західної Європи.

**3. Подорож за кордон для участі в науково-практичній конференції може бути віднесена до:**

- а) наукового туризму;
- б) ділового туризму;
- в) ділового відрядження;
- г) відпочинку.

**4. Значні досягнення певної національної туристичної фірми в сучасних умовах господарювання зумовлюються:**

- а) характером попиту на її туристичні продукти та розвитком суміжних галузей економіки;
- б) наявністю та структурою виробничих ресурсів, стратегією фірми на національному ринку та рівнем менеджменту;
- в) відповіді «а» та «б» правильні;
- г) правильної відповіді немає.

**5. Рівень стандартних та ексклюзивних видів послуг, що надаються в готелях для іноземних та вітчизняних туристів:**

- а) може легко регулюватися за бажанням клієнта;
- б) є зазвичай стабільним і незмінним впродовж ряду років;
- в) залежить від категорії (зірковості) конкретного готелю;
- г) значною мірою залежать від рівня розвитку національної економіки, категорії готелів, національних норм і традицій та рівня менеджменту.

*Література основна: 5, 8, 9, 11, 12, додаткова: 1, 3, 9, 1*

#### **Тема 4. Оборотні засоби туристичних підприємств**

Оборотні засоби туристичних підприємств.

Розрахунок потреби та джерела утворення.

Власні оборотні кошти.

Залучені кошти. Кредитні та інвестиційні відносини.

Фінанси та їх функції. Фінансові активи та зобов'язання підприємств.

Первинні та вторинні фінансові інструменти.

Сутність фінансового управління підприємством. Інформаційне забезпечення фінансового управління.

Управління фінансовою діяльністю. Фінансові менеджери.

Фінансове планування. Фінансові потоки туристичної фірми.

Запаси, нормування та використання оборотних засобів.

#### **Тема рефератів**

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Оборотні засоби туристичних підприємств.
3. Власні оборотні кошти.
4. Залучені кошти.
5. Фінанси та їх функції.

6. Фінансові активи та зобов'язання підприємств.
7. Запаси, нормування та використання оборотних засобів.
8. Управління фінансовою діяльністю.
9. Фінансові інструменти.
10. Запаси, нормування та використання оборотних засобів.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Розрахунок потреби та джерела утворення оборотних засобів.
2. Первинні та вторинні фінансові інструменти.
3. Інформаційне забезпечення фінансового управління.
4. Фінансові менеджери туристичного підприємства.
5. Фінансові потоки туристичної фірми.
6. Фінансове планування.
7. Запаси, нормування та використання оборотних засобів.
8. Управління фінансовою діяльністю туристичної фірми.
9. Фінансові активи та зобов'язання підприємств.
10. Кредитні та інвестиційні відносини.

### ***Тести для самоперевірки***

#### **1. Туристичним продуктом є:**

- а) основний сервіс, що надається туристичним агентом ;
- б) одночасне поєднання не менше двох туристичних пропозицій разом;
- в) сервіс, що надається туристу фірмою-туроператором;
- г) попередньо обумовлена програма туристичної подорожі.

#### **2. Наявність або відсутність ринкового попиту на готельні послуги в регіоні:**

- а) не має жодного впливу на кількість готелів;
- б) має помітний вплив на реєстрацію нових підприємств галузі;
- в) впливає на розвиток ресторанного бізнесу;
- г) має вирішальний вплив на кількість підприємств галузі.

#### **3. Світові країни-донори туристів:**

- а) відправляють за кордон більше своїх громадян, ніж приймають зарубіжних гостей;
- б) більше приймають іноземних туристів, ніж відправляють за кордон своїх співгромадян.

#### **4. Серед вітчизняних підприємств туристичного та готельного бізнесу найчастіше зустрічаються:**

- а) суб'єкти підприємницької діяльності – фізичні особи в якості турагентів;
- б) акціонерні товариства в якості туроператорів;
- в) товариства з обмеженою відповідальністю в якості туроператорів і турагентів;
- г) правильної відповіді немає.

#### **5. Географія сучасної туристичної діяльності:**

- а) є практично незмінною впродовж останніх 50 років;
- б) швидко міняється під впливом непередбачуваних змін смаків клієнтів;

- в) змінюється планомірно згідно із планами Світової туристичної організації;
- г) змінюється незначно (старі туристичні центри залишаються та поступово з'являються нові).

