

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І РИРОДОКОРИСТУВАННЯ
УКРАЇНИ

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

В.о. директора ННІ неперервної освіти і туризму
Проф. Гриценко І.С.



«09» 06 2022 року

«СХВАЛЕНО»

на засіданні кафедри готельно-ресторанної
справи та туризму

Протокол № 14 від «06» 06 2022 р.

Завідувач кафедри
Левицька І.В.

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант ОП «Туризм»

Кудінова І.П.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЕКОНОМІКА ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Спеціальність 242 «Туризм»

Освітня програма «Туризм»

ННІ неперервної освіти і туризму

Розробник: професор, д.е.н., професор Бардаш С.В.

Київ – 2022 р.

1. Опис навчальної дисципліни **Економіка туристичного підприємства**

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Галузь знань	24 «Сфера обслуговування»	
Освітній ступінь	Бакалавр	
Спеціальність	242 «Туризм»	
Освітня програма	Туризм	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	3	
Курсовий проект (робота)	-	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	2	3
Семестр	4	3
Лекційні заняття	30 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	8 год.
Лабораторні заняття	-	-
Самостійна робота	60 год.	104 год.
Індивідуальні завдання	30 год.	30 год.
Кількість тижневих годин для денної форми навчання	4 год.	

2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Мета: формування системи теоретичних знань з особливостей економічних відносин та економічного механізму підприємств туризму, сучасного економічного мислення та комплексного розуміння проблем управління виробничою і комерційно-фінансовою діяльністю, а також умінь та практичних навичок аналізу показників господарсько-виробничої діяльності туристичного підприємства з урахуванням чинників зовнішнього й внутрішнього середовища його функціонування та економічного обґрунтування управлінських рішень.

Завдання: теоретична та практична підготовка студентів з концептуальних основ економіки туристичних підприємств, набуття навичок самостійної роботи щодо розробки базових стратегій розвитку підприємства за наслідками аналізу результатів його діяльності з метою забезпечення економічної ефективності та задоволення потреб туристів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

- суть підприємницької діяльності в галузі туризму;
- зовнішнє та внутрішнє середовище об'єкта підприємницької діяльності;
- ресурсну основу суб'єкта підприємницької діяльності;
- основні поняття економіки підприємств туристичної індустрії;
- економічний механізм функціонування підприємств туризму в умовах ринкової економіки;
- фактори, які впливають на різні аспекти діяльності підприємств туристичної індустрії та механізми управління ними;
- суть виробничої програми підприємств секторів туризму;
- економічну суть показників діяльності підприємств туризму;
- систему взаємозв'язків результатів господарської діяльності підприємств туризму;
- методи аналізу та планування показників розвитку підприємств туризму;

вміти:

- оцінювати економічний стан туристичного підприємства;
- обґрунтувати стратегію управління ресурсним потенціалом туристичного підприємства;
- правильно обирати методи планування залежно від результатів аналізу виробничої і фінансово-комерційної діяльності та цілей розвитку підприємства;
- управляти поточними витратами підприємства і собівартістю продукції;
- обґрунтовувати плани з реалізації туристичного продукту, формування доходу та прибутку підприємства;
- визначати резерви підвищення ефективності виробничої та фінансово-комерційної діяльності підприємства;

- користуватися методичним інструментарієм для здійснення необхідних розрахунків.

Набуття компетентностей:

загальні компетентності (ЗК):

ЗК3. Розуміння та власне осмислення основних світоглядних концепцій і принципів у навчанні і професійній діяльності;

ЗК4. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу;

ЗК5. Соціальна відповідальність та екологічність мислення;

ЗК6. Здатність шукати, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел;

ЗК7. Здатність зосереджуватись на якості та результаті при виконанні завдань;

ЗК8. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій;

ЗК9. Здатність визначати, формулювати і вирішувати проблеми;

ЗК10. Здатність спілкуватися державною мовою;

ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії, уміння працювати автономно та в команді;

ЗК13. Здатність планувати час та управляти ним;

фахові компетентності спеціальності (ФК):

ФК1. Знання та розуміння предметної області своєї професії;

ФК2. Уміння застосовувати фахові знання на практиці;

ФК3. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій;

ФК4. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління;

ФК6. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного);

ФК8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем;

ФК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал;

ФК11. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку.

