МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Чернігівський НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ЕКОНОМІКА І ЦІНОУТВОРЕННЯ**

**В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ**

**Методичні вказівки**

до виконання практичних і самостійних робіт

для студентів всіх форм навчання

спеціальності242 «Туризм»

**ЧЕРНІГІВ 2017**

УДК 379.851:004.928

ББК 75.81

Б 87

*Затверджено на засіданні кафедри туризму*

*Протокол № 3від 18 листопада 2016 р.*

|  |  |
| --- | --- |
| Укладач: | **Бриль Кирило Григорович**, кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму ЧНТУ. |
| Рецензент: | **Забаштанський Максим Миколайович**, кандидат економічних наук, доцент, декан факультету життєдіяльності, природокористування і туризму ЧНТУ. |

**Б 87**

**Бриль К. Г.** Опорний конспект лекцій з курсу «Економіка і ціноутворення в галузі туризму» для студентів спеціальності 242 «Туризм» / К. Г. Бриль. – Чернігів : ЧНТУ, 2017 – 20 с.

УДК 379.851:004.928

ББК 75.81

© Бриль К. Г. 2017

**Зміст**

1. Мета та завдання навчальної дисципліни 4

2. Структура навчальної дисципліни 5

3. Теми практичних занять 7

4. Завдання для самостійної підготовки 11

5. Поточний модульний контроль з дисципліни «Економіка і ціноутворення в галузі туризму» 15

6. Методичне забезпечення 16

7. Інформаційні ресурси 17

Список рекомендованої літератури 18

**1. Мета та завдання навчальної дисципліни**

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Економіка і ціноутворення в галузі туризму» є ознайомлення студентів з основними поняттями та закономірностями, які діють в ринковій економіці і визначають складові елементи механізму ціноутворення на туристичний продукт.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Економіка і ціноутворення в галузі туризму» є:

- ознайомлення з економічними засадами туризму;

- вивчення особливостей формування турпродукту;

- вивчення основ роботи туристичних підприємств;

- практичне засвоєння процесу формування ціни туристичного продукту;

- вивчення шляхів підвищення конкурентоздатності туристичних підприємств.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні ***знати:***

- властивості туристичного продукту як товару,

- процес створення турпродукту,

- правове регулювання економічної політики України,

- процеси і динаміку туристичного ринку,

- структуру та складові туристичної індустрії,

- механізм державного регулювання ціноутворення в туризмі;

***вміти:***

- застосовувати механізм ціноутворення в туристичній сфері з максималь­ним результатом,

- аналізувати результати впровадження нових форм та методів обслуговування в туризмі при формуванні ціни,

- розробляти та обґрунтовувати основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи суб'єктів туристичної індустрії,

- формувати концепцію створення та забезпечення ефективної роботи туристичного підприємства.

**2.Структура навчальної дисципліни.**

|  |  |
| --- | --- |
| Назва змістових модулів і тем | Кількість годин |
| Денна форма |
| Усього | У тому числі |
| Л. | П. | Інд. | С.р. |
| **Змістовний модуль 1.** Теоретичні основи економіки туристичної галузі. |
| **Тема 1**Туристичний продукт як товар. |  | 2 | 2 |  | 11 |
| **Тема 2**Виробництво туристичного продукту. |  | 2 | 2 |  | 11 |
| **Тема 3**Туристичний ринок як частина економічної системи. |  | 2 | 2 |  | 11 |
| **Тема 4**Механізми та інфраструктура саморегулювання туристичного ринку. |  | 2 | 2 |  | 11 |
| **Разом за змістовним модулем 1** | **60** | **8** | **8** |  | **44** |
| **Змістовний модуль 2.** Ціноутворення в галузі туризму. |
| **Тема 5**Ціноутворення у туристичній діяльності: видатки і собівартість. |  | 2 | 2 |  | 11 |
| **Тема 6**Фактори, методи і види цін у туристичній діяльності. |  | 2 | 2 |  | 11 |
| **Тема 7**Взаємозв’язок стратегії і цінової політики туристичного підприємства. |  | 2 | 2 |  | 11 |
| **Тема 8**Особливості ціноутворення в різних стратегіях туристичного підприємства. |  | 2 | 2 |  | 11 |
| **Разом за змістовним модулем 2** | **60** | **8** | **8** |  | **44** |
| **Усього годин** | **120** | **16** | **16** |  | **88** |

**3. Теми практичних занять**

**Заняття 1**

**Тема: Туристичний продукт як товар**

**Питання для обговорення:**

1. Розкрийте суть туристичної послуги з точки зору економіки.