*Література основна: 5, 8, 9, 11, 12, додаткова: 1, 3, 9, 12*

## **Змістовий модуль II. Менеджмент туристичних і готельних підприємств**

### **Тема 5. Управління економічною діяльністю підприємств туристичного бізнесу**

#### **Тема 5. Виробнича діяльність туристичного підприємства**

Виробнича програма підприємства.  
Матеріально-технічне забезпечення.  
Кадрове забезпечення виробничої програми.

#### ***Теми рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Організаційно-правові форми сучасних туристичних підприємств.
3. Ліцензування підприємств туристичного бізнесу.
4. Виробнича програма туристичного підприємства.
5. Суспільне значення процесу сертифікації послуг.
6. Матеріально-технічне забезпечення.
7. Ліцензування підприємств туристичного бізнесу.
8. Створення сучасного туристичного підприємства..
9. Сучасні напрями розвитку страхового бізнесу в Україні.
10. Кадрове забезпечення виробничої програми.

#### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Матеріально-технічне забезпечення виробничої програми.
2. Державна реєстрація туристичної фірми.
3. Виробнича програма підприємства.
4. Виробнича програма підприємства «турагента».
5. Виробнича програма підприємства «туроператора».
6. Організаційно-правові форми підприємств туристичного бізнесу.
7. Кадрове забезпечення виробничої програми.
8. Ліквідація туристичних і готельних підприємств.

#### ***Тести для самоперевірки***

### **1. Правила ліцензування підприємства туристичної галузі:**

- а) різні;
- б) однакові.

**2. Нормативні документи щодо сертифікації готельних послуг розробляються:**

- а) мерією міста або сільрадою;
- б) парламентом держави;
- в) Конституційним судом;
- г) профільним міністерством.

**3. Для здійснення туристичної подорожі турист повинен отримати в турфірмі:**

- а) туристичний ваучер і страховий поліс;
- б) копію ліцензії підприємства на право здійснення підприємницької діяльності в галузі туризму;
- в) паспорт з візою;
- г) копію договору на туристичне обслуговування.

**4. Для отримання ліцензії на право здійснення туроператорської діяльності в Україні необхідно:**

- а) надати фінансову гарантію на 2 тисячі євро;
- б) надати фінансову гарантію на 5 тисяч євро;
- в) надати фінансову гарантію на 20 тисяч євро;
- г) надати фінансову гарантію на 10 тисяч доларів.

**5. Страхування туристів, що виїждять за рубіж:**

- а) можна здійснювати відповідно до їх бажання;
- б) є доцільним;
- в) може бути необхідним у деяких випадках (підвищена ймовірність травматизму тощо);
- г) є обов'язковим.

*Література основна: 1, 3-5, 7, 10-11, додаткова: 1-3, 7, 11, 14*

**Тема 6. Маркетингова діяльність туристичних підприємств**

Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі.

Збір, накопичення та опрацювання первинної та вторинної маркетингової інформації. Внутрішні та зовнішні джерела інформації.

Маркетингова служба туристичного підприємства.

Реклама туристичного продукту як цілеспрямована діяльність по розповсюдженню інформації щодо послуг, котрі пропонуються туристичними фірмами та готелями.

Маркетингова стратегія просування продукту. Реалізація продукту та її основні канали. Оцінка результатів рекламної діяльності.

***Теми рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Дослідження первинної та вторинної маркетингової інформації.
3. Внутрішні та зовнішні інформаційні джерела.
4. Реклама туристичного продукту.

5. Інформаційне забезпечення туристичного бізнесу.
6. Маркетингова стратегія просування продукту.
7. Сучасні підходи до організації продажів туристичних продуктів.
8. Реалізація продукту та її основні канали.
9. Звітність підприємств туристичного й готельного бізнесу.
10. Маркетингова служба туристичного підприємства.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі..
2. Первинна та вторинна маркетингова інформація.
3. Внутрішні та зовнішні джерела інформації.
4. Маркетингова служба туристичного підприємства.
5. Реклама туристичного продукту.
5. Оцінка результатів рекламної діяльності.
6. Реалізація продукту та її основні канали.
7. Сутність і методи реалізації продуктів туристичного та готельного бізнесу.
8. Критерії якості обслуговування туристів.
9. Розрахунки з клієнтами готелів і турфірм.
10. Маркетингова стратегія просування продукту.