3. Програма та структура навчальної дисципліни для
повного терміну денної форми навчання;
скороченого терміну заочної форми навчання;

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма							заочна форма					
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	ла б	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Змістовий модуль 1. Основи економіки туристичного підприємства													
Тема 1. Туризм в економічній системі країни і світу	1	10	2	2	-	2	4	10	-	-	-	2	8
Тема 2. Підприємницька діяльність як основа туристичного бізнесу	2	10	2	2	-	2	4	10	-	-	-	2	8
Тема 3. Місце економічної стратегії в управлінні туризмом	3	10	2	2	-	2	4	11	1	-	-	2	8
Тема 4. Формування та реалізація туристичного продукту	4,5	20	4	4	-	4	8	15	1	-	-	4	10
Разом за змістовим модулем 1	50		10	10	-	10	20	46	2	-	-	10	34
Змістовий модуль 2. Процеси та ресурси туристичного підприємства													
Тема 5. Виробнича програма підприємств туристичного бізнесу	6	10	2	2	-	2	4	11	1	-	-	2	8
Тема 6. Планування експлуатаційної діяльності підприємств розміщення туристів	7	10	2	2	-	2	4	11	1	-	-	2	8
Тема 7. Виробнича програма та товарооборот підприємств харчування туристів	8,9	20	4	4	-	4	8	14	-	-	-	4	10

Тема 8. Трудові ресурси та оплата праці на підприємствах	10	10	2	2	-	2	4	10	-	-	-	2	8
Разом за змістовим модулем 2	50		10	10	-	10	20	46	2	-	-	10	34
Змістовий модуль 3. Результати діяльності туристичного підприємства													
Тема 9. Джерела формування та напрями використання доходу туристичних підприємств.	11	10	2	2	-	2	4	13	1	2	-	2	8
Тема 10. Поточні витрати та собівартість туристичного продукту	12	10	2	2	-	2	4	13	1	2	-	2	8
Тема 11. Система формування й розподілу прибутку туристичних підприємств	13,14	20	4	4	-	4	8	19	1	2	-	4	12
Тема 12. Рух грошових коштів на підприємствах туристичного бізнесу	15	10	2	2	-	2	4	13	1	2	-	2	8
Разом за змістовим модулем 3	50		10	10	-	10	20	58	4	8	-	10	36
Усього годин	150		30	30		30	60	150	8	8	-	30	104

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність, склад та перспективи розвитку туристичної індустрії	2
2	Умови та особливості здійснення підприємництва у галузі туризму	2
3	Вибір економічної стратегії управління туристичним підприємством	2
4	Ідентифікація зовнішніх факторів впливу на планування обсягів реалізації туристичного продукту	2
5	Оцінювання фінансової стійкості туристичного підприємства.	2
6	Складання виробничої програми туристичного оператора	2
7	Факторний аналіз доходу готельного підприємства	2
8	Розробка виробничої програми підприємства харчування туристів	2
9	Розрахунок показників кадрового стану та потреби в кадрах підприємств туристичного бізнесу	2

10	Формування доходів туристичного підприємства	
11	Оптимізація доходів туристичного підприємства	2
12	Розрахунок собівартості та ціни туристичного продукту	2
13	Розрахунок показників рентабельності туристичного підприємства	2
14	Визначення показників руху грошових коштів туристичного підприємства	2
15	Оптимізація руху грошових коштів туристичного підприємства.	2
	Разом	30

5. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

Контрольні питання

1. Сфери економіки туристичної діяльності та основні завдання економічної діяльності суб'єктів туристичного бізнесу
2. Місце готельного господарства в обслуговуванні туристів
3. Туристичний бізнес як економіко-технологічна система
4. Сутність і показники експлуатаційної програми підприємств готельного типу
5. Сучасний стан і перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні
6. Розробка експлуатаційної програми закладів розміщування туристів
7. Сутність та особливості підприємницької діяльності в туризмі
8. Планування доходів підприємств готельного типу
9. Правові основи організації туристичного бізнесу в Україні
10. Економічна сутність і види діяльності підприємств харчування
11. Напрямки реалізації державної політики розвитку туризму
12. Класифікація підприємств харчування в туристичній сфері діяльності
13. Характеристика умов розвитку туристичного бізнесу
14. Характеристика продукції підприємств харчування
15. Принципи підприємницької діяльності в туристичному бізнесі
16. Склад і структура товарообороту підприємства ресторанного господарства
17. Державне регулювання туристичного бізнесу в Україні
18. Обґрунтування виробничої програми та плану товарообороту підприємств ресторанного господарства
19. Ресурсне забезпечення туристичної діяльності
20. Оцінювання стану та ефективності використання трудових ресурсів суб'єктів туристичного бізнесу
21. Характеристика взаємозв'язків туроператора з постачальниками та покупцями туристичних послуг
22. Мотивація праці та організація заробітної плати працівників підприємства туристичного бізнесу
23. Загальні показники оцінки туристичної діяльності
24. Державне й договірне регулювання оплати праці у туристичному бізнесі

