


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський державний екологічний університет

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

на засіданні групи забезпечення
спеціальності 101 Екологія
від « 14 » 09 2023 року
протокол № 1
Голова групи  Чугай А.В.

«УЗГОДЖЕНО»

Декан природоохоронного факультету
 Чугай А.В.

СИЛЛАБУС

навчальної дисципліни

ЕКОНОМІКА ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

(назва навчальної дисципліни)

101 «Екологія»

(цифра та назва спеціальності)

Організація еколого-туристичної діяльності

(назва освітньої програми)

бакалавр

(рівень вищої освіти)

денна

(форма навчання)

2

(рік навчання)

III

(семестр навчання)

4 / 120

(кількість кредитів ЄКТС/годин)

залік

(форма контролю)

Економіки природокористування

(кафедра)

Одеса, 2023 р.

Автори: Андрущенко О.С., доцент кафедри економіки природокористування, к.е.н., доцент

(прізвище, ініціали, посада, науковий ступінь, вчена звання)

(прізвище, ініціали, посада, науковий ступінь, вчена звання)

Поточна редакція розглянута на засіданні кафедри економіки природокористування від «21» серпня 2023 року, протокол № 1.

Викладачі: лекційні заняття: Андрущенко О.С., доцент кафедри економіки природокористування, к.е.н., доцент

(вид навчального заняття: прізвище, ініціали, посада, науковий ступінь, вчена звання)

практичні (семінарські) заняття: Андрущенко О.С., доцент кафедри економіки природокористування, к.е.н., доцент

(вид навчального заняття: прізвище, ініціали, посада, науковий ступінь, вчена звання)

Перелік попередніх редакцій

Прізвища та ініціали авторів	Дата, № протоколу	Дата набуття чинності

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета	Формування знань, умінь і навичок щодо економічних відносин та економічної діяльності туристичного підприємства, що формуються в системі господарських відносин.
Компетентність	Здатність проводити дослідження з метою забезпечення ефективної діяльності туристичних підприємств та задоволення потреб туристів.
Результат навчання	Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт Правильно обирати методи планування залежно від результатів аналізу виробничої і фінансово-комерційної діяльності та цілей розвитку підприємства.
Базові знання	<ul style="list-style-type: none"> • основні поняття економіки туристичних підприємств; • економічний механізм функціонування підприємств туризму в умовах ринкової економіки; • систему взаємозв'язків результатів господарської діяльності підприємств туризму; • методи аналізу та планування показників розвитку підприємств туризму.
Базові вміння	<ul style="list-style-type: none"> • оцінювати результати роботи туристичної фірми та підприємств суміжних галузей; • обґрунтувати стратегію управління ресурсним потенціалом туристичного підприємства; • визначати основні критерії оцінки діяльності туристичної фірми; • встановлювати ціни на туристичні послуги; • складати плани реалізації туристичного продукту, формування доходу та прибутку підприємства.
Базові навички	Проводити дослідження з метою підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності туристичного підприємства
Пов'язані силлабуси	немає
Попередня дисципліна	немає
Наступна дисципліна	немає
Кількість годин	лекції: 30 год.; практичні заняття: 15 год.; самостійна робота студентів: 75 год.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Лекційні модулі

Код	Назва модуля та тем	Кількість годин	
		ауд.	СРС
ЗМ-Л1	ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІКИ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ		
	Тема 1. Економіка туризму та туристичний бізнес	2	3
	Тема 2. Туристичний ринок та підприємницька діяльність в туризмі	4	3
	Тема 3. Основні та оборотні фонди туристичних підприємств	4	3
	Тема 4. Трудові ресурси та оплата праці на туристичному підприємстві	5	3
	Модульна контрольна робота (МКР-1)		5
ЗМ-Л2	РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА		
	Тема 5. Виробнича програма підприємств туристичного бізнесу	3	3
	Тема 6. Витрати та собівартість послуг на туристичних підприємствах	4	3
	Тема 7. Ціноутворення в туризмі	4	3
	Тема 8. Прибуток та рентабельність на туристичних підприємствах	4	4
	Модульна контрольна робота (МКР-2)		5
	Підготовка до залікової контрольної роботи		5
Разом:		30	40

Консультації: Андрущенко Олеся Сергіївна, за розкладом пар академічних годин, ауд. 308 (НЛК№2)

2.2. Практичний модуль

Код	Назва модуля та тем	Кількість годин	
		ауд.	СРС
ЗМ-П1	Практичний модуль 1		
	Тема 1. Підприємницька діяльність – основа туристичного ринку	3	4
	Тема 2. Економічне управління туристичним бізнесом	3	4
	Тема 3. Трудові ресурси та продуктивність праці в туризмі	2	4
	Контрольна робота (КР-1)		5

ЗМ-П2	Практичний модуль 2		
	Тема 4. Виробнича програма та планування діяльності підприємств туристичної індустрії	2	4
	Тема 5. Витрати та собівартість продукції туристичного підприємства	2	4
	Тема 6. Фінансово-економічні результати діяльності туристичного підприємства	3	5
	Контрольна робота (КР-2)		5
Разом:		15	35

Консультації: Андрущенко Олеся Сергіївна, за розкладом пар академічних годин, ауд. 308 (НЛК№2)

2.3. Самостійна робота студента та контрольні заходи

Код модуля	Завдання на СРС та контрольні заходи	Кількість годин	Строк проведення
ЗМ-Л1	• Підготовка до лекційних занять	12	1-5
	• Підготовка до модульної контрольної роботи	5	4-5
	• Модульна контрольна робота (МКР-1) (обов'язково)		5
ЗМ-Л2	• Підготовка до лекційних занять	13	6-14
	• Підготовка до модульної контрольної роботи	5	13-14
	• Модульна контрольна робота (МКР-2) (обов'язково)		14
ЗМ-П1	• Підготовка до практичних занять	12	1-7
	• Підготовка до модульної контрольної роботи		6-7
	• Модульна контрольна робота (практ. частина) (КР-1) (обов'язково)	5	7
ЗМ-П2	• Підготовка до практичних занять	13	8-14
	• Підготовка до модульної контрольної роботи		13-14
	• Модульна контрольна робота (практ. частина) (КР-2) (обов'язково)	5	14
	Підготовка до залікової контрольної роботи	5	15
Разом:		75	

1. Методика проведення та оцінювання контрольного заходу для ЗМ-Л1, ЗМ-Л2.