### ***Тести для самоконтролю***

- 1. Стандарти якості туристичних і готельних послуг на міжнародному рівні:**
  - а) застосовуються в усьому світі;
  - б) існують, але застосовуються не у всіх країнах;**
  - в) не існують;
  - г) правильної відповіді немає.
- 2. Для продажу послуг, що виробляються підприємствами туристичного та готельного бізнесу:**
  - а) працюють міжнародні фахівці, котрі мають відповідні сертифікати;
  - б) використовуються усі вільні співробітники підприємства;
  - в) використовуються кваліфіковані посередники;
  - г) використовуються як власні фахівці, так і посередники.
- 3. Використання прийомів логістики до управління туристичним і готельним підприємством:**
  - а) посилює таке управління;
  - б) послаблює управління;
  - в) може його посилити за умови системного довготривалого використання;
  - г) не впливає на управління .
- 4. Турагенти зазвичай продають турпродукти, які створюються туроператорами:**
  - а) за самостійно встановленою ціною;
  - б) за ціною, узгодженою з виробником;

в) за ціною виробника з утриманням комісійної винагороди.

**5. Інформація про ціну та оплату туристичних послуг:**

а) міститься у страховому полісі;

б) записується до Угоди про туристичне обслуговування;

в) підтверджується чеком касового апарату;

г) записується до туристичного ваучера.

*Література основна: 2,9,11,12, додаткова: 6,7,9,13*

**Тема 7. Трудові ресурси. Продуктивність і мотивація праці**

Персонал туристичної фірми. Кваліфікаційні вимоги.

Персонал підприємства гостинності. Кваліфікаційні вимоги до працівників вищої, середньої та нижчої ланки готельних закладів.

Мотивація персоналу туристичних і готельних підприємств.

Кадрова робота в туристичних фірмах і готельних закладах.

***Теми рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Кваліфікаційні вимоги до персоналу.
3. Персонал туристичної фірми.
4. Мотивація персоналу туристичних підприємств.
5. Методи мотивації персоналу туристичних підприємств.
6. Кадрове планування.
7. Підвищення кваліфікації персоналу.
8. Визначення привабливості туристичного маршруту.
9. Організаційна структура туристичного підприємства.
10. Угода (контракт) на туристичне та готельне обслуговування.

***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Поняття організаційної структури туристичного підприємства.
2. Сутність асортиментної стратегії туристичного підприємства.
3. Кваліфікаційні вимоги до персоналу.
4. Кадрове планування та підвищення кваліфікації персоналу.
5. Персонал туристичної фірми.
6. Мотивація персоналу туристичних підприємств.
7. Некономічні методи мотивації.
8. Економічні методи мотивації.
9. Кадрова робота в туристичних фірмах.
10. Методи мотивації персоналу туристичних підприємств.

***Тести для самоконтролю***

**1. Обслуговування школярів і студентів на туристичних маршрутах проводиться:**

а) згідно рознарядки міської (обласної) туристичної адміністрації;



- б) добровільно на комерційних засадах;
- в) добровільно на добродійних засадах;
- г) не здійснюється в організованому порядку.

## **2. Туристичний маршрут - це:**

- а) маршрут, яким пересувається транспорт з туристами;
- б) шлях проходження туристів між населеними пунктами;
- в) туристська подорож, під час якої туристи знайомляться з певними визначними місцями;
- г) шлях проходження, визначений туристським попитом, пропозицією, програмою перебування чи взаємною домовленістю турфірми та клієнта.

## **3. Екскурсійною діяльністю може займатися:**

- а) людина, котра має спеціальний індивідуальний дозвіл;
- б) тільки туристична агенція відповідно до наявної ліцензії;
- в) тільки фірма - туроператор;
- г) турфірма чи приватний підприємець за наявності ліцензії.

## **4. Туристичний ваучер - це:**

- а) спеціальний вид турпутівки;
- б) документ, що засвідчує страхування на маршруті;
- в) документ, що містить інформацію про клієнта, відправляючу та приймаючу турфірму, послуги, які має отримати турист по прибуттю на місце згідно з проведеною оплатою відправляючій турфірмі;
- г) правильної відповіді немає.

## **5. Розширення асортименту туристичних (готельних) послуг:**

- а) може використовуватись для поступової заміни застарілих на новіші;
- б) дозволяє клієнтам зробити кращий вибір;
- в) сприяє загальному їх продажу;
- г) усі відповіді правильні.