25. Сутність і роль підприємницької стратегії в розвитку туристичного бізнесу
26. Планування чисельності працівників туристичного бізнесу
27. Види базових економічних стратегій діяльності туристичних підприємств
28. Обґрунтування витрат на оплату праці працівників туристичного підприємства
29. Процес обґрунтування економічної стратегії туристичного підприємства та розробка стратегічних альтернатив
30. Сутність і роль доходу підприємств туристичного бізнесу
31. Стратегічні альтернативи базовим стратегіям туристичного підприємства
32. Економічний механізм формування доходу туристичного підприємства
33. Механізми економічного управління туристичним бізнесом
34. Стратегія формування доходу туристичного підприємства
35. Комерційний розрахунок у системі економічного управління туристичними підприємствами
36. Політика оптимізації доходу туристичних підприємств
37. Логістичний підхід до обслуговування туристопотоків
38. Сутність і структура витрат на формування та реалізацію туристичного продукту
39. Місце реалізації туристичного продукту (послуг) в економіці суб'єктів туристичного бізнесу
40. Калькуляція собівартості і цін на туристичний продукт
41. Класифікація планів реалізації туристичних послуг (турпродукту)
42. Планування витрат туристичних підприємств
43. Маркетингові концепції планування реалізації туристичних послуг
44. Сутність, види та джерела отримання прибутку в туристичному бізнесі
45. Характеристика реактивного, інактивного та преактивного планування обсягу реалізації туристичного продукту
46. Показники прибутку та рентабельності підприємств туристичного бізнесу
47. Методи планування продажу туристичного продукту й окремих послуг
48. Стратегія економічного управління прибутком підприємств
49. Характеристика економіко-статистичного методу планування реалізації туристичного продукту
50. Економічне управління формуванням і розподілом прибутку підприємств
51. Характеристика методу планування, заснованого на еластичності реалізації турпродукту від платоспроможного попиту населення
52. Сутність, роль і види грошових потоків
53. Програмно-цільовий метод планування продажу туристичного продукту
54. Мета і принципи економічного управління рухом грошових коштів
55. Оцінювання запасу фінансової міцності підприємства
56. Методи оптимізації руху грошових коштів

57. Виробнича програма туристичного оператора: сутність і структура
58. Планування руху грошових коштів підприємств
59. Принципи та етапи розробки виробничої програми туристичного оператора
60. Оцінювання ефективності формування та використання грошових коштів.

Тести

1. Економіка туристичної діяльності охоплює:

- а) створення та надання туристичних послуг в обсягах і в терміни, обумовлені договором на організацію подорожей
- б) ефективне використання вільних коштів нерезидентів;
- в) кооперування суб'єктів АПК;
- г) створення умов для оздоровлення місцевого населення.

2. Склад виробничої програми туроператора:

- а) план ресурсного забезпечення виробничої програми;
- б) кошторис витрат туроператора;
- в) графік документообігу;
- г) звіт про дебіторську заборгованість.

3. Принципи розробки виробничої програми туроператора:

- а) наукове обґрунтування можливих обсягів реалізації конкретних туристичних послуг і укомплектованих турів;
- б) економічна самостійність підприємницької структури;
- в) економічна зацікавленість;
- г) контрольованість.

4. Основні завдання економічної діяльності суб'єктів туристичного бізнесу:

- а) створення (комплектування) туристичного продукту;
- б) мінімізація податків;
- в) використання протиріч у галузевому законодавстві;
- г) перерозподіл доходів територіальних громад.

5. Реалізація державної політики розвитку туризму здійснюється шляхом:

визначення пріоритетних напрямів туристичної діяльності;

- а) визначення рівня забруднення окремих територій;
- б) розробки норм господарського законодавства;
- в) сплати зовнішнього державного боргу.

6. Передумови розвитку підприємництва в туризмі:

- а) приватна власність на засоби виробництва;
- б) ефективне використання вільних коштів нерезидентів;
- в) кооперування суб'єктів АПК;
- г) створення умов для оздоровлення місцевого населення.

