

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ ТА МІЖНАРОДНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**Методичні рекомендації
з навчальної дисципліни**

**Ціноутворення
в готельно-ресторанних
закладах**

Рівень вищої освіти	Другий (магістр)
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	241 Готельно-ресторанна справа
Освітня програма	Готельно-ресторанна справа
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська

Методичні рекомендації з навчальної дисципліни «**Ціноутворення в готельно-ресторанних закладах**» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньою програмою «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа, галузі знань 24 Сфера обслуговування/ Укладач Г.В. Кіш. Ужгород, ДВНЗ «УжНУ», 2021. 35 с.

Укладач: **Кіш Галина Вікторівна**, к.е.н., доцент кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства

Рецензенти:

Шандор Федір Федорович - доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри соціології та соціальної роботи факультету суспільних наук ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Кубіній Наталія Юріївна - кандидат економічних наук, професор, заслужений економіст України, професор кафедри економіки і підприємництва економічного факультету ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Рекомендовано до друку на засіданні кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства ДВНЗ «УжНУ» протокол № 1 від 27.08.2021 р.

Завідувач кафедри _____ д.і.н., проф. Корсак Р.В.

Схвалено науково-методичною комісією факультету туризму та міжнародних комунікацій ДВНЗ «УжНУ» протокол № _____ від 31.08.2021 р.

Голова науково-методичної комісії _____ д.геогр.н., проф. Машіка Г.В.

ЗМІСТ

1. Вступ.....	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни.....	5
3. Очікувані результати навчання.....	6
4. Опис навчальної дисципліни.....	8
5. Програма навчальної дисципліни	9
6. Структура навчальної дисципліни.....	12
7. Орієнтовний перелік тем індивідуальних завдань.....	13
8. Засоби діагностики та критерії оцінювання результатів навчання.....	14
9. Перелік питань для модульної контрольної роботи № 1.....	18
10. Перелік питань для модульної контрольної роботи № 2.....	19
11. Тестові завдання для самоперевірки.....	20
12. Задачі та практичні завдання.....	24
13. Перелік питань для підсумкового модульного контролю (іспит).....	27
14. Рекомендовані джерела інформації.....	30
15. Додатки	33

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Ціноутворення в готельно-ресторанних закладах» висвітлює теоретичний матеріал щодо проблем ціноутворення в індустрії гостинності України, і розвиває у студентів практичні навички управління підприємствами готельно-ресторанного господарства.

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки в Україні діє значна кількість суб'єктів господарювання в сфері надання готельних та ресторанных послуг, які представлені різними організаційно-правовими формами. Ефективність господарської діяльності кожного з цих суб'єктів залежить не тільки від внутрішнього середовища самого підприємства. Вона в значній мірі визначається й характером макро- і мікросередовища їхнього функціонування.

На теперішній момент більшість підприємств сектору готельно-ресторанного бізнесу зустрічається з проблемою високої мінливості елементів зовнішнього середовища, невизначеністю деяких напрямів державного регулювання їх діяльності. Керівникам на практиці доводиться приймати безліч різноманітних управлінських рішень. Кожне рішення, яке стосується ціни, витрат підприємства, обсягу реалізації продукції, у кінцевому рахунку впливає на фінансові результати підприємства. Саме ціни визначають структуру виробництва, здійснюють реальний вплив на рух матеріальних потоків, рівень доходності підприємства. Знання правил обґрунтованої цінової стратегії і політики, етапів розробки цін, методів їх встановлення – це питання фінансової стійкості та конкурентоспроможності підприємства, засіб досягнення бажаних фінансово-економічних результатів.

Для отримання необхідних знань з дисципліни «Ціноутворення в готельно-ресторанних закладах» студенти повинні вивчити теоретичний курс відповідно до робочої програми, зміст якої по основних темах та методичні вказівки до їх вивчення містяться у цьому навчально-методичному комплексі.

Обов'язковим елементом успішного засвоєння навчального матеріалу дисципліни «Ціноутворення в готельно-ресторанних закладах» є самостійна робота студентів, яка є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від нормованих навчальних занять, тобто лекційних та практичних занять (аудиторної роботи).

Методична розробка спрямована на формування у студентів здатності самостійно мислити, на поглиблене опанування навчального матеріалу і засвоєння теоретичних знань, набуття практичних навичок виконання економічних розрахунків. Вона надає студентам можливість заздалегідь готувати тези своїх виступів на семінарських заняттях, виконувати завдання з проведення розрахунків, розв'язувати проблемні ситуації згідно з поданими до них рекомендаціями.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Ціноутворення в готельно-ресторанних закладах» є надання студентам теоретичних знань і практичних навичок з питань формування цін та розроблення цінової політики у діяльності закладів готельного та ресторанного господарства, прогнозування їх динаміки залежно від зміни попиту та пропозиції на ринку готельно-ресторанних послуг.

Завдання дисципліни полягає у засвоєнні студентами системних знань щодо політики формування цін, показу взаємозв'язку ціноутворення з іншими елементами маркетингової політики готельних та ресторанних підприємств.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких **компетентностей**:

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та інноваційного характеру в готельно-ресторанній справі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та / або здійснення інновацій

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК1. Здатність діяти на основі етичних мотивів, на засадах розуміння цивілізаційних гуманітарних цінностей та глобалізаційних процесів, стратегій національного розвитку

ЗК2. Здатність до пошуку, опрацювання, аналізу й узагальнення професійної та науково-технічної інформації

ЗК3. Здатність до аналізу, оцінки та генерування нових ідей

ЗК4. Здатність застосовувати системний аналіз при розробці та вирішенні професійних завдань

ЗК6. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні

ЗК10. Уміння розробляти проекти та керувати ними

Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (ФК)

ФК1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методологічний інструментарій, міждисциплінарні дослідження аналізу стану й розвитку глобальних та локальних ринків готельних і ресторанних послуг для розв'язання складних професійних задач