*Література основна: 7, 9, 12, 14, додаткова: 4, 8, 12*

## **Тема 8. Доходи туристичних підприємств**

Дохід підприємства від операційної діяльності (дохід від основної діяльності та інші операційні доходи).

Дохід від реалізації.

Доходи сучасного підприємства від фінансово-інвестиційної діяльності (доходи від участі в капіталі та інші фінансові доходи).

Формування і оптимізація доходу.

### ***Теми рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Доходи сучасного підприємства.
3. Розробка філософської концепції підприємства туристичного бізнесу.

3. Доходи сучасного туристичного підприємства від фінансово-інвестиційної діяльності.
4. Дохід від реалізації.
5. Доходи підприємства від операційної діяльності.
6. Суміжники туристичного бізнесу.
7. Дохід від основної діяльності та інші операційні доходи.
8. Посередники на ринку туристичних послуг.
10. Комплексні готельно-туристичні послуги.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Конкуентоспроможність туристичної галузі країни.
2. Дохід від реалізації.
3. Доходи сучасного туристичного підприємства від фінансово-інвестиційної діяльності.
4. Валові доходи турфірми.
5. Дохід від основної діяльності турфірми.
6. Доходи чисті.
7. Дохід підприємства від операційної діяльності.
8. Суміжники туристичного бізнесу.
9. Інші операційні доходи турфірми.
10. Посередники на ринку туристичних послуг.

### ***Тести для самоконтролю***

- 1. Сучасна індустрія гостинності охоплює:**
  - а) підприємства готельного, туристичного, ресторанного, транспортного бізнесу;
  - б) готельну, рекреаційну та ресторанну справу, туристичний, конгресний і транспортний бізнес, комерційні шоу та гральний бізнес;
  - в) готелі, ресторани, сауни й басейни, театр і естраду;
  - г) правильної відповіді немає.
- 2. Реалізація проекту розширення готельно-туристичного комплексу:**
  - а) має велике значення для інвесторів;
  - б) здійснює вплив на рівень зайнятості населення;
  - в) створює умови для припливу туристів та розвитку суміжних галузей;
  - г) усі три відповіді правильні.
- 3. Для отримання туристичної ліцензії керівник підприємства чи його заступник:**
  - а) повинні мати спеціальну туристичну освіту або стаж практичної роботи в галузі не менше 3 років;
  - б) повинні мати вищу освіту;
  - в) повинні мати обов'язкову спеціальну вищу туристичну освіту;
  - г) повинні мати стаж роботи в туризмі не менше п'яти років.
- 4. Фахівців готельного господарства та туризму в Україні готують:**
  - а) у вищих учбових закладах;
  - б) у професійно-технічних училищах і ліцеях;

- в) у вищих і середніх спеціальних навчальних закладах;
- г) у технікумах і коледжах.

**5. Замкнений готельний цикл обслуговування клієнтів складається із таких етапів:**

- а) резервування та реєстрації гостя;
- б) попередньої оплати та надання розміщення й інших додаткових готельних послуг;
- в) прийому гостя та організації його виїзду;
- г) усі три відповіді вірні.

*Література основна: 1,5,8,9,13 додаткова: 2,3,5,10,13,14*

### **Тема 9. Витрати, собівартість продукту та ціноутворення**

Витрати підприємства, пов'язані з операційною, фінансовою, інвестиційною діяльністю. Прямі та непрямі витрати.

Собівартість туристичного продукту. Калькуляція витрат.

Ціна продукту. Структура ціни.

Етапи ціноутворення. Методи ціноутворення.

Державне регулювання ціноутворення через податки та збори.

#### ***Теми рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Витрати підприємства.
3. Собівартість туристичного продукту.
4. Калькуляція витрат.
5. Ціна продукту..
6. Етапи ціноутворення.
7. Методи ціноутворення.
8. Прямі та непрямі витрати.
9. Структура ціни продукту.
10. Державне регулювання ціноутворення в туризмі.

#### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Розподіл управлінських повноважень в туристичній фірмі.
2. Собівартість туристичного продукту.
3. Витрати підприємства.
4. Калькуляція витрат.
5. Ціна продукту.
6. Структура ціни продукту.
7. Етапи ціноутворення.
8. Методи ціноутворення.
9. Державне регулювання ціноутворення
10. Податки та збори в туризмі.