7. Функції підприємництва в туризмі:

- а) організація маркетингу і реклами з метою визначення місткості ринку вироблюваних і запроектованих до впровадження туристичних послуг;

- б) виведення валютних надходжень з України;
- в) контроль товарів, робіт і послуг через кордон України;
- г) розробка заходів з мінімізації антропогенного впливу на навколишнє середовище.

8. Найважливіші показники оцінки туристичної діяльності суб'єктів підприємництва:

- а) кількість обслужених туристів та екскурсантів;
- б) залишок коштів на поточному рахунку;
- в) структура звіту про фінансовий стан;
- г) валовий внутрішній продукт.

9. Принципи розробки виробничої програми туроператора:

- а) підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу туризму та ресурсів підприємства (матеріальних, трудових, фінансових; інформаційних);
- б) економічна самостійність підприємницької структури;
- в) економічна зацікавленість;
- г) матеріальна відповідальність.

10. Об'єкти економічної стратегії туристичних підприємств:

- а) окремі туристичні послуги або комплекс туристичних послуг, що утворюють туристичний продукт;
- б) ефективне використання вільних коштів нерезидентів;
- в) кооперування суб'єктів АПК;
- г) створення умов для оздоровлення місцевого населення.

11. Методологічні особливості стратегічного планування у туристичному бізнесі:

- а) адаптивність планів, що проявляється в їх гнучкості та легкому пристосуванні до невизначеності змін зовнішнього середовища;
- б) застосування методів теоретичного пізнання;
- в) візуалізація зовнішніх факторів;
- г) моделювання уникнення банкрутства.

12. Найважливіші показники оцінки туристичної діяльності суб'єктів підприємництва:

- а) рентабельність туристичної діяльності;
- б) залишок коштів на поточному рахунку;
- в) структура звіту про фінансовий стан;
- г) валовий внутрішній продукт.

13. Функції підприємництва в туризмі:

- а) формування ефективної системи забезпечення туристичної діяльності необхідними ресурсами;
- б) забезпечення високої облікової ставки за кредитними операціями;
- в) надання освітніх послуг;
- г) вплив на курс національної валюти.

14. Передумови розвитку підприємництва в туризмі:

- а) гнучкий ринковий механізм участі туризму в глобалізаційних процесах і в інтеграції України в європейські та світові економічні структури;

- б) фіналізація вступу до ЄС;
- в) зменшення квот на забруднення повітря;
- г) створення умов для оздоровлення місцевого населення.

15. Реалізація державної політики розвитку туризму здійснюється шляхом:

- а) участі в розробленні та реалізації міжнародних програм розвитку туризму
- б) забезпечення валютних надходжень до бюджету держави (регіону) та отримання прибутку суб'єктами туризму;
- в) ефективного використання вільних коштів нерезидентів;
- г) сприяння зайнятості населення та задоволення його різноманітних потреб.

16. Принципи розробки виробничої програми туроператора:

- а) систематичне оновлення асортименту і підвищення якості туристичних послуг відповідно до ринкового попиту;
- б) економічна самостійність підприємницької структури;
- в) матеріальна відповідальність;
- г) компаративність.

17. Рентабельність підприємства – це:

- а) одержаний підприємством прибуток;
- б) відношення прибутку до середньої вартості необоротних та оборотних активів;
- в) валовий прибуток на 1 грн. обсягу реалізованої продукції;
- г) відносна дохідність або прибутковість, що вимірюється у відсотках до витрат коштів або капіталу.

18. Логістичний підхід передбачає:

- а) оптимізацію взаємодії всіх підприємницьких структур, які забезпечують життєдіяльність і задоволення пізнавально-культурних, рекреаційно-оздоровчих, культово-релігійних, освітніх, спортивних, пригодницьких та інших потреб туристів;
- б) спрямованість на перспективи розвитку підприємства в єдиній системі туристичного бізнесу;
- в) застосування методів теоретичного пізнання;
- г) візуалізація зовнішніх факторів.

19. Головні зовнішні фактори впливу на планування обсягів реалізації туристичного продукту:

- а) політична та економічна ситуація в країні й у світі;
- б) облікова політика туроператора;
- в) якість інтелектуального капіталу;
- г) зміна ставки податок на прибуток.