Організація контролю знань студентів побудована за накопичувально-модульним принципом згідно вимог діючого в університеті Положення «Про проведення підсумкового контролю знань студентів».

Формами контролю засвоєння *теоретичних* знань є усне опитування під час лекційних занять (поточний контроль), модульні контрольні роботи за кожним змістовним модулем (внутрішньо семестровий контроль), виконання залікової контрольної роботи (підсумкова атестація).

Загальна сума балів, яку одержують студенти за всіма змістовними модулями дисципліни «Економіка туристичного ринку», становить **100 балів** (теоретична частина – **50 балів**, практична частина – **50 балів**), вона формує інтегральну оцінку поточного контролю студентів з цієї навчальної дисципліни та є підставою до допуску до заліку.

Контроль проводиться після вивчення лекційного матеріалу модуля ЗМ-Л1, ЗМ-Л2 в формі письмової модульної контрольної роботи МКР-1, МКР-2 тестового типу в якій студенти відповідають на 10 запитань. Результати роботи оформлюються на окремому аркуші. Час, що виділяється на виконання МКР-1, МКР-2 визначається при видачі завдання і не перевищує 1 академічної години.

Максимальна оцінка за контрольну роботу складає **25 балів** або 2.5 бали за одну правильну відповідь. Критерії оцінювання результатів контрольного заходу: правильна відповідь на 10 запитань – відмінно (25 балів), правильна відповідь на 8-9 запитань – добре (20-22.5 балів), правильна відповідь на 6-7 запитань – задовільно (15-17,5 балів), правильна відповідь менше ніж на 5 запитань – незадовільно (менше 12,5 балів).

Підсумкова оцінка за всі лекційні модулі дорівнює сумі набраних балів за лекційні модулі ЗМ-Л1, ЗМ-Л2 та не може перевищувати **50 балів**

2. Методика проведення та оцінювання контрольного заходу для ЗМ-П1.

Контроль проводиться після вивчення матеріалу практичного модуля ЗМ-П1 в формі письмової контрольної роботи КР-1 відкритого текстового типу, що передбачає створення студентом розгорнутої відповіді на задану тему у вигляді есе. Результати роботи оформлюються на окремому аркуші. Час, що виділяється на виконання КР-1 визначається при видачі завдання.

Максимальна оцінка за контрольну роботу складає **25 балів**. Для отримання максимального балу контрольного заходу в роботі необхідно представити правильно сформульовану тезу, навести доречні аргументи, що мають бути підкріплені принаймні одним розгорнутим прикладом, продемонструвати зосередженість на запропонованій проблемі, цілісний, послідовний і несуперечливий розвиток думки (логічність та послідовність викладу) та зробити висновок, що відповідає запропонованій темі й органічно пов'язаний із тезою, аргументами та прикладами.

3. Методика проведення та оцінювання контрольного заходу для ЗМ-П2.

Контроль проводиться після вивчення матеріалу практичного модуля ЗМ-П2, в формі письмової контрольної роботи КР-2 в якій студенти розв'язують 5 задач. Результати роботи оформлюються на окремому аркуші. Час, що виділяється на виконання КР-2 визначається при видачі завдання.

Максимальна оцінка за контрольну роботу складає **25 балів** або 5 балів за одну правильно вирішену задачу. Критерії оцінювання результатів контрольного заходу: правильно вирішена задача з детальним поясненням ходу розв'язання – відмінно (25-22 бали), правильно вирішена задача без детального пояснення ходу розв'язання (21-18 бали), в задачі допущено 3 грубі помилки або правильно виконано 1/2 задачі (17-14 балів), в задачі допущено більше 3 грубих помилок або правильно виконано 1/3 завдання – незадовільно (менше 13 балів).

4. Методика оцінювання за всіма змістовними модулями.

Підсумковою оцінкою за всіма змістовними модулями (ОЗ) буде сума балів за лекційні і практичні модулі.

5. Методика проведення та оцінювання підсумкового контрольного заходу.

Питання про допуск до семестрового заліку розглядається тільки за умови, якщо за практичні і теоретичні модулі студент виконав всі види робіт, передбачені робочою навчальною програмою і набрав за модульною системою суму балів не менше 50% від максимально можливої за практичну частину (**25 балів**) та теоретичну частину (**25 балів**). В іншому випадку студент вважається таким, що не виконав навчального плану дисципліни і не допускається до заліку.

Формою підсумкового семестрового контролюючого заходу є залік. Залікова контрольна робота проводиться на останньому занятті з дисципліни. Завдання залікової контрольної роботи з дисципліни «Економіка туристичного ринку» являють собою тестові завдання закритого типу, які потребують від студента вибору правильних відповідей з чотирьох запропонованих питань. Тестові питання кожного питання формуються по всьому переліку сформованих у навчальній дисципліні знань (в першу чергу базової компоненти), а їх загальна кількість складає 20 завдань. Повна правильна відповідь на 1 тестове завдання оцінюється у **5 балів**. Оцінка успішності виконання студентом цього заходу здійснюється у формі кількісної оцінки (бал успішності) та максимально складає **100 балів**. Перехід від кількісної оцінки до якісної оцінки здійснюється за 4-х бальною системою відповідно до наступної шкали - **за правильну відповідь: на 18-20 тестів (90-100%) – «відмінно»; на 15-17 тестів (74-89%) – «добре»; на 12-14 тестів (60-73%) – «задовільно»; на менш ніж 12 тестів (<60%) – «незадовільно».**

6. Методика підсумкового оцінювання за дисципліну.

Сума балів, яку одержав студент за всі контрольні роботи з практичної та теоретичної частини формують інтегральну оцінку студента з навчальної дисципліни.

