

Житомирський державний університет імені Івана Франка
Соціально-психологічний факультет
Кафедра економіки, менеджменту, маркетингу
та готельно-ресторанної справи

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ
САМОСТІЙНОЇ/ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ
ОБОВ'ЯЗКОВОЇ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ
«ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ»

для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх форм навчання освітньо-професійної програми «Туризм»

Галузь знань J Транспорт та послуги
Спеціальність J3 Туризм та рекреація
Освітня програма Туризм
Факультет Природничий

Укладачі: Олена ОВДІЮК
Розглянуто та схвалено:
на засіданні кафедри економіки, менеджменту,
маркетингу та готельно-ресторанної справи
Протокол від «07» листопада 2025 р. № 4
Завідувач кафедри _____ Інна КЛІМОВА

Житомир 2025

УДК 338.486(072)
М 52

Рекомендовано до друку вченою радою Житомирського державного
університету імені Івана Франка
(протокол № 22 від 28 листопада 2025 р.)

Рецензенти:

ШВЕЦЬ Тетяна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та туризму Поліського національного університету.

БУРАЧЕК Ігор – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій Державного університету «Житомирська політехніка».

КЛІМОВА Інна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки, менеджменту, маркетингу та готельно-ресторанної справи Житомирського державного університету імені Івана Франка.

Методичні матеріали до організації самостійної/індивідуальної роботи обов'язкової освітньої компоненти «Економіка туризму і рекреації» для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх форм навчання освітньо-професійної програми «Туризм». Укладач Овдіюк О.М. Житомир: ЖДУ імені Івана Франка, 2025. 28 с.

Подано тематику самостійних/індивідуальних занять обов'язкової освітньої компоненти «Економіка туризму і рекреації» для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх форм навчання освітньо-професійної програми «Туризм».

УДК 338.486(072)
М 52

© Овдіюк О.М., 2025
© Житомирський державний
університет
імені Івана Франка, 2025

ЗМІСТ

1. Модуль I. Теоретичні основи економіки туризму та ресурсне забезпечення туристичного підприємства.	
Тема 1. Економіка туризму і рекреації та туристичний бізнес: суть, зміст та основні поняття.....	4
2. Тема 2. Туристичний ринок та особливості його функціонування.....	6
3. Тема 3. Структура та управління підприємства сфери туризму та рекреації.....	8
4. Тема 4. Планування діяльності підприємства сфери туризму та рекреації.....	10
5. Тема 5. Капітал підприємства сфери туризму та рекреації.....	12
6. Тема 6. Управління персоналом та організація оплати праці на підприємствах сфери туризму та рекреації.....	15
7. Тема 7. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства.....	17
8. Тема 8. Витрати і собівартість на підприємствах сфери туризму та рекреації.....	19
9. Тема 9. Ціноутворення на підприємствах сфери туризму та рекреації.....	21
10. Тема 10. Економічна безпека та антикризова діяльність підприємства сфери туризму та рекреації.....	23
11. Методика виконання самостійної роботи.....	26
12. Рекомендована література.....	27

Модуль I. Теоретичні основи економіки туризму та ресурсне забезпечення туристичного підприємства

Тема 1. Економіка туризму і рекреації та туристичний бізнес: суть, зміст та основні поняття

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. Туристичний бізнес як економіко-технологічна система: функціональні елементи.
2. Підприємницька діяльність у сфері туризму: види, форми, особливості.
3. Туроператор vs турагент: порівняльна характеристика, роль на ринку.
4. Споживча поведінка туриста: мотивації, очікування, особливості туристичного попиту.
5. Туристичний продукт: структура, класифікація, стадії життєвого циклу.
6. Показники якості туристичних послуг та методи оцінки конкурентоспроможності.
7. Державне регулювання туристичної галузі: політика, програми, інструменти.
8. Соціально-економічна роль туризму в розвитку регіонів і країни загалом.
9. Інноваційні туристичні послуги: приклади, перспективи, особливості просування.

Тестові завдання

1. Хто з давньогрецьких філософів, згідно з джерелами, увів термін «економіка» в оборот?

- а) Аристотель
- б) Платон
- в) Ксенофонт
- г) Альфред Маршал

2. Що досліджує наука економіка як кінцеву мету своєї діяльності?

- а) Взаємозв'язок туризму із політико-правовою сферою.
- б) Розв'язання суперечностей між потребами (які є безмежними та постійно зростають) та ресурсами (які є обмеженими та вичерпними).
- в) Фінансові аспекти функціонування держави та підприємств.
- г) Методи та заходи реінжинірингу підприємств туристичної сфери.

3. Як можна сформулювати визначення дисципліни «Економіка туризму» як науки, згідно з одним із підходів, наведених у джерелах?

- а) Наука, що вивчає фінансові аспекти функціонування держави та підприємств.
- б) Галузь наукових знань, що вивчає фінансові аспекти функціонування держави та підприємств.
- в) Наука, що аналізує, вивчає економічні відносини виробництва, розподілу і споживання туристичних продуктів і послуг, призначених для задоволення потреб і бажань мандрівників як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.
- г) Наука, що досліджує економічні явища із використанням широкого набору засобів та прийомів аналізу.

4. Які рівні вивчення економіки туризму виокремлюють у джерелах?

- а) Безпосередній та потенційний рівень економіки.
- б) Мікрорівень та космічний рівень економіки туризму.
- в) Макрорівень, мікрорівень та мезорівень економіки туризму.
- г) Надзвичайний та непередбачуваний рівень.

5. Яке визначення поняття «турист» наведено у Законі України «Про туризм»?

- а) Будь-яка особа, що здійснює поїздку в місце, яке знаходиться за межами її звичайного середовища.

б) Особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 години до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

в) Особа, яка подорожує з метою участі в сільській праці, користуючись невисокою вартістю турів.

г) Особа, що використовує сучасну комп'ютерну техніку та комунікаційні мережі для отримання інформації про дестинацію без безпосередньої подорожі.

6. Що таке «Тур» згідно з визначенням, наведеним у джерелах?

а) Чисельний коефіцієнт, який засвідчує, у скільки разів зміняться підсумкові показники розвитку економіки в разі зростання інвестицій.

б) Сукупність економічних відносин, за допомогою яких здійснюються купівля-продаж товарів, послуг.

в) Туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг.

г) Складова системи безпеки в туристичній індустрії.

7. Як називається чисельний коефіцієнт, який засвідчує, у скільки разів зміняться підсумкові показники розвитку економіки в разі зростання інвестицій або виробництва в означеному виді діяльності?

а) Коефіцієнт покриття витрат.

б) Коефіцієнт окупності витрат.

в) Туристичний мультиплікатор.

г) Коефіцієнт капіталізації.

8. Який термін визначається як сукупність економічних відносин, за допомогою яких здійснюються купівля-продаж товарів, послуг, робочої сили, капіталу і забезпечується вільне визначення ціни угоди?

а) Ринок.

б) Туристичний кругообіг.

в) Конкуренція.

г) Підприємницька стратегія.

9. Які основні ресурси (фактори виробництва) належать до тих, що використовує туристичне підприємство у своїй діяльності?

а) Технологія, готельне обладнання, транспорт.

б) Труд, земля, капітал, підприємництво, інформація.

в) Туристичний продукт, прибуток, конкурентна боротьба.

г) Попит, пропозиція, ціна.

10. Що називається змаганням між будь-якими господарюючими суб'єктами, що охоплює боротьбу за ринки збуту товарів задля отримання більш високих доходів, прибутку, інших вигід?

а) Закон попиту.

б) Туристичний кругообіг.

в) Конкуренція.

г) Закон пропозиції.