20. Виробнича концепція спрямована на:

- а) удосконалення процесу виробництва та комплектування турпродукту з метою зниження його собівартості;
- б) врахування суспільних потреб та інтересів перспективного характеру;

- в) поліпшення споживчих властивостей турпродукту (послуг), підвищення його якості;
- г) активізацію роботи збутових служб.

21. Продуктова концепція спрямована на:

- а) поліпшення споживчих властивостей турпродукту (послуг), підвищення його якості;
- б) удосконалення процесу виробництва та комплектування турпродукту з метою зниження його собівартості;
- в) врахування суспільних потреб та інтересів перспективного характер;
- г) активізацію роботи збутових служб.

22. Комерційна концепція спрямована на:

- а) активізацію роботи збутових служб;
- б) поліпшення споживчих властивостей турпродукту (послуг), підвищення його якості;
- в) удосконалення процесу виробництва та комплектування турпродукту з метою зниження його собівартості;
- г) врахування суспільних потреб та інтересів перспективного характер.

23. Концепція індивідуального маркетингу спрямована на:

- а) виявлення і задоволення індивідуальних потреб туриста;
- б) поліпшення споживчих властивостей турпродукту (послуг), підвищення його якості;
- в) активізацію роботи збутових служб;
- г) врахування суспільних потреб та інтересів перспективного характер.

24. Склад виробничої програми туроператора:

- а) завдання з підвищення якості турпродукту та послуг;
- б) аналітична довідка про заборгованість кредиторам;
- в) фінансовий план туроператора;
- г) кредитна угода.

25. Принципи розробки виробничої програми туроператора:

- а) узгодження виробничої програми туроператора з виробничими програмами обслуговуючих підприємств, які пов'язані кооперативними або договірними відносинами;
- б) економічна самостійність підприємницької структури;
- в) економічна зацікавленість;
- г) контрольованість.

26. Продуктивність праці визначається:

- а) кількістю трудових операцій виконаних за одиницю робочого часу;
- б) загальним обсягом продукції, виготовленої трудовим колективом підприємства;
- в) прямими затратами людино-годин, що виникають у процесі виконання технологічних операцій;
- г) здатністю конкретних робітників виробляти певну кількість продукції на одиницю робочого часу.

27. Відношення виробленої продукції до затрат праці, які вимірюються в людино-годинах, людино-днях, або середньорічній кількості працівників характеризує:

- а) інтенсивність праці;
- б) економічну ефективність затрат праці;
- в) трудомісткість продукції.
- г) продуктивність праці.

28. Найважливіша властивість праці – це:

- а) кваліфікація персоналу;
- б) сезонність;
- в) ритмічність;
- г) продуктивність.

29. Співвідношення чисельності основних робітників і чисельності допоміжних робітників – це показник:

- а) плинності персоналу;
- б) рівня дисципліни;
- в) продуктивності праці;
- г) частки окремих категорій працівників.

30. Продуктивність праці – це:

- а) витрати живої праці на виробництво одиниці продукції;
- б) міра кількості затраченої праці;
- в) кількість продукції на одиницю робочого часу;
- г) витрати суспільно необхідної праці на виробництво одиниці продукції.

31. Співвідношення кількості звільнених працівників з усіх причин і середньоблікової її чисельності – це показник

- а) частки окремих категорій працівників;
- б) рівня дисципліни;
- в) продуктивності праці.
- г) плинності персоналу.

32. Змінними називають такі витрати:

- а) на величину яких керівник відповідного рівня управління може впливати повністю;
- б) що безпосередньо не змінюється при збільшенні або зменшенні масштабів виробництва в короткостроковому періоді;
- в) що здійснюється незалежно від волі керівника відповідного рівня управління і кваліфікації працівників;
- г) величина яких безпосередньо залежить від масштабів виробництва продукції.

33. Залежно від характеру зв'язку з обсягом виробництва продукції витрати виробництва поділяють на:

- а) основні та неосновні;
- б) прямі та непрямі;
- в) операційні та фінансові;
- г) постійні та змінні.

34. Собівартість, як один з найважливіших показників господарської діяльності, показує:

- а) прибутковість підприємства;
- б) окупність витрат прибутком;
- в) темпи розширеного відтворення та підвищення матеріальної заінтересованості працівників;
- г) у що саме обходиться турпідприємству виробництво відповідного виду продукції і наскільки економічно вигідним воно є.