ФК2. Здатність формувати філософію, методологію, логіку, принципи об'єктивності наукового пошуку в готельній та ресторанній справі

ФК4. Здатність планувати та здійснювати ресурсне забезпечення діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу

ФК7. Здатність координувати та регулювати взаємовідносини з партнерами та споживачами

ФК8. Здатність управляти комерційною, маркетинговою, фінансовою діяльністю суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

ФК9. Здатність до підприємницької діяльності на національному та міжнародному рівнях

ФК12. Здатність оцінювати вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на функціонування підприємства для обґрунтування бізнес-проектів у готельно-ресторанній сфері

ФК14. Здатність розробляти та забезпечувати прийняття ефективних проектних рішень та визначати стратегічні завдання у розвитку готельного і ресторанного бізнесу

ФК15. Здатність до самостійного опанування новими знаннями, використання інноваційних технологій у сфері готельного та ресторанного бізнесу

ФК16. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі готельно-ресторанної справи у мультидисциплінарних контекстах, у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «Ціноутворення в готельно-ресторанних закладах», вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Програмні результати навчання	Шифр ПРН
Знання концепцій, методів науково-дослідної та професійної діяльності в сфері гостинності	ПРН1
Здатність розробляти і приймати ефективні рішення з питань розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики, забезпечувати їх реалізацію, аналізувати і порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та ймовірні наслідки їх впливу	ПРН2
Здійснювати моніторинг кон'юнктури ринку, інтерпретувати результати дослідження та прогнозувати напрями розвитку суб'єкта підприємницької діяльності в сфері гостинності	ПРН4
Оцінювати нові ринкові можливості, формувати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень	ПРН5

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «**Ціноутворення в готельно-ресторанних комплексах**»:

Очікувані результати навчання з дисципліни	Шифр ПРН
Знання основних концепцій ринкового ціноутворення. Знання та здатність використовувати на практиці різноманітні методи ціноутворення в залежності від сукупності внутрішніх і зовнішніх факторів середовища суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу.	ПРН1
Здатність аналізувати, прогнозувати та планувати витрати суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу. Вміння оцінювати фінансові ризики та ймовірні наслідки їх впливу на діяльність закладів готельно-ресторанного бізнесу. Вміння аналізувати та планувати податкову політику закладів готельно-ресторанного бізнесу.	ПР02
Здатність розробляти ефективні управлінські рішення щодо формування цінової політики та цінової стратегії суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу	ПР04
Вміння проводити економічний аналіз ціноутворення конкурентів на ринку готельно-ресторанного бізнесу. Здатність формувати цінові пропозиції в структурі маркетингової політики закладів готельно-ресторанного бізнесу.	ПР05

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 4	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120 год	1	1
Кількість модулів – 2	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 год самостійної роботи студента – 4	1	1
	Лекції:	
	26	8
	Практичні (семінарські):	
	22	8
Вид підсумкового контролю: іспит	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: усне опитування	Самостійна робота:	
	72	104

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль №1

Тема 1. Теоретичне підґрунтя та об'єктивна основа ціноутворення

Соціально-економічна природа ціни. Місце та роль ціни в ринковій економіці. Ціна як інструмент економічного управління, підвищення ефективності господарської діяльності підприємств.

Особливості та умови ринкового ціноутворення. Попит та пропозиція, їх вплив на формування ринкових цін. Ціна як інструмент конкуренції.

Теорії ціноутворення. Теорія трудової вартості, теорія витрат виробництва, теорія трьох чинників, теорія граничної корисності, неокласична теорія.

Економічні функції ціни, їх зміна в умовах ринкової економіки. Соціальні функції ціни в умовах ринкових відносин.

Тема 2. Механізм формування ринкової ціни послуги

Механізм формування ринкових цін, вплив стратегічних і тактичних факторів. Динаміка цін на конкурентному ринку формується під впливом двох груп факторів: стратегічного й тактичного характеру. Характеристика впливу тактичних та стратегічних факторів.

Внутрішні і зовнішні фактори, які впливають на формування цін на товари і послуги. Формування ціни відповідно до дії закону попиту та пропозиції.

Характеристика основних видів ринків за ступенем розвитку конкуренції (ринок чистої конкуренції, ринок монополістичної конкуренції, олігополістичний ринок, ринок чистої монополії).

Класифікація факторів ціноутворення, які впливають на зростання або зниження цін.

Тема 3. Система класифікації цін на товари і послуги споживчого ринку

Загальні ознаки класифікації цін: класифікація цін за сферами товарного обігу; класифікація цін за умовами постачання товару; класифікація цін за регіональною ознакою, класифікація цін за характером державного регулювання; класифікація цін за ступенем монополізації ринку; класифікація цін за періодом дії.

Специфічні різновиди цін, які застосовуються у сфері туристичної діяльності. Характеристика сезонних та рекламних цін. Різниця між цінами внутрішнього туристичного ринку та цінами міжнародного туристичного ринку.

Видова специфіка цін, що використовуються в ринковій практиці.

Тема 4. Методологічні основи ціноутворення в готельному та ресторанному господарстві

Характеристика взаємозв'язку цілей ціноутворення та рівня цін. Методи ціноутворення: ціноутворення на основі витрат і цільового прибутку,

ціноутворення зорієнтоване на ціни конкурентів, ціноутворення на основі прогнозування попиту клієнтів.

Методика розрахунку цін. Цінова еластичність попиту. Коефіцієнт еластичності. Класифікація попиту за характером цінової еластичності.

Тема 5. Структура вартості та ціни готельних послуг

Структура вартості готельного обслуговування. Формула Хаббарта, за якою визначається планова вартість послуг розміщення.

Вартість послуг розміщення. Поняття повна собівартість, її розрахунок.

Перелік витрат, що відносяться на собівартість послуг розміщення. Послідовність визначення окремих видів витрат, експлуатаційної й повної собівартості та вартості послуг розміщення.