2. У чому полягає особливість туристичного продукту як товару? Вимоги до туристичого продукту.

3. Чинники привабливості туристичного продукту для туриста.

4. Поясніть дію соціально-економічних чинників, під впливом яких формується вартість туристичного продукту.

5. Які специфічні риси туристичних послуг ускладнюють застосування класичних теорій до пояснення їх ціни?

6. У чому полягає особливість сучасного підходу до пояснення ціноутворення в туризмі?

7. Надання гарантій клієнтові як складова ціни туристичних послуг.

**Заняття 2**

**Тема: Виробництво туристичного продукту**

**Питання для обговорення:**

1. Дайте визначення факторів туристичного виробництва і назвіть вимоги, яким вони мають відповідати.

2. Нарисуйте схематично процес виробництва туристичного продукту і поясніть його дію.

3. Поясніть економічний зміст туристичної ренти.

4. Капітал як чинник виробництва туристичного продукту і його характеристики.

5. Джерела формування капіталу у туристичному виробництві. Оборотність та інвестиційний характер виробництва турпродукту.

6. Основний і оборотний капітал.

7. Трудові ресурси туризму, їхня характеристика.

8. Засоби виробництва туристичного продукту: інфраструктура, супраструктура, інформаційне поле.

9. Технологія виробництва туристичного продукту.

**Заняття 3**

**Тема: Туристичний ринок як частина економічної системи**

**Питання для обговорення:**

1. Дайте визначення поняття «туристичний ринок» і розкрийте зміст його основних економічних функцій.

2. Сумарний попит на туристичному ринку і його особливості.

3. Пропозиція на туристичному ринку і її залежність від основних тенденцій у сучасних економічних системах.

4. Фундаментальні принципи функціонування туристичного ринку.

5. Обґрунтуйте роль конкуренції як основи функціонування туристичної сфери.

6. Поясніть процес встановлення «рівноважного обсягу виробництва».

7. Які наукові підходи до вивчення конкуренції Вам відомі?

**Заняття 4**

 **Тема: Механізми та інфраструктура саморегулювання туристичного ринк**

**Питання для обговорення:**

1. Виділіть основні переваги дерегулювання туристичної галузі.

2. Визначте принципи саморегулювання і функционування СРО в сучасних умовах.

3. Якими мають бути основні функції СРО в туризмі?

4. Назвіть основні проблеми введення саморегулювання в туристичній галузі України.

5. У чому особливості моделі спів-регулювання?

6. Визначте негативні наслідки дерегулювання туристичної галузі.

7. Охарактеризуйте точки зростання туристичної галузі і їх значення в моделі спів-регулювання туризму.

**Заняття 5**

**Тема: Ціноутворення у туристичній діяльності: витрати і собівартість**

**Питання для обговорення:**

1. Витрати туристичного підприємства. Класифікація витрат.

2. Прямі, непрямі, змінні, постійні витрати.

3. Поняття про собівартість туристичного продукту. Функції собівартості.

4. Структура і чинники собівартості.

5. Для чого здійснюється аналіз структури витрат на туристичному підприємстві?

6. Класифікація витрат по економічним елементам, її переваги і недоліки.

7. Що включають в себе матеріальні витрати?

8. Що включають в себе витрати на оплату праці?

9. Що включають в себе відрахування на соціальні потреби?

**Заняття 6**

**Тема: Фактори, методи і види цін у туристичній діяльності**

**Питання для обговорення:**

1. Обґрунтуйте економічний зміст ціни в туристичній сфері і покажіть її зв'язок з такими поняттями як «витрати» і «вартість».

2. Необхідні умови ринкового ціноутворення.

3. Які чинники необхідно враховувати для ухвалення рішення про ціноутворення?

4. Особливості ціноутворення в туризмі.

5. Види комісійних винагород посередникам.

6. Методи встановлення ринкової ціни.

7. Які види цін в туризмі Вам відомі і як вони встановлюються?

**Заняття 7**

**Тема: Взаємозв’язок стратегії і цінової політики**

**туристичногопідприємства**

**Питання для обговорення:**

1. Обґрунтуйте необхідність стратегічного планування в туризмі.

2. У чому полягає головна відмінність стратегічних цілей?

3. Що таке цінова політика?

4. Які головні риси стратегічного планування Вам відомі?

5. У чому полягають переваги стратегічного підходу в туристичному виробництві?

6. Розкрийте зміст найважливіших складових ефективності стратегії розвитку туристичного підприємства.