35. Процес визначення обсягу і структури питомих операційних витрат на виробництво і реалізацію окремих видів продукції називається:

- а) управлінням витратами;
- б) обліком та аналізом витрат;
- в) нормуванням витрат;
- г) калькулюванням собівартості продукції.

36. Витрати виробництва на підприємстві складаються із:

- а) відсотка за кредитом, заробітної плати, підприємницького прибутку, амортизаційних відрахувань;
- б) витрат на відрядження і представницьких витрат, вартості матеріалів, податку з прибутку, прибуткового податку;
- в) податків, заробітної плати, амортизаційних відрахувань, податку з прибутку;
- г) заробітної плати, амортизаційних відрахувань, вартості матеріалів, накладних витрат.

37. Вартість тих матеріальних ресурсів, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкту витрат називають:

- а) загальновиробничі витрати;
- б) адміністративні витрати;
- в) операційні витрати;
- г) прямі матеріальні витрати.

38. Загальногосподарські витрати, які спрямовані на управління підприємством в цілому та на його обслуговування називаються:

- а) загально-виробничі витрати;
- б) операційні витрати;
- в) витрати на збут;
- г) адміністративні витрати.

39. Прибуток розраховується:

- а) відніманням з вартості валової продукції її собівартості;
- б) відніманням з вартості товарної продукції витрат виробництва;
- в) відніманням з вартості валової продукції в оцінці по собівартості матеріальних витрат на її виробництво;
- г) відніманням із грошової виручки від реалізації продукції повної собівартості реалізованої продукції.

40. Прибуток від реалізації продукції – це:

- а) виручка від реалізації продукції;
- б) грошове вираження вартості товару;

- в) чистий прибуток підприємства;
- г) різниця між виручкою від реалізації продукції та її повною собівартістю.

41. Грошові надходження від продажу продукції – це:

- а) прибуток;
- б) чистий дохід;
- в) кінцева продукція;
- г) виручка від реалізації.

42. Винагороди працівникам за підсумками роботи за рік у складі коштів, які спрямовуються на споживання, належать до:

- а) фонду основної заробітної плати;
- б) фонду додаткової заробітної плати;
- в) фонду виплати дивідендів;
- г) фонду матеріального стимулювання.

43. Рентабельність являє собою:

- а) реалізовану частину чистого доходу;
- б) сукупність спожитих і перенесених на продукцію виробничих ресурсів;
- в) збільшення грошової виручки та зниження собівартості продукції;
- г) економічну категорію, яка означає дохідність, прибутковість виробництва.

6. Методи навчання

Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності студентів, які використовуються при вивченні дисципліни:

- 1) в аспекті передачі і сприйняття навчальної інформації: словесні (лекція); наочні (ілюстрація, демонстрація);
- 2) в аспекті логічності та мислення: пояснювально-ілюстративні (презентація); репродуктивні (короткі тестові контрольні);
- 3) в аспекті керування навчанням: навчальна робота під керівництвом викладача; самостійна робота під керівництвом викладача;
- 4) в аспекті діяльності в колективі: методи стимулювання (додаткові бали за реферати, статті, тези);
- 5) в аспекті самостійної діяльності: навчальний модуль: питання типу «есе»; вибіркові тести.

7. Форми контролю

Основними формами організації навчання під час вивчення дисципліни «Економіка туристичного підприємства» є лекції, практичні заняття, консультації, самостійна індивідуальна робота студентів.

Відповідно до вище зазначених форм організації навчання формами контролю засвоєння програми є: самоконтроль, написання модульних контрольних робіт, виконання курсової роботи та іспит за період вивчення дисципліни.

Контрольні заходи, які проводяться в університеті визначають відповідність рівня набутих студентами знань, умінь та навичок вимогам

нормативних документів щодо вищої освіти і забезпечують своєчасне коригування навчального процесу.

При вивченні навчальної дисципліни «Економіка туристичного підприємства» використовуються такі види контролю: вхідний, поточний, рубіжний, підсумковий та відстрочений.

Вхідний контроль проводиться перед вивченням предмету з метою визначення рівня підготовки студентів з відповідних дисциплін, які формують базу для його опанування. Вхідний контроль проводиться на першому занятті по питаннях, які відповідають програмі попередньої дисципліни. Результати вхідного контролю враховують при коригуванні завдань для самостійної роботи студентів.