Тема 2. Туристичний ринок та особливості його функціонування

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. **Сутність туристичного ринку: структура, суб'єкти та об'єкти.** Розглянути основні елементи туристичного ринку, класифікацію його учасників, особливості попиту і пропозиції.
2. **Фактори, що впливають на формування попиту на туристичні послуги.** Проаналізувати економічні, соціальні, політичні та культурні чинники, які формують попит у сфері туризму.
3. **Пропозиція на туристичному ринку: формування, тенденції та особливості.** Вивчити, як створюється туристичний продукт, якими є сучасні тренди пропозиції на глобальному і національному рівнях.
4. **Класифікація та типи туристичних ринків: за географією, видом туризму, сегментами споживачів.** Дослідити різновиди туристичних ринків, зокрема внутрішній, в'їзний та виїзний туризм, а також ринки за видами послуг.
5. **Механізми регулювання туристичного ринку: державна політика та міжнародні інституції.** Описати роль державних органів, законодавчої бази та міжнародних організацій у регулюванні ринку.
6. **Ціноутворення на туристичному ринку: принципи, методи та чинники впливу.** Розглянути особливості формування цін на туристичні послуги, сезонність цін, пакети та знижки.
7. **Конкуренція на туристичному ринку: основні форми та стратегії боротьби за споживача.** Дослідити конкурентне середовище, ринкові позиції туристичних компаній і роль брендингу.
8. **Інновації та цифровізація як чинники трансформації туристичного ринку.** Аналіз змін у ринку під впливом цифрових технологій, онлайн-сервісів, big data, мобільних застосунків і штучного інтелекту.
9. **Особливості функціонування туристичного ринку в умовах глобальних викликів (COVID-19, війни, кліматичні зміни).** Оцінити вплив кризових явищ на функціонування ринку та адаптаційні стратегії суб'єктів туризму.
10. **Сталий розвиток туристичного ринку: екологічні, економічні та соціальні аспекти.** Розглянути принципи сталого туризму, баланс між збереженням ресурсів і розвитком турбізнесу.

Тестові завдання

1. **Як у джерелах визначається «Туристичний ринок»?**
 - а) Виключно місце продажу туристичного продукту туроператором.
 - б) Система економічних, юридичних, соціальних відносин, що пов'язують велику кількість виробників туристичних продуктів і послуг і реальних і потенційних покупців, що здатні і мають бажання купити цей продукт та обумовлені специфічною туристичною мотивацією.
 - в) Сукупність економічних важелів, що узгоджують попит і пропозицію.
 - г) Сфера, де діють лише суб'єкти туристичного ринку без участі держави.
2. **Що є сутністю механізму функціонування туристичного ринку?**
 - а) Комплекс законодавчих норм, що регулюють діяльність туристичних підприємств.
 - б) Процес визначення ціни на туристичний продукт шляхом слідування за конкурентом.
 - в) Система дій економічних важелів із постійного узгодження попиту на туристичні товари та послуги (обумовленому туристичними мотивами) з їхньою пропозицією.
 - г) Стратегічне планування, спрямоване на утримання конкурентних переваг.
3. **Які два ключові складові елементи утворюють туристичний ринок?**
 - а) Державні регуляторні органи та міжнародні туристичні організації.

- б) Туристичний продукт та інфраструктура.
- в) Попит на туристичний продукт та пропозиція туристичних продуктів і послуг.
- г) Земля і капітал.

4. Які економічні закони, згідно з джерелами, лежать в основі функціонування туристичного ринку?

- а) Закон спадної віддачі та Закон грошового обігу.
- б) Закон вартості та Закон попиту і пропозиції.
- в) Закон пропозиції та Закон Маршалла.
- г) Закон еластичності та Закон мультиплікатора.

5. Що, згідно з джерелами, формує поведінку споживачів, встановлюючи пряму закономірність між ціною і пропозицією та зворотну залежність між ціною і попитом?

- а) Закон вартості.
- б) Закон попиту і пропозиції.
- в) Туристичний мультиплікатор.
- г) Конкуренція.

6. На яких трьох рівнях розглядають конкурентоспроможність на туристичному ринку?

- а) Локальний, регіональний та глобальний рівні.
- б) Конкурентоспроможність туристичної галузі, туристичного підприємства та туристичного продукту.
- в) Мікрорівень, мезорівень та космічний рівень.
- г) Попит, пропозиція та ціна.

7. Які з перелічених чинників належать до негативних факторів розвитку ринку туристичних послуг?

- а) Зростання суспільного багатства та доходів населення.
- б) Розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій.
- в) Недооцінка ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету та погіршення епідеміологічної обстановки.
- г) Спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання.

8. Який термін використовується для позначення підвищення чи зниження рівня економічної активності, масштабів економічної діяльності внаслідок зміни сезонів?

- а) Еластичність попиту.
- б) Кон'юнктура ринку.
- в) Сезонні коливання.
- г) Коефіцієнт капіталізації.

9. Який сезонний період у туризмі, згідно з джерелами, характеризується найнижчими цінами на туристичний продукт та послуги?

- а) «Пік».
- б) «Високий».
- в) «Низький».
- г) «Мертвий».

10. Який метод сегментації ринку туристичних послуг, згаданий у джерелах, стосується індивідуальних особливостей рекреантів, їхніх цілей та мотивів?

- а) Географічний.
- б) Демографічний.

- в) Психографічний.
- г) Соціально-економічний.

11. Які основні функції конкуренції на туристичному ринку виокремлюються у джерелах?

- а) Регульовальна, алокаційна, адаптаційна та контролювальна.
- б) Фінансова, юридична та соціальна.
- в) Виробнича, управлінська та адміністративна.
- г) Ціноутворення, планування та прогнозування.

12. Що є однією з особливостей ціноутворення на туристичні послуги, пов'язаною із сезонністю?

- а) Висока імовірність зниження ціни під впливом ціни конкурента.
- б) Необхідність сезонної диференціації цін.
- в) Висока еластичність цін у всіх сегментах ринку.
- г) Мінливість якості наданих послуг.

Тема 3. Структура та управління підприємства сфери туризму та рекреації

Перелік питань для самостійного опрацювання

- 1. Організаційна структура туристичного підприємства: моделі, принципи побудови та адаптивність до ринку.** Дослідити типові моделі організаційних структур (лінійна, функціональна, матрична тощо), їх переваги й недоліки, а також здатність до гнучкої адаптації в умовах конкуренції й змін на туристичному ринку.
- 2. Функціональні підрозділи туристичних підприємств: завдання, взаємодія та оптимізація.** Провести аналіз ключових підрозділів (відділ продажів, бронювання, маркетингу, обслуговування клієнтів тощо) та визначити їхню роль у забезпеченні ефективного функціонування підприємства.
- 3. Менеджмент у сфері туризму: сучасні підходи до управління персоналом на туристичних і рекреаційних підприємствах.** Розглянути специфіку кадрового менеджменту: підбір, мотивацію, навчання та оцінювання персоналу, з урахуванням сезонності та високих вимог до сервісу.
- 4. Управління туристичним підприємством в умовах цифрової трансформації.** Проаналізувати, як цифрові інструменти (CRM-системи, онлайн-бронювання, автоматизація процесів) змінюють структуру та управлінські підходи в туризмі.
- 5. Стратегічне управління туристичним підприємством: розробка місії, бачення, стратегічних цілей.** Дослідити процес стратегічного планування, оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища (SWOT-аналіз) та формування стратегічних напрямів розвитку підприємства.
- 6. Антикризове управління туристичним підприємством: інструменти та практики адаптації до нестабільного середовища.** Розглянути алгоритми дій керівництва в умовах економічних криз, воєнного стану, пандемії тощо. Проаналізувати приклади успішної антикризової стратегії.
- 7. Управління якістю послуг у підприємствах туристичної та рекреаційної сфери.** Оцінити важливість стандартів якості (ISO, НАССР, національні сертифікати) та вплив якості обслуговування на конкурентоспроможність підприємства.
- 8. Роль керівника туристичного підприємства: стиль управління, лідерство, прийняття управлінських рішень.** Провести аналіз стилів управління (авторитарний, демократичний, ліберальний) і їхньої ефективності у сфері послуг.
- 9. Фінансово-економічне управління туристичним підприємством: бюджетування, планування витрат та контроль.** Описати принципи формування бюджету,

управління витратами, визначення точки беззбитковості, використання фінансових KPI.

10. Управління інноваціями в туристичному бізнесі: впровадження нових послуг, технологій та продуктів. Розглянути процес розробки й впровадження нових туристичних продуктів, використання AR/VR, «зелених» технологій, креативних маршрутів тощо.

Тестові завдання

1. Як визначається підприємство відповідно до Господарського кодексу України та джерел?

- а) Виключно туристичне агентство, що здійснює посередницькі функції.
- б) Самостійний суб'єкт господарювання, створений для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності.
- в) Організаційно відокремлена ланка, що виготовляє продукцію, не надаючи послуг.
- г) Сукупність постійних робітників, які отримали необхідну професійну підготовку.

2. Що включає в себе процес управління підприємством, згідно з джерелами?