Інтегральна оцінка (В) за дисципліну розраховується за формулою:

$$B = 0,75 \times OZ + 0,25 \times OZKP,$$

де В – інтегральна оцінка поточної роботи студента в 100-бальній шкалі по дисципліні; ОЗ – оцінка роботи студента за змістовними модулями, ОЗКР – оцінка залікової контрольної роботи, яка проводиться на останньому занятті з дисципліни за тестами оцінки знань базової компоненти навчальної дисципліни та має бути виконана на $\geq 50\%$ від максимальної оцінки.

Наприкінці сесії студент отримує інтегральну оцінку з дисципліни (зараховано) за всіма системами оцінювання за наступних умов:

- студент не має на початок заліково-екзаменаційної сесії заборгованості по дисципліні,
- студент має на останній день семестру підсумкову суму балів поточного контролю достатню для одержання позитивної оцінки ($OZ \geq 60\%$),
- студент має $OZKP \geq 50\%$ від максимально можливої суми балів за залікову контрольну роботу.

Студенти, які на останній день семестру мають заборгованість з теоретичної та практичної частини курсу, не допускаються до підсумкового семестрового контролю до моменту ліквідації цієї заборгованості.

Студенти, які на протязі заліково-екзаменаційної сесії ліквідували заборгованість з теоретичної та практичної частини навчальної дисципліни – допускаються до комісії.

Атестація студентів комісією проводиться після закінчення заліково-екзаменаційної сесії до початку наступного семестру. Її строки визначаються наказом по університету. Оцінка за відповіді по тестових завданнях може бути тільки «зараховано» або «незараховано». Студенти, які не ліквідували до дня проведення комісії заборгованість по теоретичній та практичній частині навчального курсу, не допускаються до підсумкової атестації комісією.

Інтегральна оцінка (В) за дисципліну за всіма системами оцінювання наведена у наступній таблиці:

Визначення	За системою університету (у відсотках)	За національною системою	За шкалою ECTS
відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90 – 100	відмінно	A
вище середнього рівня з кількома помилками	82-89,9	добре	B
в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	74-81,9	добре	C
непогано, але зі значною кількістю помилок	64-73,9	задовільно	D
виконання задовольняє мінімальні критерії	60-63,9	задовільно	E
з можливістю перескладання	35-59,9	незадовільно	FX
з обов'язковим повторним курсом навчання	1-34,9	незадовільно	F

3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Рекомендується наступний порядок вивчення дисципліни «Економіка туристичного ринку»:

- зміст кожної теми курсу вивчається за допомогою навчальної та методичної літератури, що наведена в списку;
- після засвоєння змісту кожної теми курсу потрібно відповісти на «питання самоперевірки», що наведені у даних методичних вказівках і відповідній літературі;
- якщо виникли питання при вивченні теоретичного матеріалу або при виконанні контрольних робіт, то потрібно звернутись до викладача, який читав лекції.

Модуль ЗМ-Л1 «Теоретичні основи економіки туристичного ринку»

3.1.1. Повчання

Тема 1. Економіка туризму та туристичний бізнес. Поняття економіки туризму: зміст, мета та завдання. Економіка туризму в системі прикладних наук про туристичне обслуговування населення. Економічні функції туризму. Туристичний бізнес як економіко-технологічна система. Сучасний стан і перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні. Структура туристичного бізнесу. Обмежуючі фактори, що впливають на діяльність туристичних підприємств. Економічна політика держави в сфері туризму. Загальні показники оцінки туристичної діяльності.

Література [1, с.6-30; 2, с.25-44; 5, с.7-35]

Тема 2. Туристичний ринок та підприємницька діяльність в туризмі. Поняття про туристичний ринок. Класифікація та функції туристичного ринку. Особливості функціонування туристичного ринку. Підприємницька діяльність як основа функціонування туристичного ринку. Принципи підприємництва в туристичному бізнесі. Функції підприємництва в туризмі. Зовнішнє та внутрішнє середовища туристичного підприємництва. Нормативно-правове забезпечення організації туристичного підприємництва в Україні.

Література [1, с.15-28; 5, с.38-45, 68-81; 2, с.149-174]

Тема 3. Основні та оборотні фонди туристичних підприємств. Поняття про основний та оборотний капітал туристичного підприємства. Класифікація основних фондів туристичного підприємства за різними ознаками. Структура основних фондів. Показники оцінки та спрацювання основних фондів. Методи нарахування амортизації основних фондів. Показники відтворення і використання основних фондів. Шляхи підвищення ефективності використання основних фондів. Сутність та значення оборотних фондів та фондів обігу. Структура оборотних коштів. Показники ефективності використання оборотних коштів. Рух грошових коштів на підприємстві та показники їх використання. Шляхи підвищення ефективності використання оборотних коштів.

Література [2, с.209-217; 3, с.10-33]

Тема 4. Трудові ресурси та оплата праці на туристичному підприємстві. Поняття про трудові ресурси туристичних підприємств. Класифікація і структура персоналу підприємства. Показники ефективності використання персоналу підприємства. Планування чисельності працівників підприємства. Сучасна система управління персоналом. Принципи формування персоналу підприємства. Методи залучення персоналу. Продуктивність праці та показники її ефективності. Шляхи підвищення ефективності використання персоналу підприємства

Література [1, с.81-95; 3, с.217-234]

3.1.2. Питання для самоперевірки

Запитання, що входять до тестів модуля ЗМ-Л1 являють собою базові знання та необхідний мінімум знань, який потрібний для засвоєння дисципліни «Економіка туристичного ринку» наведені нижче:

1. *Розкрийте сутність економіки туризму*
2. *Яка роль суб'єктів туристичної індустрії в економіці країни (регіону)?*
3. *Що є об'єктом і предметом вивчення економіки туристичного ринку?*
4. *У чому полягає економічна сутність і завдання туристичної діяльності?*
5. *Дайте законодавче визначення туризму і туриста.*
6. *Розкрийте поняття «туристична послуга» та «туристичний продукт».*
7. *Як створюється та просувається туристичний продукт до споживачів?*
8. *Які організаційні форми туризму існують?*
9. *Виділіть відмінні риси між внутрішнім і міжнародним туризмом.*
10. *Звідки походить слово «тур» і що воно означає?*
11. *Як розробляються маршрути і формуються тури?*
12. *Які підприємницькі структури існують у туристичному бізнесі України?*
13. *Що являє собою туристична індустрія?*
14. *Які риси характерні для підприємництва в туризмі?*
15. *На яких принципах ґрунтується підприємницька діяльність у туристичному бізнесі?*
16. *Розкрийте сутність функцій підприємництва в туризмі.*
17. *Охарактеризуйте основні суб'єкти підприємницької діяльності в туризмі.*
18. *Що відноситься до туристичної інфраструктури?*
19. *У чому полягає мета підприємницької діяльності суб'єктів туристичного бізнесу?*
20. *На яких правових засадах ґрунтується туристичне підприємництво в Україні?*
21. *Охарактеризуйте взаємозв'язок туроператора з постачальниками туристичних послуг і покупцями турпродукту.*
22. *Як формується туристичний потік?*
23. *Які показники використовуються для оцінки потоку туристів?*
24. *Основний капітал: сутність, структура, показники технічного стану та ефективності використання*
25. *Оборотний капітал*
26. *Шляхи підвищення ефективності використання основних засобів та оборотних коштів туристичних підприємств.*
27. *Трудові ресурси: сутність, оцінювання стану та ефективності їх використання*
28. *Планування чисельності працівників туристичних підприємств*
29. *Продуктивність праці та показники її ефективності*
30. *Мотивація праці та організація заробітної плати*
31. *Державне й договірне регулювання оплати праці*
32. *Обґрунтування витрат на оплату праці*

Примітка: курсивом виділено питання для самоперевірки базових результатів навчання

3.2. Модуль ЗМ-Л2 «Результати діяльності туристичного підприємства»

3.2.1. Повчання

Тема 5. Виробнича програма підприємств туристичного бізнесу. Виробнича програма туристичного підприємства: сутність і структура. Принципи та етапи розробки виробничої програми туристичного підприємства. Сутність економічного планування діяльності туристичних підприємств, як основи реалізації виробничої програми. Класифікація планів та методи планування діяльності туристичного підприємства. Характеристика процесу планування. Методи планування продажу туристичного продукту й окремих послуг. Планування діяльності підприємств розміщення та харчування туристів.

Література [1, с.58-62; 5, с.100-107]

Тема 6. Витрати та собівартість послуг на туристичних підприємствах. Поняття витрат туристичного підприємства. Структура витрат за економічно однорідними елементами. Класифікація витрат за різними ознаками. Поняття собівартості туристичної продукції. Калькуляція собівартості туристичного продукту. Методи визначення собівартості туристичного продукту. Принципи розрахунку туроператором собівартості туру. Управління і планування витрат туристичного підприємства. Механізм управління витратами туристичного підприємства. Методи планування витрат туристичного підприємства.

Література [1, с.107-115; 3, с.72-80]

Тема 7. Ціноутворення в туризмі. Сутність та функції ціни. Особливості ціноутворення в туризмі. Фактори, що впливають на ціну туристичного продукту. Принципи ціноутворення в туризмі. Методи ціноутворення. Структура ціни на туристичний продукт. Методика складання цін на туристичні послуги. Визначення ціни пакета туристичних послуг. Цінова політика туристичних підприємств. Механізм регулювання цін через податки.

Література [5, с.131-149; 3, с.87-93]

Тема 8. Прибуток та рентабельність на туристичних підприємствах. Прибуток як економічна категорія та узагальнюючий показник економічної ефективності господарської діяльності підприємств туристичної сфери. Класифікація прибутку підприємства. Показники прибутку туристичного підприємства. Показники рентабельності туристичного підприємства. Рентабельність виручки. Рентабельність витрат. Рентабельність використання трудових ресурсів. Рентабельність оборотних активів. Рентабельність капіталу. Стратегія управління прибутком. Етапи обґрунтування стратегії управління прибутком. Методи планування прибутку від реалізації турпродукту. Принципи розподілу прибутку підприємства. Розподіл чистого прибутку туристичного підприємства.

Література [1, с.115-123; 3, с.116-123]

3.2.2. Питання для самоперевірки

Запитання, що входять до тестів модуля ЗМ-Л2 являють собою базові знання та необхідний мінімум знань, який потрібний для засвоєння дисципліни «Економіка туристичного ринку» наведені нижче:

1. *Розкрийте сутність виробничої програми туристичного оператора.*
2. *Які показники використовуються при аналізі та плануванні виробничих програм підприємств туристичної індустрії?*
3. *Охарактеризуйте розділи виробничої програми туристичного оператора.*
4. *Поясніть роль і значення банку потенційних клієнтів при обґрунтуванні виробничої програми.*
5. *Яке місце посідає виробнича програма в економічному управлінні туристичним оператором?*
6. *Виділіть і розкрийте сутність головних принципів розробки виробничої програми.*
7. *Наведіть схему обґрунтування виробничої програми туроператора.*
8. *Як розробляються тури (маршрути), що є передумовами обґрунтування виробничої програми підприємства?*
9. *Яка роль договорів з постачальниками туристичних послуг і товарів в обслуговуванні туристів?*
10. *Дайте визначення моніторингу якості обслуговування туристів.*
11. *Як використовуються результати моніторингу обслуговування туристів при обґрунтуванні виробничої програми та її ресурсного забезпечення.*
12. *Яка роль готельного господарства в обслуговуванні туристів?*
13. *Перелічіть послуги об'єктів розміщення туристів.*
14. *Дайте класифікацію засобів розміщення туристів.*
15. *За допомогою яких показників оцінюється експлуатаційна потужність підприємства готельного типу?*
16. *Як визначається місткість (ємність) і пропускна спроможність об'єкта розміщення туристів?*
17. *Які показники використовуються при оцінці ефективності використання (завантаження) підприємств готельного типу?*
18. *Чим пояснюється неможливість повного завантаження наявних спальних місць в підприємствах розміщення туристів?*
19. *Що включає зведений план доходу підприємства розміщення туристів?*
20. *Сутність і роль доходу підприємств туристичного бізнесу.*
21. *Економічний механізм формування й розподілу доходу.*
22. *Стратегія формування доходу підприємств.*
23. *Методика розрахунку та показники доходності туристичних підприємств.*
24. *Політика оптимізації доходу туристичних підприємств.*
25. *Сутність і структура витрат на формування та реалізацію турпродукту.*
26. *Калькуляція собівартості і цін на туристичний продукт.*
27. *Методи та принципи визначення собівартості туристичного туру.*
28. *Напрями зниження собівартості послуг на туристичному підприємстві.*