Визначення прибутку та додаткові послуги готелю. Поняття мінімального, нормального, максимального та необхідного прибутку.

Структура відпускної ціни на додаткові (спеціальні, супутні) послуги готелю.

Типи готельних тарифів. Типи тарифів обслуговування. Види цінових знижок в готельних закладах.

Тема 6. Структура вартості та ціни в ресторанных закладах

Особливості та структура собівартості продукції ресторану. Аналіз витрат підприємств ресторанного бізнесу. Планування витрат підприємств ресторанного бізнесу.

Посередницько-збутові та торговельні надбавки як самостійні елементи ціни. Їх склад та порядок визначення. Умови застосування торгово-посередницьких знижок.

Відсотковий показник собівартості – «фудкост». Його різновиди та особливості розрахунку. Методи зменшення собівартості та «фудкосту».

Модуль 2.

Тема 7. Маркетингові цінові стратегії в готельному та ресторанному господарстві

Стратегія низьких цін та умови її ефективності. Стратегія високих цін та умови її ефективності. Переваги та недоліки стратегії високих цін. Стратегія нейтрального ціноутворення

Стратегія «зняття вершків». Стратегія «проникнення на ринок». Стратегія «престижних цін». Стратегія орієнтації на цінового лідера.

Стратегія зниження ціни продукту. Переваги даної стратегії та її дестабілізуючі фактори.

Стратегія диференціації продукту. Перелік конкурентних переваг при застосування даної стратегії, а також дестабілізуючих факторів.

Стратегія сегментування ринку. Визначення сегменту ринку, перелік конкурентних переваг, та дестабілізуючих факторів. Характеристики сегментування споживчого ринку.

Сутність стратегії нововведень. Перелік конкурентних переваг, необхідних умов для її застосування, дестабілізуючих факторів.

Сутність стратегії швидкого реагування на потреби ринку.

Тема 8. Цінова політика в діяльності закладів готельного та ресторанного господарства

Цінова політика підприємства та її основні цілі. Необхідність проведення аналізу умов беззбитковості та його завдання. Визначення мінімальної зміни обсягу реалізації за умови зміни самої ціни. Умови досягнення беззбитковості при зміні ціни та змінних витрат. Графік досягнення беззбитковості продажу при одночасній зміні ціни та постійних витрат. Визначення беззбиткової зміни ціни продажу в умовах пасивного ціноутворення.

Тема 9. Стратегія і тактика управління цінами в готельно-ресторанному господарстві

Стратегія і тактика управління цінами на послуги готельних підприємств. Система цінових знижок і надбавок в ціновій тактиці. Кількісні цінові знижки. Розробка шкали кількісних кумулятивних знижок. Знижки за швидкість платежу, сезонні, дилерські та інші види знижок. Сутність контролю за цінами та результатами впровадження тактичних заходів

Тема 10. Механізм цінової політики держави

Цінова політика держави та її основні цілі. Необхідність державного регулювання цін. Основні форми втручання держави у процес ціноутворення. Пряме регулювання цін та його методи. Непрямі методи державного регулювання цін.

Цілі державного регулювання цін. Система органів ціноутворення, їхні завдання та функції. Контроль за додержанням дисципліни цін. Система органів контролю за цінами. Вплив на економіку втручання держави у процеси ціноутворення шляхом введення фіксованих, або граничних цін.

Тема 11. Податкова складова ціноутворення в готельно-ресторанній сфері

Поняття системи оподаткування, склад податкових платежів. Сутність та принципи розробки податкової політики підприємств готельно-ресторанного господарства. Система податкових пільг та їх використання в процесі формування податкової політики підприємств готельно-ресторанного господарства. Аналіз та планування податкових платежів підприємств готельно-ресторанного господарства. Готельний (туристичний) збір. Податок на додану вартість і його визначення в ціні.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		лек	практ	с.р.		лек	практ	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Змістовий модуль 1.								
Теоретичне підґрунтя та об'єктивна основа визначення ціни товару чи послуги	9	2		7	10			10
Механізм формування ринкової ціни послуги	10	2	2	6	10			10
Система класифікації цін на товари і послуги споживчого ринку	9	2		7	10			10
Методологічні основи ціноутворення в готельному та ресторанному господарстві	12	4	2	6	11	2		9
Структура вартості та ціни готельних послуг	11	2	2	7	11	2		9
Структура вартості та ціни в ресторанних закладах	10	2	2	6	11		2	9
Модульна контрольна робота №1	2		2					
Разом за змістовим модулем 1	63	14	10	39	63	4	2	57
Змістовий модуль 2.								
Маркетингові цінові стратегії в готельному та ресторанному господарстві	11	2	2	7	12	2		10
Цінова політика в діяльності закладів готельного та ресторанного господарства	11	2	2	7	11		2	9
Стратегія і тактика управління цінами в готельно-ресторанному господарстві	11	2	2	7	11		2	9
Механізм цінової політики держави	10	2	2	6	11		2	9
Податкова складова ціноутворення в готельно-ресторанній сфері	12	4	2	6	12	2		10
Модульна контрольна робота №2	2		2					
Разом за змістовим модулем 2	57	12	12	33	57	4	6	47
Разом	120	26	22	72	120	8	8	104

ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ТЕМ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ

1. Моделі олігополії. Ціноутворення, яке обмежує входження у галузь.
2. Модель монопольної конкуренції.
3. Ціни та макроекономічні проблеми економіки (інфляція, тіньова економіка, інвестиції, зовнішня торгівля).
4. Ціни як фактор стимулювання економічного зростання.
5. Поняття, показники та методи дослідження ринкової кон'юнктури, їх використання для аналізу та прогнозування цін.
6. Методи трансфертного ціноутворення
7. Використання трансфертного ціноутворення для створення конкурентних переваг.
8. Ризик у ціноутворенні та страхування цін
9. Маркетинговий підхід в ціноутворенні.
10. Методи формування ціни на продукцію природних монополій.
11. Демпінг як форма цінової політики та антидемпінгове регулювання
12. Ціноутворення в умовах «сірих» ринків.
13. Стратегії ціноутворення на різних фазах життєвого циклу товарів і ринків
14. Змішані маркетингові стратегії і фази життєвого циклу товару.
15. Еволюція ринків та динаміка цінових стратегій.
16. Диференціація цін і цінова тактика.
17. Оперативна цінова політика.
18. Формування ціни бренду
19. Особливості ціноутворення продукції підприємств масового харчування.
20. Структура і склад продажної ціни.
21. Націнка підприємств масового харчування і особливості її розрахунку.
22. Калькуляційна картка підприємств масового харчування: склад і методика розрахунку.

ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- контроль за виконання модульних завдань (письмові роботи);
- контроль систематичності та активності роботи студента протягом семестру (практичні заняття);
- контроль індивідуальної (самостійної) роботи.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: усне опитування

Форма модульного контролю: письмове опитування

Форма підсумкового семестрового контролю: екзамен

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

Поточне оцінювання та самостійна робота						Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	50	100
5	5	10	10	10	10		

T1, T2 ... – теми

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота					Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	50	100
10	10	10	10	10		

T1, T2 ... – теми

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні (семінарські) заняття	6	50	5	50
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		100		100

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Оцінювання модульних завдань. Після виконання програми змістового модуля у визначений деканатом термін здійснюється поточний модульний контроль у вигляді письмової роботи, який оцінюється у межах від 0 до 50 балів.

Оцінювання систематичності та активності роботи студента. Протягом семестру проводяться практичні заняття для перевірки засвоєння теоретичної частини навчальної дисципліни та практичного закріплення здобутих знань, дане оцінювання здійснюється в межах від 0 до 50 балів.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Оцінювання навчальних досягнень студента здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання навчальних досягнень студентів УжНУ за кредитно-модульною системою» (затверджено наказом ректора ДВНЗ «УжНУ» № 03/01-17 від 03.03.2015 року), а також «Положенням про порядок та методику проведення семестрових (курсівих) екзаменів і заліків в УжНУ» (затверджено наказом ректора ДВНЗ «УжНУ» № 698/01-17 від 08.05.2015 року).

Після виконання змістового модуля здійснюється поточний контроль у вигляді письмової роботи. Оцінювання навчальних досягнень та практичних навичок студентів здійснюються за 100-бальною системою.

Студент, який в результаті поточного оцінювання або підсумкового контролю за модулем отримав більше 60 балів, має право не складати залік (іспит) з дисципліни. У такому випадку в заліково-екзаменаційну відомість заноситься загальна підсумкова оцінка. При умові, що студент(ка) хоче покращити підсумкову оцінку за модуль із дисципліни, він (вона) має складати залік чи іспит.

Студент, який за результатами модульних контролів отримав оцінку «F» (0-34 бали), повинен до проведення підсумкового контролю покращити цю оцінку принаймні до показника FX (35-59 балів) під час чергування викладача на кафедрі. Без такого покращення він (вона) до підсумкового контролю не допускається.

Студент, який в результаті підсумкового оцінювання за модулем отримав менше 60 балів зобов'язаний складати залік (іспит) з дисципліни. У разі, коли відповіді студента під час заліку (іспиту) оцінені менш ніж на 60 балів, він (вона) отримує незадовільну підсумкову оцінку.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ СТУДЕНТІВ

Мінімальний бал для отримання позитивної оцінки – 50, максимальний – 100	Оцінка за розширеною Національною шкалою (іспит / залік)	Критерії знань	Оцінка за шкалою ECTS
90 та вище	відмінно	<p>Студент виявляє початкові творчі здібності, самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, оцінює окремі нові факти, явища, ідеї; знаходить джерела інформації та самостійно використовує їх відповідно до цілей, поставлених викладачем дисципліни.</p> <p>Студент вільно висловлює власні думки, визначає програму особистої пізнавальної діяльності, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особисту позицію щодо них; без допомоги викладача знаходить джерела інформації і використовує одержані відомості відповідно до мети та завдань власної пізнавальної діяльності.</p> <p>Студент використовує набуті знання і вміння в нестандартних ситуаціях.</p>	A
82-89	дуже добре	<p>Студент вільно (самостійно) володіє вивченим обсягом матеріалу, в тому числі застосовує його на практиці; вільно вирішує завдання в нестандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу дисципліни.</p>	B
74-81	добре	<p>Студент вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати її на практиці, контролювати власну діяльність, виправляти помилки і добирати аргументи на підтвердження певних думок під керівництвом викладача.</p>	C
64-73	задовільно	<p>Студент може відтворити значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний</p>	D

		матеріал, порівнювати, робити висновки, виправляти допущені помилки.	
60-63	достатньо	Студент володіє матеріалом на рівні, вищому за початковий, здатний за допомогою викладача логічно відтворити значну його частину.	E
35-59	незадовільно	Студент володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу з дисципліни.	FX
1-34	неприйнятно	Студент володіє навчальним матеріалом на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів дисципліни, що позначаються ним окремими словами чи реченнями.	F

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ МОДУЛЬНОЇ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ № 1:

1. Соціально-економічна природа ціни.
2. Теорії ціноутворення.
3. Економічні функції ціни
4. Характеристика впливу тактичних та стратегічних факторів на формування ціни.
5. Внутрішні фактори, які впливають на формування цін на товари і послуги.
6. Зовнішні фактори, які впливають на формування цін на товари і послуги.
7. Формування ціни відповідно до дії закону попиту та пропозиції.
8. Характеристика основних видів ринків за ступенем розвитку конкуренції.
9. Класифікація факторів ціноутворення, які впливають на зростання або зниження цін.
10. Класифікація цін за сферами товарного обігу.
11. Класифікація цін за умовами постачання товару.
12. Класифікація цін за регіональною ознакою.
13. Класифікація цін за характером державного регулювання.
14. Класифікація цін за ступенем монополізації ринку.
15. Класифікація цін за періодом дії.
16. Специфічні різновиди цін, які застосовуються у сфері туристичної діяльності.
17. Різниця між цінами внутрішнього та міжнародного туристичного ринку.
18. Ціноутворення на основі витрат і цільового прибутку,
19. Ціноутворення зорієнтоване на ціни конкурентів,
20. Ціноутворення на основі прогнозування попиту клієнтів.
21. Цінова еластичність попиту. Коефіцієнт еластичності.
22. Класифікація попиту за характером цінової еластичності.
23. Структура вартості готельного обслуговування. Формула Хаббарта.
24. Вартість послуг розміщення. Поняття повна собівартість, її розрахунок.
25. Перелік витрат, що відносяться на собівартість послуг розміщення.
Послідовність визначення окремих видів витрат, експлуатаційної й повної собівартості та вартості послуг розміщення.
26. Визначення прибутку на додаткові послуги готелю. Поняття мінімального, нормального, максимального та необхідного прибутку.
27. Структура відпускної ціни на додаткові (спеціальні, супутні) послуги готелю.
28. Типи готельних тарифів.
29. Типи тарифів обслуговування.
30. Види цінових знижок в готельних закладах.
31. Особливості та структура собівартості продукції ресторану.
32. Аналіз витрат підприємств ресторанного бізнесу.
33. Посередницько-збутові та торговельні надбавки як самостійні елементи ціни.
34. Відсотковий показник собівартості в ресторані – «фудкост».
35. Різновиди та особливості розрахунку «фудкосту».
36. Методи зменшення собівартості та «фудкосту».

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ МОДУЛЬНОЇ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ № 2:

1. Стратегія низьких цін та умови її ефективності.
2. Стратегія високих цін та умови її ефективності
3. Стратегія «зняття вершків».
4. Стратегія «проникнення на ринок».
5. Стратегія «престижних цін».
6. Стратегія орієнтації на цінового лідера.
7. Стратегія диференціації продукту.
8. Стратегія сегментування ринку. Сутність стратегії нововведень.
9. Сутність стратегії швидкого реагування на потреби ринку.
10. Цінова політика підприємства та її основні цілі.
11. Необхідність проведення аналізу умов беззбитковості та його завдання. Визначення мінімальної зміни обсягу реалізації за умови зміни самої ціни.
12. Умови досягнення беззбитковості при зміні ціни та змінних витрат.
13. Графік досягнення беззбитковості продажу при одночасній зміні ціни та постійних витрат.
14. Визначення беззбиткової зміни ціни продажу в умовах пасивного ціноутворення.
15. Стратегія і тактика управління цінами на послуги готельних підприємств.
16. Кількісні цінові знижки. Розробка шкали кількісних кумулятивних знижок.
17. Знижки за швидкість платежу, сезонні, дилерські та інші види знижок.
18. Сутність контролю за цінами та результатами впровадження тактичних заходів
19. Цінова політика держави та її основні цілі. Необхідність державного регулювання цін. Основні форми втручання держави у процес ціноутворення.
20. Пряме регулювання цін та його методи.
21. Непрямі методи державного регулювання цін.
22. Цілі державного регулювання цін.
23. Система органів ціноутворення, їхні завдання та функції.
24. Контроль за додержанням дисципліни цін.
25. Система органів контролю за цінами.
26. Вплив на економіку втручання держави у процеси ціноутворення шляхом введення фіксованих, або граничних цін.
27. Поняття системи оподаткування, склад податкових платежів.
28. Сутність та принципи розробки податкової політики підприємств готельно-ресторанного господарства.
29. Система податкових пільг та їх використання в процесі формування податкової політики підприємств готельно-ресторанного господарства.
30. Аналіз та планування податкових платежів підприємств готельно-ресторанного господарства.
31. Готельний (туристичний) збір.
32. Податок на додану вартість і його визначення в ціні.
33. Спрощена система оподаткування

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Який з нижченаведених податків, що сплачує готельний комплекс, належить до загальнодержавних?
 - 1. податок на додану вартість**
 2. податок на рекламу
 3. збір за видачу дозволів на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг

2. Який з вказаних нижче податків належить до прямих податків?
 - 1. податок на прибуток**
 2. податок на додану вартість
 3. акцизний збір

3. Коли досягається обсяг діяльності, при якому підприємство за рахунок отриманого доходу покриває поточні витрати по веденню діяльності та одержує після сплати податків мінімальну суму прибутку?
 1. у точці ліквідності.
 - 2. у точці мінімальної рентабельності.**
 3. у точці беззбитковості.

4. Коли досягається обсяг діяльності підприємства, при якому сума отриманого доходу дорівнює загальному обсягу поточних витрат:
 - 1. у точці беззбитковості.**
 2. у точці ліквідності.
 3. у точці мінімальної рентабельності.

5. Які з нижченаведених факторів, що впливають на величину та рівень собівартості, можна віднести до групи внутрішніх виробничих факторів?
 1. зменшення працемісткості одиниці продукції.
 2. зміни обсягу і структури продукції.
 - 3. всі відповіді.**

6. Хто, або що визначає максимальну ціну на товар:
 - 1. попит на цей товар;**
 2. фірма конкурентів;
 3. надлишки виробництва та реалізації;
 4. продавець.

7. Від чого залежить цінова політика продавця:
 1. від аналізу цін і товарів конкурентів;
 2. від вибору методу ціноутворення;
 3. від типу ринку
 - 4. всі відповіді вірні;**

8. Стратегія “зняття вершків” – це:

1. встановлення високих цін на товар конкурентів;
- 2. встановлення високих цін на новинки;**
3. захищенні патентом новинки;
4. встановлення низьких цін на новинки.

9. Престижна ціна передбачає:

- 1. встановлення ціни на товари найвищої якості та які мають неперевершені особливості;**
2. встановлення ціни на рівні цін провідної фірми;
3. встановлення ціни, яка б забезпечувала максимальний прибуток;
4. не має правильної відповіді.