Поточний контроль проводиться викладачами у ході аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів за визначеною темою. Основна мета поточного контролю – забезпечення зворотного зв'язку між викладачами та студентами, управління навчальною мотивацією студентів. Інформація, одержана при поточному контролі, використовується як викладачем – для коригування методів і засобів навчання, - так і студентами – для планування самостійної роботи. Особливим видом поточного контролю є підсумковий контроль за змістовими модулями.

Поточний контроль може проводитися у формі усного опитування, письмового експрес-контролю, виступів студентів при обговоренні теоретичних питань, а також у формі комп'ютерного тестування. Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією для визначення підсумкової оцінки з дисципліни при рубіжному модульному контролі.

Рубіжний модульний контроль – це контроль знань студентів після вивчення логічно завершеної частини навчальної програми дисципліни змістового модуля. Рубіжний модульний контроль є необхідним елементом модульно-рейтингової технології навчального процесу. Частота проведення цього виду контролю визначається кількістю змістових модулів протягом навчального семестру.

Семестровий контроль з дисципліни «Економіка туристичного підприємства» проводиться відповідно до навчального плану у вигляді заліку в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою програмою дисципліни згідно з **«Положенням про екзамен та заліки в Національному університеті біоресурсів і природокористування України»**.

У НУБіП України використовується рейтингова форма контролю після закінчення логічно завершеної частини лекційних та практичних занять (модуля) з певної дисципліни. Її результати враховуються під час виставлення підсумкової оцінки.

Рейтингове оцінювання знань студентів не скасовує традиційну систему оцінювання, а існує поряд із нею. Воно робить систему оцінювання більш гнучкою, об'єктивною і сприяє систематичній та активній самостійній роботі студентів протягом усього періоду навчання, забезпечує здорову конкуренцію

між студентами у навчанні, сприяє виявленню і розвитку творчих здібностей студентів.

Форма проведення семестрового контролю є комбінованою (частково усна - при проведенні співбесіди, частково письмова - при відповідях на теоретичні питання та тестуванні тощо), зміст і структура екзаменаційних білетів (контрольних завдань), критерії оцінювання визначаються рішенням кафедри та зазначаються у робочій програмі навчальної дисципліни «Економіка туристичного підприємства» й доводяться до відома студентів на першому занятті.

Іспит – це вид підсумкового контролю, при якому засвоєння студентом навчального матеріалу з дисципліни оцінюється на підставі результатів поточного модульного контролю та підсумкової атестації).

За рівнем виділяють такі види контролю: самоконтроль, кафедральний, факультетський, ректорський та міністерський.

Самоконтроль при вивченні дисципліни «Економіка туристичного підприємства» призначений для самооцінки студентами якості засвоєння навчального матеріалу. З цією метою у робочій програмі навчальної дисципліни передбачаються питання для самоконтролю.

8. Розподіл балів, які отримують студенти. Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про введення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи $R_{\text{нр}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}$.

9. Методичне забезпечення

1. Силабус навчальної дисципліни «Економіка туристичного підприємства».
2. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни.
3. Методичні вказівки до проведення практичних занять.
4. Методичні вказівки до самостійної роботи студентів.
5. Методичні вказівки до виконання індивідуального завдання студента.

10. Рекомендована література

основна

1. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 224 с.
2. Левицька І.В., Климчук О.А., Басюк Д.І., Москвічова О.С. Економіка туризму: навчальний посібник. Житомир: «ПП «ТД Едельвейс і К», 2020. 488 с.
3. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник. К.: Знання, 2005, 241 с.
4. 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.

додаткова

5. Аветісова А.О., Сорока С.В. Підприємства харчування в системі туризму: Моногр. Донецьк: ДонДУЕТ, 2002. 165 с.
6. Бардаш С.В. Контроль франчайзингових відносин в туристичному бізнесі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*, 2021. Випуск 41. С. 17-21.
7. Бардаш С.В., Петрук О.М. Ідентифікація фінансового потенціалу франчайзингової туристичної мережі: гносеологічний дискурс. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021, № 1 (95). С. 69-75.
8. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
9. Закон України «Про оплату праці». Відомості Верховної Ради. 1995. №3. Ст. 121.
10. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
11. Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» від 11.09.2003 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>
12. Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» від 06.09.2005 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2806-15>
13. Закон України «Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності» від 19.05.2011 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/3392-17>
14. 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>
15. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навч. посібник. К.: Кондор, 2003. 296 с.
16. Крушельницька О.В. Управління витратами: Навч. посібник. Ж.: ЖДТУ, 2005. 196 с.
17. Левицька І.В., Чорна Л.О., Корж Н.В. Економіка підприємства: навчальний посібник. Вінниця: ПП «ТД Едельвейс і К», 2008. 369 с.