29. Планування витрат туристичних підприємств. Механізм управління та методи планування витрат.
29. *Економічні основи ціноутворення в туризмі.*
31. *Принципи та фактори ціноутворення в туризмі.*
32. Методика та методи ціноутворення на туристичному підприємстві.
33. *Структура ціни на туристичний продукт.*
34. Цінова політика туристичних підприємств. Механізм регулювання цін
35. *Сутність, види та джерела отримання прибутку в туристичному бізнесі.*
36. *Показники прибутку та рентабельності підприємств туристичного бізнесу.*
37. Стратегія економічного управління прибутком підприємств.
38. Економічне управління формуванням і розподілом прибутку підприємств.

Примітка: курсивом виділено питання для самоперевірки базових результатів навчання

3.1. Модуль ЗМ-ПІ «Практичний модуль»

При вивченні практичного модуля студенти набувають уміння вирішувати конкретні економічні завдання шляхом розрахунків та планування для ефективного функціонування підприємства; вирішувати питання, пов'язані з економічною, виробничою та фінансовою діяльністю підприємства; вміти забезпечити таку координацію у просторі і часі трудових зусиль працівників та матеріальних елементів виробництва, при якій забезпечується найвища ефективність виробництва, найбільший прибуток для підприємства, найвища якість продукції тощо; розраховувати потреби підприємства в різних ресурсах та знаходити джерела їх формування: аналізувати і робити висновки за результатами фінансово-економічної діяльності підприємства.

Перевірка якості засвоєних знань і одержаних навичок при вивченні цього модуля здійснюється викладачем під час проведення практичних занять шляхом перевірки розгорнутої відповіді на задану тему у вигляді есе.

Вимоги до оформлення есе: текст (українською мовою) друкується з використанням комп'ютерної техніки. Формат аркуша А4 210x297, орієнтація книжкова. Шрифт: гарнітура – Times New Roman, кегель 14. Поля: 2.5, 2.5, 2.5, 2.5 см. Абзацний відступ – 1 см. Міжрядковий інтервал – полуторний. Переноси не використовуються. Вирівнювання тексту за шириною.

Ілюстрації та таблиці слід нумерувати арабськими цифрами порядковою нумерацією. Ілюстрації повинні мати назву, яку розміщують під ними. Рисунок позначається словом "Рис.....", яке разом з назвою розміщують по центру ілюстрації. Цифровий матеріал оформлюють у вигляді таблиць, нумерація яких аналогічна нумерації рисунків. Назва таблиці розміщується зверху її.

Посилання на літературні джерела наводять після їх використання за текстом у квадратних дужках.

Структура есе: має містити актуальність, мету, завдання дослідження, результати дослідження, висновки, список використаної літератури. Обсяг есе повинен бути близько 5-7 сторінок друкованого тексту.

3.2. Модуль ЗМ-П2 «Практичний модуль»

При вивченні практичного модуля студенти набувають уміння обґрунтувати цілі діяльності підприємства, визначати вартісні показники виробничої програми, оцінювати основні виробничі фонди, використовувати показники основних виробничих фондів та показники використання матеріальних ресурсів, обчислювати собівартість турпродукції (турпослуг), складати кошторис виробництва, застосовувати методи ціноутворення турпродукції (турпослуг), методи нарахування заробітної плати, формувати фонд заробітної плати на туристичному підприємстві, формувати й використовувати прибуток, здійснювати фінансово-економічний аналіз туристичного підприємства.

Перевірка якості засвоєних знань і одержаних навичок при вивченні цього модуля здійснюється викладачем під час проведення практичних занять шляхом перевірки якості розв'язання задач наведених в практичному модулі.

3.2.1. Повчання

Економічна ефективність туризму означає одержання економічного ефекту від організації туризму в масштабах держави; туристичного обслуговування населення регіону; виробничо-обслуговуючого процесу туристичної фірми..

Туризм безпосередньо бере участь у створенні національного доходу країни.

Сукупний внесок туризму в економіку країни включає як прямий так і непрямий вплив.

Прямий вплив - результат витрат туриста на покупку послуг і товарів туризму.

Непрямий вплив – гроші, витрачені туристами в місці перебування, створюють дохід, що приводить до ланцюгової реакції: витрати - доходи - витрати - доходи.

Дохід являє собою виторг фірми й підприємств від продажу туристичних послуг, товарів. *Дохід регіону* - це податки, отримані із цього виторгу, що залишаються в розпорядженні регіону.

Туристичні витрати – споживчі витрати відвідувача, які пов'язані із забезпеченням його потреб як туриста, і здійснені ним перед, протягом та після поїздки та у місцях відвідування.

Система економічних показників розвитку туризму включає:

- обсяг туристичного потоку;
- стан і розвиток матеріально-технічної бази;
- показники фінансово-економічної діяльності туристичної фірми;
- показники розвитку міжнародного туризму.

Туристичний потік – це постійне прибуття туристів до країни (регіону). До показників, що характеризують туристський потік відносяться: загальна кількість туристів, у тому числі організованих й самодіяльних; кількість туроднів (ночівель, ліжко-днів); середня тривалість (час) перебування туристів у країні (регіоні).

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

1. Коефіцієнт нерівномірності, % = Кількість туроднів у місяці максимального туристського потоку, людино-днів *100 % / Кількість туроднів у місяці мінімального туристського потоку, людино-днів.