10. Компанія “Тревел Біз” вивела на ринок тур за мінімальною ціною. З часом, поступово удосконалюючи продукт, підвищувала ціну. Компанія реалізувала стратегію:

1. дешевих товарів;
2. “зняття вершків”;
- 3. проникнення;**
4. престижних цін.

11. “Психологічна ціна” – це:

1. встановлення самої високої ціни на окремі товари;
- 2. встановлення цін трохи нижче від зазначеної суми;**
3. встановлення ціни на новий товар;
4. не має правильної відповіді;

12. Споживачі перестали купувати товари, вважаючи, що рівень їх якості знизився. Така реакція можлива при:

- 1. зниженні цін;**
2. підвищенні цін;
3. розширенні спеціалізації виробника;
4. не має правильної відповіді;

13. Яким терміном у фінансовій звітності підприємства визначається сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати?

- 1. прибуток**
2. грошові надходження.
3. виручка
4. чистий рух коштів.

14. Якщо ринкова ціна є нижчою від рівноважної, то це є наслідком того, що:

1. виникає дефіцит товарів на ринку;
- 2. має місце надлишок товарів на ринку;**

3. формується ринок покупців.

15. Назвіть неузаконені методи державного регулювання попиту на ринку:

1. **нормування обсягів продажу продукції харчування**
2. встановлення мінімального розміру заробітної плати
3. встановлення державних замовлень і розміщення держзамовлень на виробництво продукції

16. Попит на які продовольчі товари є нееластичним (чи малоеластичним) від ціни?

1. шампанське
2. майонез
3. **сіль**

17. Визначте об'єктивну основу мінімальної ціни товару:

1. рівень доходів споживачів;
2. рівень рентабельності виробництва товару
3. **собівартість виробництва товару.**

18. Визначте фактори, які впливають на зниження ринкових цін на послуги гостинності для вітчизняних туристів:

1. **перевищення обсягу пропозиції над обсягом попиту;**
2. зниження рівня забезпечення грошових доходів населення товарною масою;
3. стабільність рівня доходів населення

19. У відпускну вартість основних послуг готелю не включається:

1. податок на додану вартість
2. **готельний збір**
3. податок з прибутку підприємства

20. Ціна пропозиції на ринку чистої конкуренції — це:

1. **середня ціна, яка склалася на ринку**
2. максимальна ціна, за якою послуга може бути запропонована на ринку
3. мінімальна ціна, за якою послуга може бути запропонована на ринку

21. Об'єктивною основою максимальної ціни готельної послуги є:

1. ціни на аналогічні послуги конкурентів;
2. **платоспроможний попит покупців**
3. повна собівартість її виробництва й реалізації;

22. Мінімальна ціна на послугу розміщення у готелі визначається:

1. експлуатаційною собівартістю послуги;
2. цінами на аналогічні послуги конкурентів;

3. платоспроможним попитом покупців.

4. повною собівартістю виробництва й реалізації послуги;

23. За яких умов характер попиту на послуги готелю є одинично еластичним?

1. темп зростання попиту відповідає темпу зростання ціни.

2. при зростанні ціни попит знижується на необмежену величину.

3. попит зростає більш високими темпами, ніж знижується ціна.

24. За яких умов характер попиту на послуги готелю є нееластичним?

1. темп зниження попиту менший, ніж темп зростання ціни.

2. при підвищенні ціни обсяг попиту зовсім не змінюється.

3. попит зростає меншими темпами, ніж знижується ціна

25. Який з нижченаведених податків, що сплачує санаторно-курортний заклад, належить до місцевих?

1. податок на дохід громадян

2. курортний збір

3. плата за використання природних ресурсів

ЗАДАЧІ ТА ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

Задача 1.

Розрахунок Food Cost

Алгоритм дій:

1. Виписати рецепт коктейлю відповідно до порядкового номеру Вашого прізвища в таблиці

Назва коктейлю
Лонг Айленд Айс Ті
Піна Колада
Мохіто
Кровава Мері
Маргарита
Космополітен
Текіла Санрайз
Куба Лібре
Б-52
Викрутка
Дайкірі
Блакитна Лагуна
Хіросіма
Негроні
Апероль Шпріц

2. Розрахувати собівартість однієї порції відповідно до ціна на ринку на даний момент

3. Виписати ціни на даний коктейль в 3 закладах ресторанного господарства

4. Розрахувати food cost на цей коктейль для кожного закладу. Представити у вигляді таблиці

Назва закладу, місце розташування	Ціна на коктейль «...», грн	Food Cost, %
1.		
2.		
3.		

5. Провести порівняльний аналіз. Зробити висновки та рекомендації для закладів!

Задача 2.

Загальна собівартість однієї людино-добі становила в поточному році 3857 грн.

Розраховуючи ціну готель закладає коефіцієнт прибутковості (частка прибутку в ціні) 20%.

Передбачається зростання витрат в умовах інфляції на 360 грн.

Розрахуйте:

а) ціну в поточному році;

б) ціну, за якою повністю покриваються витрати готелю і збережеться прибуток (на одну людино-добу) на попередньому рівні;

в) ціну, яка не тільки покриватиме витрати, а й забезпечить коефіцієнт прибутковості 20%.

Задача 3.

Кафе виготовило й реалізувало в базисному році 2600 напоїв. Ціна реалізації одного напою становить 32 грн, а повна собівартість — 30 грн. Співвідношення змінних і постійних витрат дорівнює 65 і 35 %. Дослідження ринку показали, що якщо знизити ціну одного напою на 1 грн, то обсяг продажу може бути збільшений на 10 %.

Прийняти рішення щодо доцільності зниження ціни реалізації напоїв, розрахувавши різницю в можливому отриманні чистого прибутку.

Задача 4.