- а) Виключно стратегічне планування на довгострокову перспективу.
- б) Планування, організацію, мотивацію, контроль і регулювання дій персоналу, постановку стратегічних цілей, ухвалення управлінських рішень та забезпечення їх виконання.
- в) Здійснення лише зовнішнього контролю за дотриманням законів.
- г) Виробничу діяльність, науково-дослідну та торговельну діяльність.

3. Які з перелічених елементів є основними функціями процесу управління підприємством?

- а) Диверсифікація, капіталізація, санація.
- б) Прогнозування, фінансування, оподаткування.
- в) Планування, організація, мотивація, контроль.
- г) Прибуток, дохід, витрати.

4. Яка організаційна структура управління (ОСУ) є найпростішою за сутністю та побудована на принципі вертикальної ієрархії (підпорядкованості ланок знизу доверху)?

- а) Дивізіональна структура.
- б) Лінійна структура управління.
- в) Функціональна структура управління.
- г) Матрична структура управління.

5. Яка організаційна структура управління характеризується тим, що функціональні підрозділи можуть самі віддавати розпорядження нижчестоящим ланкам, але лише з обмеженого кола питань, обумовлених їхньою спеціалізацією?

- а) Лінійна структура.
- б) Проектна структура.
- в) Лінійно-функціональна структура управління.
- г) Дивізіональна структура.

6. Як у системі економічного управління визначається функція «Контроль»?

- а) Визначення кількісних і якісних цілей підприємства на перспективу.
- б) Порівняння звітних показників із плановими за відповідний період, виявлення відхилень і подача на аналіз.
- в) Процес формування структури системи та розподілу завдань.
- г) Ухвалення управлінських рішень без подальшого аналізу.

7. Який з перелічених пунктів є основним важелем економічного впливу на об'єкти управління, згідно з джерелами, що визначає економічне управління як перспективне, поточне та оперативне планування, організацію і контроль за його виконанням?

- а) Стратегія.
- б) Баланс підприємства.
- в) План.
- г) Прибуток.

8. Які три види базових економічних стратегій діяльності підприємств виділяються у теорії та практиці підприємництва?

- а) Інвестиції, інновації, маркетинг.
- б) Виживання, стабілізація та розвиток (росту).
- в) Товарна, ціноутворення, збуту.
- г) Адаптивна, гнучка, прозора.

9. Що є однією з ключових особливостей стратегічного планування?

- а) Його орієнтація виключно на поточні щоденні завдання.
- б) Адаптивність планів, що проявляється в їхній гнучкості та легкому пристосуванні до невизначеності змін зовнішнього середовища.
- в) Ігнорування зовнішнього середовища та концентрація на внутрішніх ресурсах.
- г) Зведення до розроблення тільки тактики туристичної діяльності.

10. Об'єктами економічної стратегії туристичних підприємств, окрім туристичного продукту та ресурсів, також є:

- а) Виключно зовнішнє середовище туристичного підприємства.
- б) Максимізація прибутку і мінімізація витрат, поведінка на ринку і конкурентна боротьба, технологія діяльності, інвестиційна та інноваційна діяльність.
- в) Лише поточний фінансовий стан підприємства.
- г) Принципи ціноутворення, обліку впливу макро- і мікроекономічних факторів.

Тема 4. Планування діяльності підприємства сфери туризму та рекреації

Перелік питань для самостійного опрацювання

- 1. Процес планування в туристичному підприємстві: етапи та основні принципи.** Розглянути ключові етапи процесу планування на туристичних підприємствах (від стратегічного до операційного планування), визначити принципи та особливості планування в туризмі.
- 2. Стратегічне планування в туристичних підприємствах: методи та інструменти.** Проаналізувати основні методи стратегічного планування (SWOT-аналіз, PEST-аналіз, Porter's Five Forces) і їх застосування в туризмі для визначення довгострокових цілей та завдань підприємства.
- 3. Формування та реалізація маркетингового плану в підприємствах туризму та рекреації.** Дослідити процес створення маркетингового плану, включаючи дослідження ринку, аналіз конкурентів, розробку маркетингових стратегій та інструментів просування туристичних послуг.
- 4. Планування туристичних продуктів: від розробки концепції до реалізації на ринку.** Проаналізувати етапи планування туристичного продукту, починаючи з дослідження потреб споживачів і закінчуючи впровадженням нових послуг та туристичних маршрутів на ринок.
- 5. Фінансове планування діяльності підприємства в туризмі: складові бюджету та фінансові стратегії.** Дослідити, як здійснюється фінансове планування в туристичному

бізнесі: визначення бюджету на різні напрямки діяльності, прогнозування доходів і витрат, управління фінансовими потоками.

6. **Планування кадрових ресурсів на туристичних підприємствах: оптимізація штатів і підвищення ефективності персоналу.** Розглянути підходи до планування кадрів у туристичних компаніях, прогнозування потреби в спеціалістах та забезпечення ефективного функціонування персоналу в умовах високої сезонності.
7. **Сезонне планування в туристичних підприємствах: управління попитом та пропозицією в різні періоди року.** Дослідити, як сезонність впливає на планування діяльності підприємства, оптимізацію ресурсів, ціноутворення та розвиток спеціальних сезонних пропозицій.
8. **Планування сталого розвитку в туристичних підприємствах: екологічні та соціальні аспекти.** Проаналізувати принципи сталого туризму, розробку стратегій для мінімізації негативного впливу на довкілля, збереження природних ресурсів та інтеграцію екологічних норм в бізнес-плани.
9. **Інновації у плануванні туристичних послуг: цифрові технології та їх вплив на розвиток туристичних продуктів.** Оцінити вплив цифровізації на планування та створення нових туристичних послуг, таких як онлайн-платформи, мобільні додатки, віртуальні тури та інші інноваційні технології.
10. **Управлінське планування в умовах невизначеності: адаптація туристичних підприємств до кризових ситуацій.** Розглянути стратегії та методи управлінського планування в умовах криз (пандемії, війни, економічні спади), аналізуючи способи адаптації до зовнішніх шоків і забезпечення безперервності діяльності.

Тестові завдання

1. Як у джерелах визначається планування діяльності туристського підприємства?

- а) Діяльність з економічно ефективного досягнення перспективних цілей.
- б) Раціональне використання всіх ресурсів.
- в) Систематичний процес аналізу інформації з метою формалізації майбутніх цілей, коштів і методів формування, управління й розвитку.
- г) Процес реалізації економічної стратегії.

2. Яку роль відіграє планування в системі економічного управління туристичним підприємством?

- а) Це один із методів оцінки конкурентоспроможності.
- б) Це завершальний етап контролю.
- в) Це основний механізм економічного управління.
- г) Це лише інструмент для складання фінансової звітності.

3. Як визначається планування як функція управління?

- а) Порівняння звітних показників із плановими за відповідний період.
- б) Ухвалення рішень, які формують наступні дії економіки.
- в) Визначення кількісних і якісних цілей та завдань підприємства на певну перспективу, аналіз способів їхньої реалізації та ресурсного забезпечення.
- г) Розроблення правил вибору цінової політики.

4. На чому ґрунтується реалізація економічної стратегії підприємства?

- а) На фінансовій залежності від одного або групи підприємств.
- б) На основі складених бюджетів туристичного підприємства.
- в) На основі планування.
- г) На впровадженні прискореної амортизації основних фондів.

5. Що є результатом процесу планування, яке є основою фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства?

- а) Коефіцієнт автономії.
- б) Формування системи показників у планах, на основі яких розробляється бюджет.
- в) Визначення цільового прибутку.
- г) Виявлення відхилень звітних показників від планових.

6. Який із наведених пунктів є метою планування та прогнозування діяльності туристичного підприємства?

- а) Забезпечення мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище.
- б) Сприяння соціальному захисту населення.
- в) Передбачати перспективу розвитку на майбутнє та уникнути ризику банкрутства.
- г) Встановлення норм обслуговування місць одним працівником.

7. Який метод планування продажу охоплює етап визначення обсягу реалізації, який забезпечує покриття витрат і сплату обов'язкових платежів?

- а) Факторно-аналітичний метод.
- б) Метод прямих техніко-економічних розрахунків.
- в) Програмно-цільовий метод планування.
- г) Нормативний метод планування фонду заробітної плати.

8. Що виступає основою комплектування туристичного продукту, відповідно до якої розробляється виробнича програма туроператора?

- а) Максимізація прибутку.
- б) Технологія туристичної діяльності.
- в) Потік туристів.
- г) Довгострокові кредити.