2. Коефіцієнт нерівномірності, % = Кількість туроднів у місяці максимального туристського потоку, людино-днів *100 % / Річна кількість туроднів, людино-днів.

3. Коефіцієнт нерівномірності, % = Кількість туроднів у місяці максимального туристського потоку, людино-днів *100 % / Середньомісячна кількість туроднів, людино-днів (де Середньомісячна кількість туроднів, людино-днів = Річна кількість туроднів, людино-днів /12).

Показники фінансово-економічної діяльності туристської фірми включають: обсяг реалізації туристських послуг або виторг від реалізації послуг туризму, показники використання робочої сили (продуктивність праці, рівень витрат на оплату праці та ін.), показники використання виробничих фондів (фондовіддача, оборотність оборотних коштів та ін.), собівартість послуг туризму, прибуток, рентабельність, показники фінансового стану туристської фірми (платоспроможність, ліквідність, фінансова стабільність та ін.).

Система показників, що характеризує динаміку та ефективність розвитку туристської галузі.

Характеризує динаміку обсягу реалізації послуг і товарів туристичного призначення.

Фондовіддача основних фондів туристської галузі = Обсяг реалізації туристського продукту, грн. / Середньорічна вартість основних фондів туристських підприємств, грн.

Характеризує ефективність використання основних фондів.

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

Характеризує ефективність використання основних фондів.

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

Характеризує ефективність використання пропускної спроможності номерного фонду підприємств готельного господарства.

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

Характеризує ефективність використання трудових ресурсів підприємства.

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

Характеризує ефективність використання трудових ресурсів.

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

Характеризує ефективність використання трудових ресурсів.

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

Пропозиція туристичного підприємства — це вся маса призначених для продажу туристичних послуг і товарів, скомплектованих у тури.

Пропозиція характеризується:

якісними параметрами - клас туру, типи, категорія (комфортність) засобів розміщення, оптимальність маршруту, якісні параметри обслуговування та

кількісними показниками - потужність туристичного підприємства, загальний обсяг реалізації послуг, асортимент і номенклатура туристичних послуг, цінові характеристики послуг, тривалість туристичної подорожі

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

Розрізняють *специфічні (характерні і супутні) та неспецифічні туристичні продукти.*

Туристичний продукт включає елементи:

1. Туристичні послуги:

- основні – розміщення, харчування, транспортне обслуговування та страхування,
- додаткові - побутові, медичні, валютно-кредитні, торговельні, послуги спеціальних видів зв'язку, інформаційні, культурно-видовищні, ігрові, спортивні, конгресне обслуговування та ін.,

- специфічні - надаються підприємствами-посередниками в туризмі. Це – послуги туристичних бюро, туристичних агентств, туристичних операторів, екскурсійних бюро, бюро подорожей і екскурсій, та інших підприємств), туристичні товари (специфічні, неспецифічні), умови і ресурси довкілля (природні, створені, соціально-побутові).

2. Туристичні товари – специфічні та неспецифічні.

3. Умови і ресурси довкілля – природні, створені, соціально-побутові.

Передумовою планування обсягу пропозиції туристичного продукту є його *економічний аналіз*, який проводиться за наступними етапами:

1. Формування інформаційної бази даних про обсяг і структуру реалізації туристичного продукту за даними форм статистичної звітності.

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

3. Аналіз динаміки загального обсягу реалізації туристичного продукту - темпи росту й темпи приросту обсягу реалізації туристичного продукту за 3-5 останніх років, середньорічні темпи зміни обсягу реалізації туристичного продукту.

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

5. Аналіз обсягу та структури реалізації туристичного продукту по регіонах.

6. Аналіз структури й асортименту туристичного продукту.

7. Аналіз структури туристичного продукту підприємства.

8. Аналіз ритмічності й сезонності реалізації туристичного продукту здійснюється за допомогою коефіцієнтів ритмічності, сезонності.

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

9. Аналіз обсягу і структури туристичного продукту за місцем реалізації.

10. Кількісна оцінка факторів, що обумовлюють зміни обсягу реалізації та структури реалізації.

11. Дослідження показників порогу безпечності та запасу фінансової міцності туристичного підприємства.

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

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

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

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

12. Визначення резервів збільшення обсягів реалізації туристичного продукту.

У системі управління економічною діяльністю підприємства вихідне місце займає планування обсягу реалізації турпродукту.

4. ПИТАННЯ ДО ЗАХОДІВ ПОТОЧНОГО, ПІДСУМКОВОГО ТА СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

4.1. Тестові завдання до модульної контрольної роботи модуля ЗМ-Л1.

№	Тестові завдання	Джерело
1	Економіка туристичної діяльності охоплює	2, с.26
2	Обмеження в туристичному попиті	2, с.35-36
3	Виробнича функція	2, с.37
4	Розрізняють такі основні сфери турбізнесу	2, с.38
5	Для розвитку комерційного турбізнесу повинні виконуватися наступні умови	2, с.38-43
6	Механізм, який дозволяє збалансувати попит та пропозицію на різноманітні види туристичних послуг - це:	1, с.15-28
7	Туристична послуга – це:	2, с.45
8	До основних завдань економічної діяльності суб'єктів туристичного бізнесу належать такі:	2, с.152-158
9	Обмеження в туристичній пропозиції, пов'язані:	2, с.35-36
10	До якої функції можна звести діяльність туристичних підприємств?	2, с.25-44
11	Що розуміють під виробничим турбізнесом?	2, с.38
12	Фінансовий турбізнес - це:	2, с.43
13	Туристичний продукт володіє властивостями	2, с.45
14	Поняття «послуга» містить такі складові	2, с.46
15	Сучасний туризм як економічне явище	1, с.6-15

16	Функція створення доходу - це:	2, с.37-40
17	Роль виробничого турбізнесу в туризмі і національній економіці можна оцінити так	2, с.158-167
18	У системі фінансового турбізнесу виділяють	2, с.25-44
19	Собівартість реалізованого туристичного продукту складається з	2, с.45-48
20	Споживча вартість	2, с.45-48
21	Пропонована на ринку продукція туризму поділяється	2, с.25-44
22	Валовий турпродукт може розглядатися як:	2, с.53-57
23	Предметом економіки туризму є	1, с.4-5
24	Економіка туризму вирішує такі проблемні завдання:	1, с.4-5
25	Функція згладжування:	2, с.37-40
26	Витрати на виробництво туристичних товарів і послуг можна класифікувати в такий спосіб:	2, с.57-66
27	Вартість - це	2, с.45-48
28	Тур як економічна категорія повинен відповідати таким вимогам:	2, с.25-44
29	Консалтинг у туризмі – це....	2, с.44
30	Важливими питаннями предмета економіки туризму є:	1, с.6-15

4.2. Тестові завдання до модульної контрольної роботи модуля ЗМ-Л2.