Заклад ресторанного господарства виготовив й реалізував в базисному році 2500 гамбургерів. Ціна реалізації становить 32 грн, а повна собівартість — 30 грн. Співвідношення змінних і постійних витрат дорівнює 65 і 35 %. Дослідження ринку показали, що якщо знизити ціну одного гамбургера на 1 грн, то обсяг продажу може бути збільшений на 12 %. Прийняти рішення щодо доцільності зниження продажної ціни гамбургерів, розрахувавши різницю в можливому отриманні чистого прибутку.

Задача 5.

Розрахувати кількість реалізованих путівок та обсяги виручки туристичного підприємства, що дозволить забезпечити цільовий прибуток у розмірі 68 тис. грн. за такими даними

Показники	Значення показників, грн.
Цільовий прибуток	68 000
Постійні витрати	578 000
Змінні витрати на 1 тур	1 678
Ціна 1 путівки	5 500

Задача 6.

Визначити цехову, виробничу і повну собівартість продукції закладу ресторанного господарства, виготовленої за місяць, за таких даних:

1. вартість витраченої сировини — 200 тис. грн;
2. заробітна плата основних робітників — 20 тис. грн;
3. витрати на утримання обладнання підприємства — 18 тис. грн;
4. амортизація будівлі — 27 тис. грн;
5. витрати на оренду приміщення офісу — 15 тис. грн;
6. заробітна плата адміністративно-управлінського персоналу — 20 тис. грн;
7. витрати, пов'язані з дослідженням ринку — 3 тис. грн;
8. витрати на оплату енергії, спожиту підприємством під час виготовлення продукції — 3,75 тис. грн.

Задача 7.

Обсяг товарної продукції в минулому році становив 12400 тис. грн. Частка витрат на виробництво в одній гривні товарної продукції — 0,9 грн. У плановому році передбачається збільшити обсяг виробництва на 12 % за рахунок впровадження нової техніки. При цьому буде досягнуто економію в розмірі 130 тис. грн. Умовно-постійні витрати в минулому році становили 3000 тис. грн, а у зв'язку зі збільшенням обсягу виробництва вони збільшаться на 5 %. Виявити вплив факторів на собівартість товарної продукції і зміну рівня витрат на виробництво 1 грн товарної продукції.

Задача 8.

Планується збільшення виробництва товару в наступному періоді з 800 до 1400 одиниць. Загальновиробничі витрати в звітному місяці становлять 16000 грн, в тому числі змінні витрати — 9000 грн, постійні витрати — 7000 грн. Ціна одного виробу 22 грн. Визначити плановий прибуток та його зміну порівняно з попереднім періодом.

Задача 9.

Компанія виготовляє певний продукт. Величина постійних витрат — 470 тис. грн для даного виробництва. Максимально можливий обсяг випуску продукції становить 2500 одиниць. Одиниця продукції реалізується за ціною 540 грн, змінні витрати становлять 340 грн на одиницю продукції. Визначити, за якого об'єму продукції робота підприємства буде беззбитковою.

Задача 10.

В таблиці представлені наступні дані о граничної корисності обох благ:

Номер порції, кг	Цукерки	Виноград
1	60	150
2	40	120
3	20	90

Ціна 1 кг цукерок – 80 г.о., а ціна 1 кг винограду – 160 г.о. Бюджет споживача складає 400 г.о. Визначити оптимальний обсяг споживання цукерок і винограду.

Задача 11.

Підприємство щорічно випускає 90 тис. виробів і реалізує їх за ціною 50 грн. за штуку. Змінні витрати на одиницю продукції становлять 20 грн. Визначити беззбиткову зміну обсягу реалізації за умови зниження ціни на 10 %.

Задача 12.

Внаслідок зниження ціни виробу з 30 до 28 грн обсяг реалізації збільшився з 300 до 350 тис. шт. Визначити додатковий прибуток від збільшення продажу, якщо змінні витрати на одиницю продукції дорівнюють 13 грн.

Задача 13.

Щорічний обсяг виробництва сягає 140 тис. виробів, ціна одиниці продукції — 60 грн., змінні витрати в її складі дорівнюють 22 грн. Підприємство планує зменшити ціну на 5 % і придбати нове обладнання на суму 252 тис. грн з нормативним терміном експлуатації 6 років. Визначити беззбиткову зміну продажу.

Задача 14.

Скласти калькуляцію і визначити продажну ціну 100 і одної порції жаркого по-домашньому для їдальні III категорії при наступній розкладці: яловичина – 80 г., картопля – 190 г., цибуля – 15 г., морква – 20 г., сало – 10г., томат-паста – 4 г., часник – 2г., огірки солені – 50 г. Середньозважені роздрібні ціни (за 1кг): яловичина – 18 грн., картопля – 1,80 грн., цибуля – 1,20 грн., морква – 1 грн., сало – 11 грн., часник – 15 грн., огірки солені – 1,40 грн., томат-паста – 6,80 грн., сіль – 15 коп. На 100 порцій. Націнка для підприємств суспільного харчування III категорії (в відсотковій вартості сировини) з усіх продуктів – 16%.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ (ІСПИТ)