### *Тести для самоконтролю*

#### **1. Сучасні готельні мережі характеризуються:**

- а) наявністю кількох готелів однакового зіркового рівня в певній країні;
- б) наявністю ряду готелів визначених категорій, що надають аналогічні послуги у різних країнах або місцевостях;
- в) тим, що усі готелі мають однакову кількість «зірок», незалежно від країни їх знаходження;
- г) тим, що вони надають однаковий рівень послуг в межах кожної країни.

#### **2. Для створення команди, що ефективно працюватиме на виконання поставлених цілей фірми-туроператора:**

- а) слід підбирати фахівців за рекомендаціями;
- б) немає принципового значення;
- в) слід підбирати талановиту молодь;
- г) доцільно використати допомогу практичного психолога.

#### **3. Власний веб-сайт сучасної готельної мережі – це її візитна картка, перед створенням якої необхідно:**

- а) виробити чітку маркетингову концепцію самого підприємства, звірити плани його розвитку на найближчі п'ять років, визначити пріоритети, знайти хороших розробників веб-сайту;
- б) знайти кваліфікованих майстрів по створенню цього продукту;
- в) забезпечити наступне регулярне оновлення сайту силами працівників своєї фірми або кваліфікованими фахівцями фірми-провайдера;
- г) правильної відповіді немає.

#### **4. Міжнародні контракти щодо виконання послуг:**

- а) регулюються Протоколом Генеральної асамблеї ООН;
- б) регулюються в рамках комплексу угод ГАТС;
- в) підлягають обов'язковій реєстрації в ЮНВТО;
- г) гарантують однаковий рівень послуг в межах кожної країни.

#### **5. Найважливішими міжнародними туристичними виставками для європейських туроператорів є наступні:**

- а) Берлінська, Київська, Лондонська та Московська;
- б) Мадридська, Майамська, Московська та Пекінська;
- в) Берлінська, Міланська, Московська та Сіднейська;
- г) Берлінська, Лондонська, Мадридська та Міланська.

*Література основна: 1,5,8,9,13 додаткова: 2,3,5,10,13,14*

#### **Тема 10. Прибуток. Ефективність і оцінка діяльності підприємства**

Валовий прибуток/збитки. Фінансовий результат діяльності підприємства.

Рентабельність туристичного/готельного підприємств.

Баланс підприємства.

Економічна ефективність туристичного бізнесу.

Організація розрахунків з клієнтами. Технологія просування і стимулювання продажів. Інформаційні технології в туризмі.

### *Теми рефератів*

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Валовий прибуток (збитки) туристичного підприємства.
3. Фінансовий результат діяльності підприємства.
4. Ефективність управління туристичним і готельним підприємством.
5. Рентабельність туристичного підприємств.
6. Баланс туристичного підприємства.
7. Звіт про фінансові результати.
8. Економічна ефективність туристичного бізнесу.
9. Технологія просування і стимулювання продажів.
10. Інформаційні технології в туризмі.

### *Контрольні питання та навчальні завдання*

1. Валовий прибуток/збитки.
2. Фінансовий результат діяльності підприємства.
3. Раціональна організація праці в турфірмі.
4. Рентабельність туристичного підприємства.
4. Баланс підприємства.
5. Звіт про фінансові результати.
6. Плинність кадрів.
7. Інформаційні технології в туризмі.
8. Економічна ефективність туристичного бізнесу.
9. Технологія просування і стимулювання продажів.
10. Ефективність управління туристичним підприємством.

### *Тести для самоконтролю*

**1. Підбір персоналу для міжнародних туристичних і готельних підприємств може здійснюватися:**

- а) кадровим агентством;
- б) працівниками кадрової служби самого підприємства;
- в) обидві відповіді правильні;
- г) правильної відповіді немає.

**2. Для отримання персоналу вищої кваліфікації на підприємствах готельного бізнесу здійснюють його:**

- а) підготовку;
- б) перепідготовку;
- в) підвищення кваліфікації;
- г) усі три відповіді правильні.

**3. Веб-сторінку сучасної туристичної фірми:**

- а) необхідно створити за допомогою хороших розробників та регулярно оновлювати інформацію, що на ній розміщується;

- б) слід розробити за допомогою кваліфікованих майстрів по створенню цього продукту;
- в) можна створити своїми силами;
- г) утримувати дорого та недоцільно.