<i>№</i>	<i>Тестові завдання</i>	<i>Джерело</i>
1	Ефективність туристичної організації загалом визначають як	2, с.66-69
2	Внутрішня ефективність – це....	2, с.66-69
3	Зовнішні відносні показники дозволяють, дають змогу визначити ...	2, с.152-174
4	Обов'язковою умовою функціонування будь-якої підприємницької структури є	2, с.66-69
5	Працівники, що мають вищу або спеціальну освіту, володіють спеціальними знаннями та навиками і посідають такі посади: бухгалтери, економісти, техніки, юристи та ін – це...	1, с.81-95
6	Тривалість робочого часу, необхідного для виконання певного виду робіт –це...	1, с.81-95
7	Середня чисельність працівників будь-якого підприємства за певний період визначається як сума:	3, с.217-234
8	Щось цінне, що людина отримує замість докладених зусилля – це....	1, с.81-95
9	Основні форми мотивації працівників підприємницьких структур:	1, с.81-95
10	Факт досягнення організаційних цілей за менший час і (або) з меншими витратами, ніж передбачалося – це...	1, с.81-95
11	Залежно від способу співвідношення результатів і витрат ефективність визначається такими показниками:	1, с.115-123
12	Рентабельність – це ...	1, с.115-123
13	У туристичному підприємстві провідна роль належить...	2, с.152-174
14	Система мотивації на рівні підприємства ґрунтується на таких вимогах:	1, с.81-95

15	Працівники, які здійснюють підготовку та оформлення документів, облік і контроль, господарське обслуговування і діловодство: касири, діловоди, секретарі, експедитори та ін – це...	1, с.81-95
16	Мотивування базується на таких категоріях:	1, с.81-95
17	Абсолютний результат туристичного бізнесу – це	
18	Залежно від вирішуваних завдань економічна ефективність буває:	2, с.66-69
19	Наслідок якихось зусиль і обставин, що виражаються системою чинників, дослідження яких дає змогу туристичній організації керувати результативністю своєї діяльності – це....	2, с.152-174
20	До облікової чисельності штатних працівників належить:	1, с.81-95
21	Об'єднання державних і національних організацій неурядового характеру, створених для досягнення загальних цілей у певній сфері людської діяльності (у сферах політики, економіки, соціального і культурного життя, туризму та ін.) – це.....	2, с.149-174
22	Економічна ефективність – це....	2, с.69-72
23	Процес аналізу та оцінки ефективності туристичного бізнесу складається з ...етапів.	2, с.149-174
24	Оплата праці на підприємстві, незалежно від організаційно-правового статусу і форми власності, регулюється системою тарифних угод (договорів), що охоплює рівні:	2, с.72-74
25	Міжнародна система впливу і комплекс заходів, спрямованих на ефективне керування певними видами міжнародної діяльності відповідно до визначених міжнародних принципів, норм і стандартів – це...	1, с.81-95
26	Соціальна ефективність – це....	2, с.66-69
27	Показники порівняльної економічної ефективності туристичного бізнесу дають змогу визначити....	2, с.69-72
28	Процес аналізу та оцінки ефективності туристичного бізнесу складається з....	2, с.66-69
29	Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:	2, с.66-69
30	Внутрішні показники порівняльної економічної ефективності дають уявлення...	2, с.69-72

4.3. Орієнтовна тематика завдань до контрольної роботи (КР-1) для ЗМ-ПІ

1. Сутність і роль підприємницької стратегії в туристичній діяльності.
2. Механізми економічного управління туристичним бізнесом.
3. Стратегія конкурентоспроможності туристичного продукту.
4. Сутність економічного планування діяльності туристичної компанії.
5. Фінансове планування туристичної компанії.
6. Комерційний розрахунок в туристичній діяльності.
7. Сутність, структура та інструменти державного регулювання економіки туризму.
8. Механізми підтримки економічного розвитку індустрії туризму.
9. Податкове регулювання економіки туризму.
10. Економічні засади організації регіональних фондів розвитку туризму.
11. Бізнес-планування туристичної компанії.

12. Інститути державного регулювання туристичної галузі України.
13. Програмно-цільовий метод планування продажу турпродукту.
14. Оцінювання запасу фінансової міцності підприємства.
15. Механізм регулювання та диференціації цін на послуги підприємств туристичної сфери.
16. Стратегія і тактика управління цінами на послуги підприємств туристичної сфери.
17. Оцінка фінансових результатів діяльності підприємства.
18. Принципи економічного управління рухом грошових потоків.
19. Методи оптимізації руху грошових коштів.
20. Планування руху грошових коштів підприємства.

Для підготовки до виконання завдань КР-1 рекомендовано використовувати літературу [1-6, 9-16] та інформацію з аналітичних звітів та досліджень світових інформаційних ресурсів та баз даних

4.4. Типові задачі до модульної контрольної роботи (КР-2) для ЗМ-П2

Задача 1. Турист має бажання здійснити пізнавальну подорож до Єгипту. Туристичний оператор, розробляючи для даного туриста тур включив до туристичного пакета вартість перельотів до Хургади та у зворотному напрямі, трансферні витрати, вартість екскурсій по визначних місцях країни; вартість послуг розміщення. Турист заздалегідь забронював туристичний пакет, а також застрахував себе та своє майно. Окрім того, турист відвідав пляж та займався дайвінгом. Визначте туристичні послуги, які формують ядро туристичного продукту, реальний та розширений туристичний продукт.