9. Як інакше називається обсяг реалізації, що забезпечує підприємству безбитковість, який розраховується на першому етапі програмно-цільового планування?

- а) Мінімальний прибуток.
- б) Точка безбитковості або поріг рентабельності.
- в) Чистий грошовий потік.
- г) Коефіцієнт автономії.

10. Який етап планування діяльності підприємства включає оцінку ступеня впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на плановані показники?

- а) Етап виконання планів.
- б) Етап складання звітів.
- в) Етап аналізу (розглядаються зовнішні та внутрішні умови (фактори), що впливають на діяльність підприємства, оцінюється ступінь їхнього впливу на показники, що плануються).
- г) Етап ухвалення рішення про ліквідацію підприємства.

Тема 5. Капітал підприємства сфери туризму та рекреації.

Перелік питань для самостійного опрацювання

- 1. Структура капіталу туристичного підприємства: власний і позиковий капітал.**
Проаналізувати основні компоненти капіталу підприємства в туризмі, відмінності між власним та позиковим капіталом, їх вплив на фінансову стійкість та розвиток бізнесу.
- 2. Оцінка ефективності використання капіталу в туристичних підприємствах.**
Розглянути методи оцінки ефективності використання капіталу в туристичних

підприємствах, такі як рентабельність капіталу, період окупності інвестицій та інші фінансові показники.

3. **Інвестиційний капітал у сфері туризму: залучення та використання інвестицій для розвитку підприємства.** Проаналізувати джерела інвестиційного капіталу в туристичному бізнесі (внутрішні та зовнішні інвестиції), а також ефективні методи залучення та використання інвестицій для розвитку туристичних послуг.
4. **Фінансування туристичних проєктів: роль державних та приватних інвестицій.** Дослідити роль державних програм фінансування та приватних інвесторів у розвитку туристичних підприємств, а також аналізувати можливості для публічно-приватного партнерства.
5. **Формування власного капіталу підприємства туризму: роль акціонерного капіталу та венчурних інвестицій.** Розглянути різні форми залучення власного капіталу на туристичних підприємствах, зокрема роль акціонерного капіталу, венчурних інвестицій та краудфандингу.
6. **Аналіз ризиків при фінансуванні туристичного бізнесу: оцінка фінансових та операційних ризиків.** Проаналізувати основні фінансові та операційні ризики, з якими стикаються підприємства в туристичному бізнесі, і методи мінімізації цих ризиків через правильне управління капіталом.
7. **Капітальні витрати та амортизація в туристичних підприємствах: їх вплив на фінансові результати.** Дослідити, як капітальні витрати (на будівництво, модернізацію, придбання обладнання) та процес амортизації впливають на фінансові результати підприємства в галузі туризму.
8. **Капіталізація туристичних підприємств: методи оцінки вартості та перспективи залучення капіталу.** Розглянути методи оцінки капіталізації підприємства (наприклад, оцінка вартості компанії через мультиплікатори або дисконтовані грошові потоки) та шляхи залучення капіталу для розвитку бізнесу.
9. **Управління оборотним капіталом у туристичному бізнесі: оптимізація витрат та покращення ліквідності.** Проаналізувати важливість ефективного управління оборотним капіталом у туристичних підприємствах, визначити ключові показники ліквідності та стратегії оптимізації витрат.
10. **Капіталізація сталого розвитку: інвестування в екологічні та соціальні ініціативи в туризмі.** Дослідити, як підприємства туризму можуть залучати капітал для реалізації проєктів сталого розвитку (екологічно чисті готелі, органічні туристичні продукти, соціальна відповідальність) та які переваги це може дати для бізнесу.

Тестові завдання

1. Як визначається категорія «Капітал» (як ресурс) у джерелах?

- а) Сукупність постійних працівників, що мають професійну підготовку.
- б) Майно, яке належить власникам підприємства і використовується ними в процесі діяльності.
- в) Позитивний результат діяльності суб'єктів господарювання.
- г) Кошти, позичені банком на міжбанківському ринку.

2. Яка ключова особливість, згідно з джерелами, асоціює капітал із цінностями?

- а) Його легка конвертованість у нематеріальні активи.
- б) Його залежність від чисельності персоналу.
- в) Здатність тих чи інших цінностей давати прибуток.
- г) Його постійна фіксація на рівні статутного фонду.

3. Які складові включаються до капіталу підприємства (як ресурсу), згідно з джерелами?

- а) Трудові ресурси, прибуток та податки.
- б) Макрорівень, мікрорівень та мезорівень економіки.

- в) Основні засоби, виробничі потужності, оборотні активи, фінансові ресурси.
- г) Дебіторська та кредиторська заборгованість, амортизація.

4. На які дві основні групи поділяється капітал підприємства залежно від джерел формування, що є предметом аналізу у фінансовій діяльності?

- а) Інтелектуальний та матеріальний капітал.
- б) Початковий та кінцевий капітал.
- в) Власний і позиковий капітал.
- г) Перманентний та оборотний капітал.

5. Як називається процес, що передбачає перетворення частини чистого прибутку (або всього прибутку) у додатковий капітал, у результаті чого досягається збільшення розміру власних коштів?

- а) Реінжиніринг.
- б) Санація.
- в) Капіталізація.
- г) Диверсифікація.

6. Який показник рентабельності використовується для оцінки ефективності використання власного капіталу туристичного підприємства?

- а) Рентабельність фонду оплати праці (Рфоп).
- б) Рентабельність сукупного капіталу (Рск).
- в) Рентабельність власного капіталу (Рвк).
- г) Коефіцієнт автономії (Ка).

7. Що характеризує коефіцієнт забезпеченості власними коштами (КВк)?

- а) Частку прибутку, яка припадає на 100 грн заробітної плати.
- б) Ступінь забезпеченості підприємства власними оборотними коштами, які необхідні для фінансової стійкості.
- в) Яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності.
- г) Співвідношення прибутку з понесеними витратами.

8. Який вид капіталу визначається як сума всіх джерел власного капіталу та довгострокових кредитів на певну дату?

- а) Оборотний капітал.
- б) Акціонерний капітал.
- в) Фінансові інвестиції.
- г) Перманентний капітал (ПК).

9. Згідно з класифікацією за Законом України № 2164-VII (від 05.10.2017), велике підприємство має балансову вартість активів, яка є:

- а) До 4 мільйонів євро. б) До 20 мільйонів євро.
- в) Понад 20 мільйонів євро.
- г) До 350 тисяч євро.

10. Що є одним із ключових завдань управління оборотним капіталом у туристичному бізнесі?

- а) Розробка довгострокової стратегії ціноутворення.
- б) Визначення цільового прибутку.
- в) Оптимізація витрат та покращення ліквідності.
- г) Забезпечення сплати податку на додану вартість.

Тема 6. Управління персоналом та організація оплати праці на підприємствах сфери туризму та рекреації

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. **Стратегії управління персоналом в підприємствах сфери туризму та рекреації: особливості та підходи.** Проаналізувати стратегії управління персоналом, які застосовуються на підприємствах туризму, зокрема в аспектах адаптації до сезонних коливань, підвищення ефективності роботи та залучення кваліфікованих кадрів.
2. **Кадрові потреби туристичних підприємств: визначення оптимальної чисельності та кваліфікації персоналу.** Дослідити, як підприємства туризму визначають потребу в кадрах, зокрема які навички та кваліфікації є найбільш затребуваними в цій галузі, а також як забезпечується оптимальне співвідношення між чисельністю та ефективністю персоналу.
3. **Мотивація персоналу на туристичних підприємствах: теоретичні основи та практичні підходи.** Розглянути теоретичні основи мотивації працівників (теорії Маслоу, Герцберга, Макгрегора), а також практичні методи мотивації персоналу на туристичних підприємствах для підвищення продуктивності та покращення сервісу.
4. **Система оплати праці в туристичних підприємствах: основні моделі та механізми стимулювання.** Проаналізувати різні моделі організації оплати праці (фіксована зарплата, бонуси, проценти, премії) і їх застосування в сфері туризму, а також ефективність таких систем для стимулювання продуктивності.
5. **Управління трудовими ресурсами в умовах сезонності в туризмі: проблеми та рішення.** Дослідити, як підприємства туристичної та рекреаційної сфери управляють сезонними коливаннями попиту та пропозиції праці, як вирішуються проблеми сезонного найму та утримання персоналу.
6. **Підбір, навчання та розвиток персоналу на туристичних підприємствах: роль корпоративного навчання.** Проаналізувати процес підбору та адаптації персоналу на туристичних підприємствах, роль навчання та розвитку співробітників для покращення якості обслуговування та підвищення рівня кваліфікації.
7. **Зарплата та соціальні гарантії працівників туризму: аналіз чинників впливу та їхня роль в управлінні персоналом.** Розглянути структуру заробітної плати на туристичних підприємствах, а також соціальні гарантії, як пенсійні внески, медичне страхування, компенсації за роботу в умовах високої сезонності.
8. **Керівництво та лідерство в туристичних компаніях: стиль управління та його вплив на ефективність роботи персоналу.** Дослідити різні стилі керівництва (авторитарний, демократичний, ліберальний) в туристичних підприємствах, їх вплив на мотивацію і задоволення працівників, а також ефективність роботи компанії.
9. **Конфлікти та стреси в туристичних підприємствах: управління та профілактика.** Проаналізувати типові причини конфліктів та стресових ситуацій у колективах туристичних підприємств, стратегії вирішення конфліктів, профілактичні заходи для підтримання здорового клімату в колективі.
10. **Інновації в управлінні персоналом на підприємствах сфери туризму та рекреації: цифрові технології та нові підходи.** Розглянути інноваційні підходи до управління персоналом за допомогою нових цифрових технологій (HRMS, чат-боти для управління персоналом, онлайн-навчання), а також їх вплив на підвищення ефективності організації праці.