**4. У світовому туристичному процесі Україна:**

- а) займає помітне місце;
- б) практично не представлена;
- в) має значний нереалізований потенціал;
- г) правильної відповіді немає.

**5. Для успішної роботи керівником туристичного (готельного) підприємства людина повинна:**

- а) бути професійно підготовленою;
- б) бути добре поінформованою з усіх необхідних питань;
- в) мати здатність приймати управлінські рішення;
- г) всі відповіді правильні.

*Література основна: 3, 7, 9, 11, додаткова: 5, 10, 14*

**3. Критерії оцінювання знань студентів при підсумковому контролі**

Контроль знань по дисципліні „Ринок послуг готельного бізнесу та туризму” складається з двох блоків планових заходів:

- 1) поточний контроль знань студентів;
- 2) підсумковий контроль знань студентів.

**Порядок оцінювання знань студентів за результатами вивчення дисципліни**

Бали за результатами поточного контролю в сумі та по доданках, а також за результатами оцінювання письмової екзаменаційної роботи виставляються числом, кратним «5».

Загальна підсумкова оцінка (в балах) складається з суми балів за результати поточного контролю знань та за виконання завдань, що виносяться на іспит. На іспиті студент повинен набрати не менше 30 балів.

Підсумковий контроль знань по даній дисципліні проводиться у формі письмового іспиту за екзаменаційними білетами, кожен з яких включає 3 питання.

Відповідь на кожне питання білета оцінюється окремо з диференціацією в 20, 10, 0 балів.

№ з/п	Форма оцінювання знань	Кількість балів	Результат
-------	------------------------	-----------------	-----------

1	Оцінювання поточної роботи в семестрі, в т. ч. :	від 0 до 40 балів в т. ч.:	
1.1	Виконання обов'язкових завдань: а)систематичність та активність роботи протягом семестру б)виконання завдань для самостійного опрацювання	до 20 балів, з них: а) до 10 балів б) до 10 балів	
1.2	Проходження модульного контролю знань	до 20 балів	
2	Оцінювання письмової екзаменаційної роботи	від 0 до 60 балів	Проходження підсумкового контролю знань по дисципліні і одержання підсумкової оцінки

Відповідь на кожне з питань білета оцінюється в:

**20 балів**— якщо відповідь студента містить повне, розгорнуте, правильне та обгрунтоване викладення матеріалу;

- виявляє при цьому високі знання студентом усієї програми навчальної дисципліни, його вміння користуватися різноманітними методами наукового аналізу суспільних і правових явищ, виявляти їх характерні риси та особливості;

- відображає чітко знання відповідних категорій, їх змісту, розуміння їх взаємозв'язку і взаємодії, правильне формулювання відповідних тлумачень;

- свідчить про знання назв і змісту передбачених програмою нормативно-правових актів (для найважливіших — необхідно знати рік їх прийняття);

- містить аналіз змістовного матеріалу, порівняння різних поглядів на дану проблему, самостійні висновки студента, формулювання та аргументацію його точки зору;

- містить, поряд із теоретичним матеріалом, фактичні дані (статистичні, результати судової практики і т. ін.), їх оцінку та порівняння;

- логічно і граматично правильно викладена;

**10 балів**— якщо студент дав відповідь на поставлене запитання, однак вона має хоча б один з таких недоліків:

- є неповною, не містить усіх необхідних відомостей про предмет запитання,

- є не зовсім правильною: наявні недоліки у розкритті змісту понять, категорій, закономірностей, назв та змісту нормативно-правових актів, нечіткі характеристики відповідних явищ;

- не є аргументованою: не містить посилань на нормативно-правові акти (у разі необхідності), інші джерела, аналізу відповідних теорій,

концепцій, наукових течій і т. ін.; недостатньо використано дані юридичної практики, інший фактичний і статистичний матеріал;

- свідчить про наявність прогалин у знаннях студента;

- викладена з порушенням логіки подання матеріалу, містить багато граматичних, грубих стилістичних помилок та виправлень;

**0 балів**— якщо студент не відповів на поставлене запитання;

- відповідь є неправильною, не розкриває сутності питання;

- при відповіді допущені грубі змістовні помилки, які свідчать про відсутність знань у студента;

- їх безсистемність та поверховість, не вміння сформулювати думку та викласти її, незнання основних положень навчальної дисципліни.