7. Поясніть значення стратегії для розробки генеральної і функціональних стратегій в туризмі.

8. Що таке генеральна стратегія туристичного підприємства і які її види Ви знаєте?

9. Розкрийте зміст стратегії стабільності. У чому полягають особливості ціноутворення при її застосуванні?

10. Особливості ціноутворення в стратегії зростання.

**Заняття 8**

**Тема: Особливості ціноутворення в різних стратегіях**

**туристичного підприємства**

**Питання для обговорення:**

1. Залежність ціни від етапу життєвого циклу в стратегіях управління туристичним продуктом.

2. Закономірності життєвого циклу туристичного продукту.

3. Особливості ціноутворення на етапі впровадження туру на ринок.

4. Особливості ціноутворення на етапі зростання життєвого циклу туру.

5. Ціноутворення на етапі зрілості: стратегія модифікації ринку.

6. Ціноутворення на етапі зрілості: стратегія модифікації турпродукту.

7. Ціноутворення на етапі зрілості: стратегія модифікації маркетингу.

**4. Завдання для самостійної підготовки**

**Тема 1. Туристичний продукт як товар**

1. Поясніть, яким чином ціна ризику продавця туристичної послуги стає складовою ціни самої послуги?

2. Ціна враження клієнта від купівлі туристичної послуги як джерело формування її доданої вартості.

3. Які чинники впливають на туристичне враження покупця?

4. З точки зору теорії доданої вартості туристичного продукту науково обґрунтуйте такі поширені в туризмі явища, як: «бронювання», «чайові», «якість послуги».

5. Розкрийте зміст вислову: «туризм – це імпорт вражень».

6. Покажіть неспроможність класичних теорій пояснити структуру вартості туристичного продукту.

7. У чому полягає відмінність туристичного продукту від інших товарів на ринку?

**Тема 2. Виробництво туристичного продукту**

1. Визначте причини непоширеності приватної власності на туристичні ресурси. Виділіть випадки, в яких ця приватна власність можлива.

2. Що повинне знаходитися в основі розрахунку величини і методики стягування туристичної ренти в сучасних умовах?

3. Що формує капітал в сучасному туристичному виробництві. Наведіть приклади використання нематеріальних активів в якості капіталу в сучасному туризмі.

4. Обґрунтуйте пріоритет оборотного капіталу в туристичному виробництві, а також інвестиційний характер туристичного виробництва.

5. Визначте чинники підвищення/пониження вартості людського капіталу в туристичному виробництві.

6. У чому полягає небезпека розвитку туризму за рахунок скорочення інших галузей економіки?

7. До яких, на Вашу думку, галузей відноситься туризм: капіталоємних чи трудоємних?

**Тема 3. Туристичний ринок як частина економічної системи**

1. Форми конкуренції на туристичному ринку. Пряма і непряма конкуренція.

2. Що входить в резерв сумарного попиту на послуги і з допомогою яких інструментів можливе перенаправлення резерву в активний туристичний попит?

3. Чи можлива конкурентна боротьба між туристичною компанією і спортивним залом і чому?

4. Обґрунтуйте скорочення залежності об'єму туристичної пропозиції від величини ресурсоспоживання в сучасних умовах.

5. Виділіть ті чинники, що підтверджують домінування попиту над пропозицією.

6. Визначте слабкі місця ринкових механізмів, соціально значимі функції, які ринок вирішити нездатний.

7. Виділіть основні чинники конкурентоспроможності туристичного підприємства.

**Тема 4. Механізми та інфраструктура саморегулювання**

**туристичного ринку**

1. Виділіть основні бар'єри на шляху саморегулювання туризму.

2. Проблеми саморегулювання туристичного ринку.

3. Функції саморегулюємих організацій і їхнє значення для туризму.

4. Спільна відповідальність бізнесу і держави за регулювання туристичної галузі.

5. Охарактеризуйте точки зростання туристичної галузі і їх значення в моделі спів-регулювання туризму.

6. Розкрийте роль держави у процесах управління туристчиною сферою.

7. Покажіть значення туристичних центрів у формуванні туристичного продукту територій.

**Тема 5. Ціноутворення у туристичній діяльності: витрати і собівартість**

1. Що включають в себе відрахування на соціальні потреби?

2. Що таке амортизація основних фондів?

3. Які витрати відносяться до групи «інші витрати»?

4. Що таке калькуляційна стаття? Класифікація витрат за статтями калькуляції.

5. Попередня і планово-точна собівартість туру.

6. Розрахунок нульової рентабельності на рівні групового туру.