Тестові завдання

1. Як у джерелах визначається поняття «Персонал» підприємства?
 - а) Частина працездатного населення, яка відповідає певній сфері діяльності.
 - б) Сукупність робітників, які виконують суто технічну роботу.

в) Сукупність постійних робітників, що отримали необхідну професійну підготовку і (або) мають досвід практичної діяльності.

г) Особливий вид трудової діяльності, що потребує певних теоретичних знань та практичних навичок.

2. Які дві основні функції заробітної плати виділяються в ринковій економіці, згідно з джерелами?

а) Фіскальна та облікова.

б) Функція відтворення робочої сили і функція стимулювання праці.

в) Функція капіталізації та функція інвестування.

г) Функція ціноутворення та функція маркетингу.

3. Що є головним методом мотивації праці в ринковій економіці, згідно з джерелами?

а) Надання соціальних пільг та безкоштовне навчання.

б) Заробітна плата, участь працівників в акціонерній власності, в прибутку, в управлінні підприємством.

в) Усунення бар'єрів між рядовими працівниками й апаратом управління.

г) Видача компенсаційних виплат, які не включаються в мінімальну заробітну плату.

4. Який із перелічених елементів не входить до складу тарифної системи оплати праці в туристичній сфері?

а) Тарифні сітки.

б) Схеми посадових окладів.

в) Тарифно-кваліфікаційні довідники та характеристики.

г) Коефіцієнт капіталізації чистого прибутку.

5. Як називається форма оплати праці, при якій заробіток працівника залежить від кількості виробленої (виконаної) роботи належної якості на основі попередньо встановлених норм часу (виробітку)?

а) Погодинна форма оплати праці.

б) Преміальна система.

в) Відрядна форма оплати праці.

г) Оплата за місячним окладом.

6. Яка категорія чисельності працівників включає всіх найманих працівників, які уклали письмовий трудовий договір (контракт) і виконують постійну, тимчасову або сезонну роботу?

а) Явочна чисельність працівників.

б) Середньооблікова чисельність працівників.

в) Облікова чисельність штатних працівників.

г) Кількість сумісників.

7. Які два ключові принципи є обов'язковими для системи мотивації праці на рівні підприємства?

а) Систематична перевірка тривалості перебування кожного працівника на одній посаді та збагачення змісту роботи.

б) Надання рівних можливостей займати посади і просуватися по службі, а також узгодженість оплати праці з її результатами.

в) Забезпечення сплати податку на прибуток та формування резервного фонду.

г) Виключно матеріальне заохочення працівників та просування по службі.

8. Який вид заробітної плати, згідно з джерелами, є винагородою за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці (норми часу, виробітку, обслуговування, посадових обов'язків)?

- а) Додаткова заробітна плата.
- б) Реальна заробітна плата.
- в) Основна заробітна плата.
- г) Фіксована заробітна плата.

9. Який вид стратегії управління персоналом на туристичних підприємствах є особливо важливим в умовах, коли попит на послуги коливається протягом року?

- а) Фінансова стратегія.
- б) Стратегії, спрямовані на стабілізацію та розвиток.
- в) Стратегія, що ґрунтується на адаптації до сезонних коливань.
- г) Стратегія виживання.

10. Що є основою для розрахунку планової суми фонду заробітної плати (ФЗП) методом прямих розрахунків?

- а) Норматив витрат на оплату праці у відсотках до обсягу наданих послуг.
- б) Планова чисельність працівників та середня заробітна плата на плановий період.
- в) Фактичний рівень рентабельності за попередній період.
- г) Балансова вартість активів.

Тема 7. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. **Аналіз динаміки та структури прибутку підприємства: методи, фактори впливу та шляхи оптимізації.** Рекомендовано вивчити методику факторного аналізу прибутку (метод ланцюгових підстановок, індексний метод).
2. **Вплив облікової політики підприємства на формування фінансових результатів.** Проаналізувати, як вибір методів амортизації, оцінки запасів і розподілу витрат впливає на прибутковість.
3. **Система показників рентабельності: аналітична оцінка ефективності діяльності підприємства.** Розрахувати та порівняти показники рентабельності активів, капіталу, продукції та продажів.
4. **Взаємозв'язок між фінансовими результатами та грошовими потоками підприємства.** Дослідити відмінності між бухгалтерським прибутком і чистим грошовим потоком.
5. **Аналіз беззбитковості діяльності підприємства та визначення точки критичного обсягу продажів.** Побудувати графік беззбитковості для умовного підприємства.
6. **Оцінка впливу зовнішніх економічних факторів (інфляція, податкова політика, валютний курс) на фінансові результати підприємства.** Розглянути приклади з української практики останніх років.
7. **Використання сучасних цифрових технологій у фінансовому аналізі підприємства (BI-аналітика, ERP-системи, Power BI).** Описати можливості автоматизації аналізу фінансових результатів.
8. **Порівняльний аналіз фінансових результатів підприємств однієї галузі.** Обрати 2-3 підприємства галузі (наприклад, готельно-ресторанної або виробничої) та провести порівняння ключових показників.
9. **Управління прибутком підприємства: стратегічні підходи та моделі його розподілу.** Розглянути теорії розподілу прибутку між споживанням, накопиченням та інвестиціями.

10. **Фінансова звітність як інформаційна база для оцінки економічних результатів діяльності.** Проаналізувати Звіт про фінансові результати (форма №2) конкретного підприємства та зробити висновки щодо його ефективності.

Тестові завдання

1. Як узагальнено визначається категорія «Фінансовий результат діяльності» підприємства?

- а) Сума довгострокових кредитів та власного капіталу.
- б) Рівень досягнення цілей організації та її здатність до життєдіяльності в конкурентному середовищі.
- в) Різниця від порівняння доходів і витрат підприємства за вирахуванням сум податків, яка узагальнюється у вигляді прибутку або збитку, що, зі свого боку, спричиняє зростання або зменшення власного капіталу.
- г) Абсолютна впевненість прибутковості підприємницької діяльності.

2. Скільки основних форм може приймати фінансовий результат діяльності підприємства?

- а) Одна (прибуток).
- б) Дві (дохід та прибуток).
- в) Три (прибуток, збиток, нульовий результат).
- г) Чотири (дохід, прибуток, збиток, рентабельність).

3. Що є позитивним фінансовим результатом діяльності підприємства, згідно з джерелами?

- а) Дохід, який характеризує конкретний рівень підприємницької активності.
- б) Прибуток (перевищення доходів звітного періоду над витратами звітного періоду).
- в) Збільшення економічних вигід у вигляді надходження активів.
- г) Чистий грошовий потік підприємства.

4. Що, згідно з джерелами, є однією з ключових функцій прибутку?

- а) Визначення кількісних і якісних цілей підприємства на певну перспективу.
- б) Забезпечення сплати штрафних (фінансових) санкцій.
- в) Узагальнення результатів господарсько-фінансової діяльності та вимірник ефективності використання усіх видів ресурсів.
- г) Виявлення відхилень звітних показників із плановими.