Результат письмового іспиту складається з суми балів, одержаних за всі питання. У тому разі, коли відповіді студента оцінені менше ніж у 30 балів, він отримує незадовільну оцінку за результатами іспиту (тобто 0 балів).

Загальне підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється з урахуванням результатів оцінювання поточної роботи в семестрі (в діапазоні від 0 до 40 балів) та результатів письмового іспиту (не менше 30 і не більше 60 балів) за 100-бальною системою з подальшим переведенням в традиційну систему за 4-бальною шкалою та шкалою ECTS для фіксації оцінки в нормативних документах.

Оцінка за бальною шкалою	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
90 – 100	5 (відмінно)	A
82 – 89	4 (добре)	B
75 – 81		C
68 – 74	3 (задовільно)	D
60 – 67		E
36 – 59	2 (незадовільно) з можливістю повторного складання	FX
0 – 35	2 (незадовільно) з обов'язковим повторним вивчення дисципліни	F

Для реєстрації оцінки за шкалою ECTS в екзаменаційних відомостях вводиться спеціальна графа «Оцінка за шкалою ECTS»

#### 4. Список рекомендованої літератури

##### 4.1. Основна література

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.С. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посіб. – К.: Знання України, 2002. — 352 с.
2. Баздникін А.С. Цены и ценообразование: Учеб.пособие. — М.: Юрайт-



Издат, 2005.

3. Балабанов Н.Т., Балабанов А.Н. Экономикатуризма. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 173с.
4. Биржаков М.Б. Экономическая безопасность туристской отрасли. — СПб.: Герда, 2007.
5. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма. — М.: Академия, 2005.
6. Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса.- М.:Феникс, 2003. - 384с.
7. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: Навч. посіб. – К.: Кондор-Видавництво, 2012. – 436 с.
8. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2007. - 224 с.
9. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С.В. та ін. Економіка туризму: теорія та практика. Підручник. — К.: ЦУЛ, 2014. — 544 с.
10. Мальська М.П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств. Навч. посіб. - К.: ЦУЛ, 2012. - 248 с.
11. Овчаров А.О. Экономикатуристских предприятий: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 176 с.
12. Пуцунтейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства. Навч. посіб. – К.: ЦУЛ, 2007. – 300 с.
13. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Економіка готельного господарства і туризму: Навч. Посібник. – К.: КНТЕУ, 2010. – 179 с.
14. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. посібник. / За ред. С.І. Дорогунцова— К.: Ліра-К, 2005 — 520 с.

### Додаткова література

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. ВВР, 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144
2. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4496-VI. ВВР, 2012, № 44-45, № 46-47, № 48, ст.552)
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. ВВР, 2011, № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112.
4. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435- IV. ВВР, 2003, №№ 40-44, ст.356.
5. Буряк Л.Д. Финансовый менеджмент в малом бизнесе. — К.: Вид-во КНЕУ, 2002. - 84 с.
6. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Ростов н/Д: "Феникс", 2003–348с.
7. Дахно І.І., Кобржницький В.В., Куценко В.М. та ін. Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 360 с.
8. Кобржницький В.В. Туристический менеджмент в Украине: вчера, сегодня, завтра. // Персонал. – 1999. - №1. – С. 52-56.
9. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство.

Туризм. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 1063 с.

10. *Соболева Е.А., Соболев И. И.* Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы: Учебно-методическое пособие. — М.: Финансы и статистика, 2006.

11. *Темный Ю. В., Темная Л. Р.* Экономика туризма: Учебник. — М.: ИНФРА-М, Финансы и статистика, 2010.

12. *Травин В.В., Дятлов В.А.* Менеджмент персонала гостиничного комплекса. – М.: Финпресс, 2000. – 203 с.

13. *Чернявський А.Д., Кобржицький В.В.* Корпоративне управління: Навч. пос. – К.: МАУП, 2006. – 208 с.

14. *Яковлев Г.А.* Экономика и статистика туризма: Учеб.пособие. 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во РДЛ, 2007.

## Зміст

Пояснювальна записка	3
Тематичний план вивчення дисципліни	5
Методичні вказівки до вивчення дисципліни	5
Змістовий модуль I.	
Теоретичні основи управління туризмом і готельним господарством	5
Змістовий модуль II.	
Менеджмент туристичних і готельних підприємств	13
Критерії оцінювання знань студентів	22
Список рекомендованої літератури	25