7. Розрахунок нульової рентабельності на рівні фірми.

**Тема 6. Фактори, методи і види цін у туристичній діяльності**

1. У яких умовах туроператор може зменшувати ціни на турпакет і до яких негативних наслідків це може призвести?

2. У яких умовах туроператор може збільшити ціни на турпакет і до яких негативних наслідків це може призвести?

3. Нарисуйте схему структури ціни туристичного пакету і поясніть зміст її складових.

4. Розкрийте зміст ціни «нетто» туру і її складових.

5. Розкрийте зміст ціни «брутто» туру і її складових.

6. Формула розрахунку ціни турпакета з розрахунку на одного туриста і зміст її складових.

7. Формула типової структури непрямих умовно-постійних адміністративних, комерційних та інших загальних витрат і зміст її складових.

**Тема 7. Взаємозв’язок стратегії і цінової політики**

**туристичного підприємства**

1. Розкрийте зміст стратегії розвороту. У чому полягають особливості її застосування?

2. Розкрийте зміст стратегії ліквідації. У чому полягають особливості її застосування?

3. Що відображають функціональні стратегії туристичного підприємства?

4. Маркетингові стратегії туристичного підприємства.

5. Формування комплексу конкурентних стратегій туристичного підприємства.

6. Стратегії ціноутворення. Стратегія високих цін або «зняття вершків».

**Тема 8. Особливості ціноутворення в різних стратегіях**

**туристичного підприємства**

1. Особливості ціноутворення на етапі спаду: стратегія «збирання врожаю».

2. Особливості ціноутворення на етапі спаду: стратегія швидкого відходу.

3. Особливості ціноутворення в стратегіях спеціалізації. Профіль роботи туроператора.

4. Монопрофільні і багатопрофільні туроператори: переваги і недоліки.

5. Стратегії ціноутворення. Стратегія швидкого проникнення на ринок.

6. Стратегії ціноутворення. Стратегія повільного проникнення на ринок.

7. Стратегії ціноутворення. Стратегія підкорення ринку.

**5. Поточний модульний контроль**

**з дисципліни «Економіка і ціноутворення в галузі туризму»**

Поточний контроль проводиться шляхом спілкування із студентами під час лекцій, практичних занять та консультацій, рішення ситуаційних задач під час виконання самостійної роботи. Бали, які набрані студентом під час поточного контролю, дораховуються до модульних оцінок.

Формою підсумкового контролю є екзамен.

Максимальна кількість балів за результатами екзамену — 40 балів.

**Розподіл балів, які отримують студенти**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Змістовниймодуль 1 | Змістовниймодуль 2 | Екзамен | Сума |
| 30 | 30 | 40 | 100 |

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | ОцінкаECTS | Оцінка за національною шкалою |
| для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | **А** | відмінно | зараховано |
| 82 – 89 | **В** | добре |
| 75 – 81 | **С** |
| 64 – 74 | **D** | задовільно |
| 60 – 63 | **Е** |
| 0 – 59 | **FX** | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| **F** | незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни |

**6. Методичне забезпечення**

1. Бриль, К. Г. Методичні вказівки до виконання практичних і самостійних робіт з курсу «Економіка і ціноутворення в галузі туризму» для студентів галузі знань 1401 «Сфера обслуговування», напрям підготовки 6.140103 «Туризм» / К. Г. Бриль. – Чернігів : ЧНТУ, 2016 – 13с.

2. Бриль, К. Г. Опорний конспект лекцій з курсу «Економіка і ціноутворення в галузі туризму» для студентів галузі знань 1401 «Сфера обслуговування», напрям підготовки 6.140103 «Туризм» / К. Г. Бриль. – Чернігів : ЧНТУ, 2016 – 86 с.

**7. Інформаційні ресурси**

# 1. Державне агентство з туризму та курортів: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/ua/>.

2. http.//www. tour.com.ua.

3. www.world-tourism.org/ruso/news.

4. Сайт журналу «Tourism Management» Електронний ресурс: [режим доступу]: <http://www.sciencedirect.com/science/journal/02615177/4/1>.

5. Понимание туризма: Базовый глоссарий [Електронний ресурс] – Режим доступу:http://www.unwto.org/pdf/Understanding\_Tourism-BasicGlossary\_RU.pdf.

6. Світова Туристична Організація: [World Tourism Organization UNWTO](http://www2.unwto.org/ru): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>.

6. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008): [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://statistics.unwto.org/en/content/conceptual-framework-tourism-statistics-international-recommendations-tourism-statistics-200>.

7. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008): [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://statistics.unwto.org/en/content/conceptual-framework-tsa-tourism-satellite-account-recommended-methodological-framework-tsar.

**Список рекомендованої літератури**

**Основна:**

1. Агафонова, Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – К. : Знання України, 2008.

2. Голощапов, Н. А. Цена и ценообразование: Словарь-справ. / Н. А. Голощапов; под ред. В. И. Осипова. – Обнинск : ВИКИНГ, 2010.

3. Иваненко, В. В. Ценообразование: учебное пособие / В. В. Иваненко, М. В. Чечетов. – изд. 3-е, доп. – Харьков : Издательский Дом «ИНЖЭК», 2004. – 224 с.

4. Кириленко, В. Теория цены и современное ценообразование в Украине / В. Кириленко, Л. Кириленко // Економіка України. – 2002. – №8. – С. 56-62.

5. Козырева, Т. В. Учёт издержек в туризме: учебное пособие для вузов / Т. В. Козырева. – Москва : «Финансы и статистика», 2000. – 221 <http://buklib.net/books/21953/>

6. Пестрецова, О. Ценообразование в вопросах и ответах / О. Пестрецова // Отдел маркетинга. – 2005. – №12. – С. 40-42.

7. Попов, Е. Ценообразование: методы управления цен и их классификация / Е. Попов // Маркетинг. – 2002. – №5. – С. 111-120.

8. Попов, Е. Ценообразование: методы установления цен и их классификация / Е. Попов,О. Крючкова // Маркетинг. – 2002. – №6. – С. 102-114.

9. Цены и ценообразование: учебник для вузов / под ред. В. Е. Есипова. – изд-е 3-е. – С.-Пб. : Изд-во «Питер», 2005. – 464 с.

10. Колесников, О. В. Ціноутворення: навчальний посібник / О. В. Колесников. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 144 с.

11. Шкварчук, Л. О. Ціни і ціноутворення: навч. посібн. / Л. О. Шкварчук. – 2-ге вид., виправл. – К. : Кондор, 2004. – 214 с.

**Додаткова:**

1. Дейли Дж. Л. Эффективное ценообразование - основа конкурентного преимущества-Pricing for Profitability: пер. с англ. / Дейли Дж. Л. - М. : Вильямс, 2014.

2. Ерухимович, И. Л. Ценообразование: учебно-метод. пособие / И. Л. Ерухимович. – 2-е изд, стереотип. – К. : МАУП, 1999. – 108 с.

3. Желтякова, И. А. Цены и ценообразование. Кратний курс: учебное пособие / И. А. Желтякова, Г. А. Маховикова, Н. Ю. Пузыня. – С.-Пб. : Изд-во «Питер».

7. Липсиц, И. К. Коммерческое ценообразование / И. К. Липсиц. – М. : БЕК, 2000.

8. Нэгл Томас Т. Стратегия и тактика ценообразования / Нэгл Томас Т. – 3-е изд. – С.-Пб. : Питер, 2004. –572 с.

9. Тормоса, Ю. Г. Ціни та цінова політика / Ю. Г. Тормоса. – К. : КНЕУ, 2001.

10. Уткин, Э. А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика / Э. А. Уткин. – М. : Изд-во ЭКМОС, 1998. – 224 с.

11. Ушакова Н.Г., Савицька Н.Л. Міжнародне ціноутворення: навч. посібн./ Н. Г. Ушакова, Н. Л. Савицька. – К. : ВД „Професіонал”, 2004. – 218 с.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Бриль Кирило Григорович

***“*ЕКОНОМІКА І ЦІНОУТВОРЕННЯ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ*”***

**Методичні вказівки**

**до виконання практичних і самостійних робіт**

|  |  |
| --- | --- |
| Технічний редактор | Тестова Н. А. |
| Комп’ютерна верстка | Бриль К. Г. |
| Мовне редагування | Бриль К. Г. |

Прийнято до друку 18.11.2016 р. Здано до друку 31.01.2017 р.

Папір офс. Гарнітура Times New Roman. Друк – різограф.

Ум.-друк. арк. 1,15. Обл.-вид. арк. 0,5

Наклад 3 прим. Зам. № 1708.017.03.

Навчально-науковий інститут економіки

14033,м. Чернігів, вул. Стрілецька, 1

Чернігівський національний технологічний університет

14027, м. Чернігів, вул. Шевченка, 95

Свідоцтво про внесення суб’єкта видавничої справи

до державного реєстру видавців,

виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції

серія ДК № 4802 від 01.12.2014 р.