5. Як визначається категорія «Доходи» у контексті фінансових результатів?

- а) Частина доходу, отримана під впливом внутрішнього і зовнішнього середовища.
- б) Збільшення економічних вигід у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які спричиняють зростання власного капіталу.
- в) Фінансовий фонд, який створюється за рахунок чистого прибутку.
- г) Абсолютний синтетичний показник, який визначається на основі розподілу доходу.

6. Який відносний показник використовується для оцінювання ефективності економічної діяльності підприємства та характеризує співвідношення прибутку з понесеними витратами?

- а) Коефіцієнт автономії.
- б) Фондовіддача.
- в) Коефіцієнт завантаження.
- г) Рентабельність.

7. Який етап програмно-цільового планування продажу туристичного продукту називається розрахунком обсягу реалізації, що забезпечує підприємству беззбитковість?

- а) Етап досягнення цільового прибутку.
- б) Етап одержання мінімального рівня рентабельності.
- в) Перший етап (критична точка або поріг рентабельності).
- г) Етап аналізу.

8. Які види ефективності, окрім економічної, організаційної та соціальної, розрізняють під час оцінювання результатів діяльності підприємства?

- а) Фінансова, кадрова та інвестиційна.
- б) Технологічна, правова, екологічна та етична.
- в) Мікрорівень, мезорівень, макрорівень.
- г) Виробнича, управлінська та адміністративна.

9. Хто входить до переліку зацікавлених осіб, для яких показники фінансових результатів підприємства становлять інтерес?

- а) Виключно власники та держава. б) Конкуренти та посередники.
- в) Власники, менеджери та робітники підприємства, постачальники, держава.
- г) Фінансовий апарат та аудитори.

10. Що є головною метою розподілу чистого прибутку туристичного підприємства, згідно з джерелами?

- а) Виплата податку на прибуток.
- б) Забезпечення розширеного відтворення.
- в) Його капіталізація і споживання.
- г) Формування оборотного капіталу.

Тема 8. Витрати і собівартість на підприємствах сфери туризму та рекреації

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. **Класифікація витрат підприємств туристичної галузі: особливості обліку та управління.** Вивчити види витрат (постійні, змінні, прямі, непрямі) у контексті туристичних послуг.
2. **Методи калькулювання собівартості турпродукту: традиційні та сучасні підходи.** Порівняти методи «директ-костинг», «стандарт-кост» та «activity-based costing» (ABC).
3. **Формування собівартості туристичного продукту в умовах сезонності попиту.** Проаналізувати, як коливання попиту впливають на розподіл постійних витрат і рентабельність.
4. **Облік витрат у готельно-ресторанному бізнесі: практичні аспекти формування калькуляції.** Скласти приклад калькуляційного листа на номер або ресторанне меню.
5. **Оптимізація витрат на підприємствах туризму через енергоефективність та цифровізацію процесів.** Дослідити сучасні технології, що зменшують витрати (системи автоматизації бронювання, CRM, ERP).
6. **Витрати на маркетингову діяльність туристичних підприємств: оцінка ефективності інвестицій у рекламу.** Розрахувати показники ROI (окупність інвестицій у рекламу) та CPL (вартість залучення клієнта).
7. **Вплив кадрової політики на структуру витрат підприємств туризму та рекреації.** Проаналізувати співвідношення витрат на персонал у загальній собівартості послуг.
8. **Управлінський облік витрат для прийняття рішень у туристичному бізнесі.** Розглянути приклади використання маржинального аналізу та аналізу «витрати–обсяг–прибуток».
9. **Порівняльний аналіз собівартості туристичних послуг у різних регіонах України.** Підготувати аналітичну таблицю з порівнянням вартості проживання, харчування, транспортних витрат тощо.

10. **Управління витратами на основі концепції сталого розвитку у сфері туризму.**
Дослідити підходи до зниження витрат шляхом екологізації діяльності (zero waste, green hotels).

Тестові завдання

1. **Як визначається собівартість туристичного продукту, згідно з джерелами?**
 - а) Виключно капітальні вкладення, спрямовані на формування основних фондів.
 - б) Сукупність витрат на формування та реалізацію турпродукту, що виражається в грошовій формі.
 - в) Вартість напівфабрикатів та готової продукції.
 - г) Різниця між доходом і чистим прибутком.
2. **Що відрізняє собівартість туристичного продукту від капітальних вкладень?**
 - а) Капітальні вкладення є вартісними показниками, а собівартість натуральними.
 - б) Собівартість включає витрати на рекламу, а капітальні вкладення ні.
 - в) Собівартість охоплює тільки поточні витрати підприємства, тоді як капітальні вкладення спрямовані на формування основних фондів.
 - г) Собівартість завжди розраховується за методом прямих розрахунків.
3. **Які Положення (стандарти) бухгалтерського обліку (ПБО), згідно з джерелами, визначають собівартість та витрати туристичного підприємства?**
 - а) ПБО 1 «Загальні вимоги» та ПБО 2 «Баланс».
 - б) ПБО 3 «Звіт про фінансові результати» і ПБО 16 «Витрати».
 - в) ПБО 7 «Основні засоби» та ПБО 9 «Запаси».
 - г) ПБО 19 «Страховання» та ПБО 20 «Консолідована звітність».
4. **Яка категорія витрат, згідно з ПБО 16 «Витрати», включає вартість куплених туристичних послуг та інших... для підприємств туристичного бізнесу?**
 - а) Витрати на оплату праці.
 - б) Матеріальні витрати.
 - в) Інші операційні витрати.
 - г) Фінансові витрати.
5. **Що з наведеного належить до витрат на збут туристичного продукту?**
 - а) Сплата відсотків за користування кредитами.
 - б) Винагорода продавцям турпродукту, витрати на рекламу і дослідження ринку, на страхування туристів і супровідників туристичних груп.
 - в) Втрати від зміни курсу валют при операційній діяльності.
 - г) Витрати на утримання об'єктів соціального, культурного та побутового призначення.
6. **Що відноситься до фінансових витрат туристичного підприємства?**
 - а) Вартість напівфабрикатів.
 - б) Сплата відсотків за користування кредитами.
 - в) Витрати на рекламу та дослідження ринку.
 - г) Витрати, пов'язані з конвертацією національної валюти в іноземну.
7. **На чому повинно ґрунтуватися управління витратами, і що є одним із основних методів їх оптимізації?**
 - а) На ігноруванні впливу зовнішнього середовища.
 - б) На збільшенні прибутку шляхом постійного зниження змінних витрат.
 - в) На оптимізації, а одним із основних методів є визначення граничного рівня витрат.
 - г) На постійному збільшенні фонду оплати праці.

8. Який із методів планування поточних витрат є, згідно з джерелами, найбільш точним і легко застосовуваним у туристичному бізнесі?

- а) Каузальний (метод побудови економіко-математичних моделей).
- б) Дослідно-статистичний (факторно-аналітичний).
- в) Метод прямих техніко-економічних розрахунків.
- г) Метод нормативного планування прибутку.

9. Що є характерною особливістю застосування факторно-аналітичного (дослідно-статистичного) методу планування витрат?

- а) Розрахунки витрат ведуться по кожній статті.
- б) Використання нормативів витрат на одного туриста.
- в) Виділення умовно-постійних та умовно-змінних витрат із сукупних витрат підприємства.
- г) Застосування трендових економіко-математичних моделей.

10. Що таке прибуток туристичного підприємства?

- а) Виключно сума, що залишається після сплати податку на прибуток (чистий прибуток).
- б) Різниця між доходами (які були отримані від усіх видів діяльності) і витратами підприємства (що були зазанані в процесі отримання цих доходів).
- в) Сума, на яку витрати перевищують доходи звітного періоду.
- г) Відношення суми отриманого прибутку до понесених витрат (рентабельність).