Задача 2. Турист замовив туристичний пакет, який включає переліт з Києва до Женеви та назад (*A*), 500 у.о.; вартість візи (*B*) – 50 у.о., дводенне проживання в готелі за системою FP (*П*) - 1000 у.о. за добу, подорож на яхті по Женевському озері (4 години) (*М*) – вартість однієї години 500 у.о. Участь в бізнес-семінарі (*К*) – 1500 у.о. Затрати праці на створення продукту становили 5 годин (вартість 1 год. (*P*) 10 у.о.). Постійні витрати (*ПВ*) - 50 у.о. Визначте собівартість туристичного продукту.

Задача 3. Туроператор «VIP-тур» поніс постійні витрати на суму 400 000 грн., змінні – 250 грн. за одиницю. Ціна за тур у квітні складала 8500 грн., а у травні – 10000 грн. На основі даних розрахувати критичний обсяг виробництва та визначити які витрати понесе підприємство, щоб отримати прибуток у розмірі 250 000 грн. у квітні.

Задача 4. Визначте собівартість перевезення одного туриста автобусом за маршрутом Чернівці – Київ – Чернівці (відстань між Чернівцями та Києвом 650 км.). Відомо такі умови: витрати пального на 100 км. – 10 л., вартість 50 грн./л., заробітна плата водія – 500 грн. за добу тривалість подорожі 2 дні, необхідно заплатити автоперевізнику орендну плату 2500 грн. / добу. Кількість туристів в автобусі 50 осіб. Постійні витрати (*ПВ*) становлять 2000 грн.

Задача 5. Туристичне підприємство надає екскурсійні послуги. Для створення туристичного продукту орендує автобус – 3 000 грн. за добу; пересічна тривалість екскурсії – 3 години, місткість автобуса - 25 осіб. Заробітна плата екскурсовода – 1500 грн. за екскурсію. Екскурсійний збір становить 20 грн., із туриста. Прибуток туристичної фірми

становить 100 грн., з туриста. Комісійна винагорода турагентам - 100 грн., з туриста. Визначте ціну нетто та ціну брутто екскурсії для одного туриста.

Задача 6. Середньооблікова чисельність працівників за звітний період склала 400 чоловік. На протязі року прийнято на роботу 30 чоловік, звільнено 45 чоловік, в тому числі за порушення трудової дисципліни 17 чоловік, за власним бажанням 15 чоловік. Визначити коефіцієнти прийому, вибуття та плинності кадрів.

Задача 7. Розрахувати обсяг діяльності туристичної фірми «Ваш відпочинок» у точці цільового прибутку в натуральних і вартісних показниках. Вихідні дані до виконання завдання:

Цільовий прибуток – 52 тис. грн;

Витрати:

- постійні - 202 тис. грн;

- змінні на 1 путівку - 1252 грн;

Ціна путівки - 4050 грн;

Задача 8. Сума виручки туроператора від надання основних і додаткових послуг складає 15030 тис. грн. Вартість послуг підприємств з виробництва туристичних продуктів і послуг -12030 тис. грн. Доходи від фінансової діяльності - 100 тис. грн., доходи від іншої операційної діяльності - 120 тис. грн. Умовно-постійні витрати туроператора - 1820 тис. грн. Сума обов'язкових платежів з прибутку - 50 тис. грн. Визначити чистий дохід підприємства і чистий прибуток від фінансово-господарської діяльності, рівень маржі туроператора та рівень рентабельності у відсотках від чистого доходу підприємства.

Задача 9. Турист бажає займатися гірськолижним спортом в Українських Карпатах. Він отримав інформацію, що дану послугу надає туристичний оператор «Аккорд – Тур». Туристичний оператор розробляючи для даного туриста тур, включив до туристичного пакету вартість: страховки, перельотів 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 5 днів. Окрім того, турист відвідав каток. Турист заздалегідь забронював туристичний пакет. Визначте туристичні послуги, які формують ядро туристичного продукту, реальний та розширений туристичний продукт.

Задача 10. Визначити облікову чисельність персоналу туристичного комплексу, якщо протягом місяця на роботу з'явилося 56 осіб. За місяць налічувалося сім вихідних і один святковий день. Середня кількість днів не виходів на роботу з певних причин становить три дні.

Тестові завдання до залікової контрольної роботи.

Тестові завдання до залікової контрольної роботи об'єднують у себе усі вище перелічені тестові завдання до ЗМ-Л1 та ЗМ-Л2.

5. ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна:

1. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 224 с.
2. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму: теорія та практика: Підручник. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 544 с
3. Нікіфорова Л.О. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Вінниця: ВНТУ, 2016. 138 с
4. Покропивний С.Ф. Швиданенко Г. О., Федонін О.С. та ін. Економіка підприємства: Збірник практичних задач і конкретних ситуацій. К.: КНЕУ, 2005. 328 с.
5. Світлична В. Ю., Александрова С. А. Економіка туризму : підручник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 167 с.
6. <http://eprints.library.odeku.edu.ua/>

Додаткова:

7. Азарова А. О., Нікіфорова Л.О. Економіка підприємства. Практикум: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Вінниця: ВНТУ, 2016. 216 с.
8. Андренко І.Б., Влащенко Н.М. Фінансово-економічний аналіз підприємств туризму: підручник. Х.: ХНАМГ, 2012. 308 с.
9. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: Навч. пос. для студ. ВНЗ. К.: ЦНЛ, 2006. 488 с.
10. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: Навчальний посібник. К.: Кондор-Видавництво, 2012. 436 с.
11. Причепя, І. В. Економіка підприємства. Самостійна та індивідуальна робота студентів. Вінниця: ВНТУ, 2017. 145 с.
12. Соломіна Г.В. Економіка підприємства: практикум. Дніпро: Вид.Біла К.О. 2020.142 с.
13. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Економіка готельного господарства і туризму: Навч. Посібник. К.: КНТЕУ, 2010. 179 с.

Інформаційні ресурси

14. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
15. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
16. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>