- 18.Левицька І.В., Корж Н.В., Кізюн А.Г., Онищук Н.В. Стратегія розвитку регіонального туризму: монографія. Вінниця: Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2013. 192 с.
- 19.Левицька І.В. Маркетингове управління процесом формування туристичного продукту суб'єктами господарської діяльності. Менеджмент суб'єктів господарювання в умовах забезпечення сталого розвитку: кол. монографія / за заг. ред.. д.е.н., проф. Тарасюк Г.М. Житомир: ЖДТУ, 2017. 300 с. (С.259-275)
- 20.Левицька І.В., Корж Н.В., Онищук Н.В. Готельна справа: навчальний посібник. Вінниця: «ПП «ТД Едельвейс і К», 2015. 580 с.
- 21.Левицька І.В., Климчук А.О. Оцінка ефективності діяльності ресторанного господарства України. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 3. С. 56-61.
- 22.Левицька І.В. Формування попиту та стимулювання збуту послуг готельних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019, № 4. С. 43-50
- 23.Левицька І.В. Стратегія ефективного використання і розвитку підприємств туристично-рекреаційної сфери. *Формування ринкових відносин*. 2018. №6. Т.2 С. 54-62.
- 24.Левицька І.В., Климчук А.О. Механізм формування конкурентоспроможності готельних підприємств. *Бізнесінформ*. Харків, 2018. №9 (488). С. 232-238.
- 25.Левицька І.В., Климчук А.О. Формування стратегії управління персоналом в системі ефективного управління підприємством. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2019. Вип. 7-8. С. 68-74.
- 26.Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
- 27.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», зареєстроване в Мінюсті України 19.01.2000 р. за №27/4248.
- 28.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Доход», зареєстроване в Мінюсті України 14.12.1999 р. за №860/4153.
- 29.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток», зареєстроване в Мінюсті України 20.01.2001 р. за №47/5238.
- 30.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 4 «Звіт про рух грошових коштів», зареєстроване в Мінюсті України 21.06.1999 р. за №398/3691.
- 31.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 «Звіт про фінансові результати», зареєстроване в Мінюсті України 21 червня 1999 р. за №397/3690.
- 32.Про внесення змін до Закону України «Про туризм» Закон України від 20 листопада 2003 р. № 1300-IV. Відомості Верховної Ради України. 2004. № 13.С. 434-452.
- 33.Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навч. посібн. К.: Вид-во "Центр навч. літ-ри", 2007. 344 с.

34. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
35. Чорненко Н. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. К.: Атака, 2008. 392с.
36. Levytska I.V., Mykytsei T.D. Current situation of the tourist industry in Ukraine: problems of development and ways of improvement. Біоекономіка і аграрний бізнес. 2020. №1. С. 63-72.
37. Levytska I., Klymchuk A., Biletska N., Kotseruba N. Strategy of tourism development for the middle-sized town: from scenarios to strategic maps. Journal of Environmental Management and Tourism/ 2020. Volume XI, Issue 6(46). S. 1445-1454.

11. Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Верховної Ради України URL: www.rada.gov.ua
2. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: www.kmu.gov.ua
3. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: www.minfm.gov.ua
4. Актуальні проблеми економіки. URL: <http://eco-science.net/>
5. Регіональна економіка. URL: <http://www.irr.org.ua/pe/>
6. Збірник наукових праць "Географія та туризм". URL: <http://univ.kiev.ua/ua/science/journals/csp-gt>
7. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. URL: <http://tourism.knukim.edu.ua/>
8. Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: економіка, право, політологія, туризм. URL: <http://jrnل.nau.edu.ua/index.php/IMV>
9. Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. URL: <https://www.socosvita.kiev.ua/publishing/bulletin>
10. Journal of Hospitality and Tourism Research. URL: <https://journals.sagepub.com/home/jht>
11. Современные проблемы сервиса и туризма. URL: <https://www.spst-journal.org/spst>
12. «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». URL: <http://science.lpnu.ua/uk/smeu>
13. «Менеджмент». URL: <http://menagement.knutd.edu.ua/>
14. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/>
15. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. URL: <http://itsf.chdtu.edu.ua/>
16. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/>
17. Journal of Sustainable Tourism. URL: <http://www.tandfonline.com/toc/rsus20/current#.UwcYyc60mho>