Тема 9. Ціноутворення на підприємствах сфери туризму та рекреації

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. **Теоретичні основи ціноутворення в туризмі: особливості формування ціни на туристичний продукт.** Розглянути специфіку ціни як економічної категорії у сфері послуг, її складові та функції.
2. **Фактори, що впливають на ціноутворення у сфері туризму та рекреації.** Проаналізувати внутрішні (витрати, стратегія, імідж) та зовнішні (попит, конкуренція, сезонність) фактори.
3. **Методи формування цін у туризмі: витратний, попитово-орієнтований та конкурентний підходи.** Порівняти переваги й недоліки кожного методу з прикладами практичного застосування.
4. **Сезонне та динамічне ціноутворення в туризмі: моделі та інструменти управління цінами.** Дослідити вплив сезонності на ціни та роль технологій (Revenue Management, Dynamic Pricing).
5. **Вплив макроекономічних чинників (інфляція, валютний курс, податкова політика) на ціни туристичних послуг.** Проаналізувати динаміку зміни цін на турпродукт в Україні в умовах економічних коливань.
6. **Цінова стратегія підприємств туристичної галузі на конкурентному ринку.** Розглянути типи стратегій: “ціна проникнення”, “преміум-ціна”, “гнучке ціноутворення” тощо.
7. **Роль маркетингових досліджень у формуванні цінової політики туристичних підприємств.** Підготувати приклад анкетування або аналіз поведінки споживачів для визначення прийнятного рівня цін.
8. **Ціноутворення на міжнародному туристичному ринку: порівняльний аналіз практик ЄС, США та України.** Визначити основні відмінності у підходах до ціноутворення залежно від структури ринку та регуляцій.
9. **Інноваційні підходи до ціноутворення у сфері онлайн-бронювання та цифрового туризму.** Дослідити вплив платформ Booking.com, Airbnb, TripAdvisor на цінову політику підприємств.

10. **Етичні та соціальні аспекти ціноутворення у туризмі: проблема прозорості цін і споживчої довіри.** Проаналізувати приклади завищення цін, прихованих комісій і способи забезпечення чесного ціноутворення.

Тестові завдання

1. **Яку роль відіграє ціна туристичного продукту, згідно з джерелами?**
 - а) Виступає виключно показником, що відображає якість наданих послуг.
 - б) Акумулює рівень комерційного успіху підприємства, визначає частку ринку та є потужним засобом боротьби з конкурентами.
 - в) Слугує лише для забезпечення беззбитковості діяльності.
 - г) Визначається лише витратами на виробництво туристичного продукту.

2. **Яка з наведених особливостей ціноутворення притаманна туристичній сфері?**
 - а) Низька еластичність цін у всіх сегментах ринку.
 - б) Висока еластичність цін у різних сегментах ринку.
 - в) Немоżliвість коригування ціни залежно від часового інтервалу до купівлі.
 - г) Відсутність потреби в сезонній диференціації цін.

3. **Яка специфічна вимога до цінової політики туристичних підприємств обумовлена мінливістю попиту протягом року?**
 - а) Високий рівень орієнтації на психологічні особливості покупців.
 - б) Немоżliвість збереження послуг.
 - в) Необхідність сезонної диференціації цін на туристичні послуги.
 - г) Проведення цінових суперечок у різних секторах туристичної індустрії.

4. **Який із зазначених етапів є заключним у процесі ціноутворення?**
 - а) Постановка завдань (цілей) ціноутворення.
 - б) Визначення попиту.
 - в) Оцінка витрат.
 - г) Вибір методу ціноутворення (витратне, слідування за конкурентом, орієнтація на попит).

5. **Який із методів ціноутворення, згаданих у джерелах, базується на фактичних витратах організації на виробництво, реалізацію та пост-супровід послуги?**
 - а) Метод слідування за конкурентом.
 - б) Метод з орієнтацією на попит.
 - в) Витратне ціноутворення.
 - г) Метод цінової конкуренції.

6. **Що є об'єктом уваги «Стратегії ціноутворення» як складової економічної стратегії підприємства?**
 - а) Моніторинг процесів зміни пропозиції та визначення цільового прибутку.
 - б) Розробка правил вибору цінової політики, прийомів цінової конкуренції та принципів обліку впливу макроекономічних і мікроекономічних факторів.
 - в) Виключно формування доходу туристичного підприємства.
 - г) Визначення балансової вартості активів.

7. **Який із блоків цін використовується туристичними підприємствами для здійснення внутрішньогосподарських розрахунків між структурними підрозділами?**
 - а) Перший блок (ціни закупівлі економічних ресурсів).
 - б) Другий блок (ціни для внутрішньогосподарських розрахунків).
 - в) Третій блок (ціни реалізації турпродукту).
 - г) Гуртова (оптова) ціна підприємства.

8. Який із перелічених факторів не є економічною, а є психологічною особливістю ціноутворення в туризмі?

- а) Витрати туристичного підприємства.
- б) Сезонність попиту.
- в) Високий рівень орієнтації на психологічні особливості покупців.
- г) Платоспроможність населення.

9. Що є одним із стратегічних цінових цілей туристичного підприємства?

- а) Постійне зниження вартості сировини та матеріалів.
- б) Виключно отримання збитку.
- в) Вибір цінової політики, що визначає частку ринку та конкурентний стан.
- г) Мінімізація впливу на навколишнє середовище.

10. До якого типу цінових стратегій належать «ціна проникнення» та «преміум-ціна»?

- а) Стратегії стабілізації.
- б) Стратегії розвитку.
- в) Цінова стратегія підприємств туристичної галузі на конкурентному ринку.
- г) Антикризова стратегія.

Тема 10. Економічна безпека та антикризова діяльність підприємства сфери туризму та рекреації

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. **Сутність і структура економічної безпеки підприємства у сфері туризму та рекреації.** Розглянути основні складові економічної безпеки: фінансову, кадрову, техніко-технологічну, інформаційну, екологічну та правову.
2. **Методичні підходи до оцінювання рівня економічної безпеки туристичного підприємства.** Ознайомитися з показниками інтегральної оцінки безпеки та алгоритмом її визначення.
3. **Фінансова стабільність як основа економічної безпеки туристичного бізнесу.** Проаналізувати показники ліквідності, платоспроможності, рентабельності й фінансового ризику.
4. **Антикризове управління на підприємствах сфери туризму: сутність, цілі та інструменти.** Вивчити етапи антикризового управління – від діагностики кризи до розроблення програми стабілізації.
5. **Ідентифікація та управління ризиками в туристичній діяльності.** Скласти карту ризиків туристичного підприємства та запропонувати заходи мінімізації.
6. **Інформаційна безпека підприємств туризму в умовах цифровізації бізнесу.** Розглянути загрози кіберризиків, витоку даних клієнтів і способи їх запобігання.
7. **Роль державного регулювання у забезпеченні економічної безпеки туристичної галузі.** Проаналізувати нормативно-правову базу України щодо підтримки підприємств під час криз.
8. **Механізми фінансового оздоровлення підприємств туристичної сфери.** Вивчити інструменти реструктуризації заборгованості, санації, залучення інвестицій та партнерських програм.
9. **Стратегічне управління економічною безпекою підприємства в умовах нестабільності ринку.** Розробити концепцію стратегії безпечного розвитку туристичного підприємства.
10. **Кризовий менеджмент у міжнародній практиці туризму: аналіз успішних кейсів подолання кризових ситуацій.** Дослідити приклади дій компаній під час пандемії COVID-19, військових конфліктів або природних катастроф.

Тестові завдання

1. Що, згідно з джерелами, охоплює сутність та структура економічної безпеки підприємства у сфері туризму та рекреації?

- а) Виключно фінансова та кадрова складові.
- б) Тільки техніко-технологічна та інформаційна безпека.
- в) Фінансову, кадрову, техніко-технологічну, інформаційну, екологічну та правову складові.
- г) Банкрутство, санацію та ліквідацію підприємства.

2. Яка економічна стратегія характерна для підприємств, які знаходяться в кризовому стані через збитковість, і вимагає заходів, спрямованих на одержання прибутку в найкоротший термін?

- а) Стратегія стабілізації.
- б) Стратегія розвитку (росту).
- в) Стратегія виживання.
- г) Стратегія диверсифікації.

3. Згідно з джерелами, що є одним із ключових фінансових механізмів, який створюється за рахунок чистого прибутку для забезпечення покриття можливих збитків від фінансово-господарської діяльності?

- а) Статутний капітал.
- б) Фонд оплати праці.
- в) Резервний фонд.
- г) Амортизаційний фонд.

4. Що, відповідно до джерел, є головною метою управління рухом грошових коштів підприємств (грошовими потоками) для забезпечення їхньої фінансової стійкості?

- а) Максимізація дивідендів акціонерам.
- б) Збільшення частки позикового капіталу.
- в) Забезпечення фінансової стійкості шляхом збалансування та синхронізації в часі надходження і витрачання коштів.
- г) Зменшення балансової вартості активів.

5. Які ключові показники фінансової стабільності пропонується проаналізувати для оцінки економічної безпеки туристичного бізнесу?

- а) Виключно коефіцієнт автономії та рентабельність фонду оплати праці.
- б) Середньооблікова чисельність працівників та плинність кадрів.
- в) Показники ліквідності, платоспроможності, рентабельності й фінансового ризику.
- г) Коефіцієнт капіталізації чистого прибутку та фондівіддача.

6. Який з перелічених пунктів є одним із завдань антикризового управління, згідно з його визначенням у джерелах?

- а) Виключно постійне збільшення вартості основних фондів.
- б) Зведення до розроблення тільки тактики туристичної діяльності.
- в) Вивчити етапи антикризового управління – від діагностики кризи до розроблення програми стабілізації.
- г) Визначення цільового прибутку методом прямих розрахунків.

7. У контексті стратегії виживання, які дії повинна здійснити фірма, що знаходиться у кризовому стані через збитковість, згідно з джерелами?

- а) Припинити всі інвестиційні та інноваційні заходи.
- б) Провести радикальні кадрові зміни та створити умови жорсткої економії витрат.

- в) Збільшити довгострокові кредити та зменшити власний капітал.
- г) Забезпечити підвищення оплати праці за понаднормовий час.

8. Що належить до загроз інформаційній безпеці підприємств туризму в умовах цифровізації?

- а) Сезонні коливання попиту.
- б) Політичні фактори та міжнародні відносини.
- в) Електронні крадіжки інтелектуальної власності.
- г) Брак фінансових, матеріально-технічних, інформаційних та інтелектуальних ресурсів.

9. Який інструмент фінансового оздоровлення підприємств туристичної сфери, згаданий у джерелах, включає реструктуризацію заборгованості та залучення інвестицій?

- а) Ліквідація.
- б) Санація.
- в) Прискорення амортизації.
- г) Капіталізація.

10. У рамках оцінки економічної безпеки, що слід аналізувати з метою визначення впливу на плановані показники діяльності підприємства?

- а) Виключно середню кількість працівників.
- б) Зовнішні та внутрішні умови (фактори).
- в) Суму чистого прибутку, що залишається після сплати податку.
- г) Лише показники фондоозброєності та фондовіддачі.

Методика виконання самостійної роботи

Мета: засвоєння теоретичного матеріалу, розвиток аналітичного мислення та вміння самостійно досліджувати актуальні проблеми туристичної економіки та бізнесу.

Студент обирає будь-яке питання з кожної теми та виконує тестове завдання до кожної теми. Дана самостійна робота виконується в два етапи.

1 етап. Алгоритм виконання:

1. Ознайомлення з темою:

- Вивчити базові теоретичні положення за підручниками, науковими статтями, аналітичними звітами.
- Використовувати офіційні джерела (законодавство, документи Державного агентства розвитку туризму України, звіти WTTC, UNWTO тощо).

2. Аналіз наукових джерел:

- Опрацювати не менше 3–5 актуальних джерел.
- Звернути увагу на динаміку розвитку теми, проблемні аспекти, суперечності.

3. Підготовка письмової роботи (реферату/есе/аналітичної записки):

- Обсяг: 8–12 сторінок (для реферату), 3–5 сторінок (для есе).
- Структура: вступ, основна частина, висновки, список використаних джерел.
- Форматування: згідно з вимогами вишу (Times New Roman, 14 кегль, 1.5 інтервал).

4. Аналітична частина:

- За можливості використати статистичні дані, порівняльні таблиці, графіки.
- Подати власну оцінку стану проблеми, перспектив її розвитку, запропонувати рішення.

5. Оформлення посилань і списку джерел: згідно з державним стандартом (ДСТУ 8302:2015).

6. Презентація результатів:

- Підготувати коротку доповідь (3-5 хв.) для обговорення в аудиторії.
- За потреби оформити презентацію (5-7 слайдів) у PowerPoint чи Google Slides.

2 етап. Виконання тестових завдань.

Рекомендована література

Основна:

1. Економіка туризму: теорія та практика [Електронний ресурс]: підручник / М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк. – Київ: Центр учбової літератури, 2014. – 539 с.
2. Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник. / М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк. – К.: «Центр учбової літератури», 2017. – 544 с.
3. Сагалакова Н.О. Туризм: бізнес-процеси, ціни і ціноутворення: монографія / Н.О. Сагалакова. – Київ: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. – 416 с.
4. Світлична В.Ю. Економіка туризму: підручник / В.Ю. Світлична, С.А. Александрова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2022. – 167 с.
5. Сущенко О.А. Економіка рекреації та туризму: навчальний посібник / О.А. Сущенко, О.О. Стрижак, Н.А. Дехтяр, М.В. Алдошина, К.В. Тимошенко // Харків: Вид. ХНЕУ, 2021. – 358 с.
6. Якименко-Терещенко Н.В. Економіка туризму: навч. посібник / Н.В. Якименко-Терещенко, Т.Ю. Чайка, В.В. Мартинова; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків : НТУ "ХПІ", 2024. – 185 с.

Додаткова:

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник. – К.: Знання України, 2002.
2. Андренко І.Б. Фінансово-економічний аналіз підприємств туризму: підручник / І.Б. Андренко, Н.М. Влащенко. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 308 с.
3. Балашова Р.І. Організація діяльності туристичного підприємства: Навч. посіб. / Р.І. Балашова. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 184 с.
4. Басюк Т. П. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник / Т. П. Басюк, Т. Л. Керанчук. – Харків: НУХТ, 2018. – 282 с. 3. Власова Н. О. Економіка ресторанного господарства. Навчальний посібник / Н. О. Власова. – Харків: Світ книг, 2019. – 389 с.
5. Березін О. В. Ціноутворення в туристичному бізнесі : навчальний посібник / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. – Суми: Університетська книга, 2014. – 168с.
6. Городня Т.А. Економіка туризму: теорія і практика: Навчальний посібник / Т.А. Городня, А.Ф. Щербак. – К.: Кондор-Видавництво, 2012. – 436 с.
7. Громадське харчування і туристична індустрія у ринкових умовах: збірник наук. праць. – К.: Київськ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. - 239 с.
8. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. - К.: ЦУЛ, 2007. – 224с.
9. Забалдіна Ю.Б. Маркетинг туристичного підприємства. – К.: Наука, 2008. – 112 с.
10. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник. / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 544 с.
11. Мальська М.П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: Навчальний посібник / М.П. Мальська, О.Ю. Бордун. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
12. Мельниченко С.В. Менеджмент підприємства туристичної індустрії. – К.: Наука, 2007. – 342 с.
13. Ткаченко Т.І. Економіка готельного господарства і туризму: навч. посіб./ Т.І. Ткаченко, С.П. Гаврилюк. – К.: Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2010. - 179с.
14. Чорненька Н. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. – К.: Атака, 2008. – 392с.
15. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія. Львів: ЛДУФК, 2017. 340 с.

16. Економіка та планування підприємства в туризмі: навчально-методичний посібник для організації практичних занять та самостійної роботи студентів спеціальності 242 Туризм. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2021. 60 с.
17. Податковий кодекс [Електронний ресурс]: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. Електронні текстові дані. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
18. Про туризм [Електронний ресурс]: Закон України від 15.09.1995 № 325/95-ВР. Електронні текстові дані. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
19. Сагалакова Н. О. Туризм: бізнес-процеси, ціни і ціноутворення: монографія. Київ, 2016. 416 с.
20. Світлична В. Ю., Александрова С. А. Економіка туризму : підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 167 с.

Інтернет-ресурси:

1. Актуальні проблеми економіки. URL: <http://eco-science.net/>
2. Регіональна економіка. URL: <http://www.irr.org.ua/pe/>
3. Збірник наукових праць "Географія та туризм". URL: <http://univ.kiev.ua/ua/science/journals/csp-gt>
4. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. URL: <http://tourism.knukim.edu.ua/>
5. Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: економіка, право, політологія, туризм. URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/IMV>
6. Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. URL: <https://www.socosvita.kiev.ua/publishing/bulletin>
7. Journal of Hospitality and Tourism Research. URL: <https://journals.sagepub.com/home/jht>
8. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. URL: <http://itsf.chdtu.edu.ua/>
9. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. URL: <http://restauranthotel.knukim.edu.ua/>
10. Journal of Sustainable Tourism. URL: <http://www.tandfonline.com/toc/rsus20/current#.UwcYyc60mho>