1. Соціально-економічна природа ціни.
2. Теорії ціноутворення.
3. Економічні функції ціни
4. Характеристика впливу тактичних та стратегічних факторів на формування ціни.
5. Внутрішні фактори, які впливають на формування цін на товари і послуги.
6. Зовнішні фактори, які впливають на формування цін на товари і послуги.
7. Формування ціни відповідно до дії закону попиту та пропозиції.
8. Характеристика основних видів ринків за ступенем розвитку конкуренції.
9. Класифікація факторів ціноутворення, які впливають на зростання або зниження цін.
10. Класифікація цін за сферами товарного обігу.
11. Класифікація цін за умовами постачання товару.
12. Класифікація цін за регіональною ознакою.
13. Класифікація цін за характером державного регулювання.
14. Класифікація цін за ступенем монополізації ринку.
15. Класифікація цін за періодом дії.
16. Специфічні різновиди цін, які застосовуються у сфері туристичної діяльності.
17. Різниця між цінами внутрішнього та міжнародного туристичного ринку.
18. Ціноутворення на основі витрат і цільового прибутку,
19. Ціноутворення зорієнтоване на ціни конкурентів,
20. Ціноутворення на основі прогнозування попиту клієнтів.
21. Цінова еластичність попиту. Коефіцієнт еластичності.
22. Класифікація попиту за характером цінової еластичності.
23. Структура вартості готельного обслуговування. Формула Хаббарта.
24. Вартість послуг розміщення. Поняття повна собівартість, її розрахунок.
25. Перелік витрат, що відносяться на собівартість послуг розміщення.
Послідовність визначення окремих видів витрат, експлуатаційної й повної собівартості та вартості послуг розміщення.
26. Визначення прибутку на додаткові послуги готелю. Поняття мінімального, нормального, максимального та необхідного прибутку.
27. Структура відпускнуої ціни на додаткові (спеціальні, супутні) послуги готелю.
28. Типи готельних тарифів.
29. Типи тарифів обслуговування.
30. Види цінових знижок в готельних закладах.
31. Особливості та структура собівартості продукції ресторану.
32. Аналіз витрат підприємств ресторанного бізнесу.
33. Посередницько-збутові та торговельні надбавки як самостійні елементи ціни.

34. Відсотковий показник собівартості в ресторані – «фудкост».
35. Різновиди та особливості розрахунку «фудкосту».
36. Методи зменшення собівартості та «фудкосту».
37. Стратегія низьких цін та умови її ефективності.
38. Стратегія високих цін та умови її ефективності
39. Стратегія «зняття вершків».
40. Стратегія «проникнення на ринок».
41. Стратегія «престижних цін».
42. Стратегія орієнтації на цінового лідера.
43. Стратегія диференціації продукту.
44. Стратегія сегментування ринку. Характеристики сегментування споживчого ринку.
45. Сутність стратегії нововведень.
46. Сутність стратегії швидкого реагування на потреби ринку.
47. Цінова політика підприємства та її основні цілі.
48. Необхідність проведення аналізу умов беззбитковості та його завдання.
Визначення мінімальної зміни обсягу реалізації за умови зміни самої ціни.
49. Умови досягнення беззбитковості при зміні ціни та змінних витрат.
50. Графік досягнення беззбитковості продажу при одночасній зміні ціни та постійних витрат.
51. Визначення беззбиткової зміни ціни продажу в умовах пасивного ціноутворення.
52. Стратегія і тактика управління цінами на послуги готельних підприємств.
53. Кількісні цінові знижки. Розробка шкали кількісних кумулятивних знижок.
54. Знижки за швидкість платежу, сезонні, дилерські та інші види знижок.
55. Сутність контролю за цінами та результатами впровадження тактичних заходів
56. Цінова політика держави та її основні цілі. Необхідність державного регулювання цін. Основні форми втручання держави у процес ціноутворення.
57. Пряме регулювання цін та його методи.
58. Непрямі методи державного регулювання цін.
59. Цілі державного регулювання цін.
60. Система органів ціноутворення, їхні завдання та функції.
61. Контроль за додержанням дисципліни цін.
62. Система органів контролю за цінами.
63. Вплив на економіку втручання держави у процесі ціноутворення шляхом введення фіксованих, або граничних цін.
64. Поняття системи оподаткування, склад податкових платежів.
65. Сутність та принципи розробки податкової політики підприємств готельно-ресторанного господарства.
66. Система податкових пільг та їх використання в процесі формування податкової політики підприємств готельно-ресторанного господарства.

67. Аналіз та планування податкових платежів підприємств готельно-ресторанного господарства.
68. Готельний (туристичний) збір.
69. Податок на додану вартість і його визначення в ціні.
70. Спрощена система оподаткування

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Законодавчі акти:

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV
4. Про акціонерні товариства; Закон України від 17.09.2008 № 514-VI
5. Про господарські товариства; Закон України від 19.09.1991 № 1576-XII
6. Про інвестиційну діяльність; Закон України від 18.09.1991 № 1560-XII
7. Про оплату праці; Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР
8. Про підприємництво; Закон України від 07.02.1991 № 698-XII
9. Про податок на додану вартість: Закон України № 168/97-ВР від 3.04.1997 р., зі змінами і доповненнями.
10. Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України № 83/97-ВР від 22.05.1997 р., зі змінами і доповненнями.

Основні літературні джерела:

11. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Навч. посібник. - К.: Знання України, 2002. 358 с.
12. Афанасьєв М. В., Плоха О.Б. Економіка підприємства: навч.-метод. посібн. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2007. 320 с.
13. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник / Басюк Т.П., Керанчук Т.Л.-К.:НУХТ, 2018. 360с.
14. Березін О. В. Економіка підприємства. - К. : Знання, 2009. 390 с.
15. Бойчик І. М. Економіка підприємства. – К. : Атіка, 2007. 528 с.
16. Гаврилюк С. П., Ткаченко Т. Г. Економіка готельного господарства і туризму. - Київ: Знання. 2005. 173 с.
17. Гетьман О. О., Шаповал В.М. Економіка підприємства. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. 488 с.
18. Городня Т.А. Економіка туризму: теорія і практика: навч.посіб./ Т.А.Городня, А.Ф.Щербак. – К.: Кондор-Видавництво, 2012. – 436с.
19. Грицюк, Е. О. Економіка підприємства: навчальний посібник. - К. : Дакор, 2009. 304с.
20. Дяченко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
21. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навч. посібник / За ред. С. Ф. Покропивного. — К., 2000.
22. Економіка підприємства: зб. практичних задач і ситуацій: навч. посібник. - К. : КНЕУ, 2008. 323 с.
23. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. – 3-є вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2002. 528 с.
24. Економіка підприємства: Навч. посібник / За ред. А. В. Шегди. — К.: Знання, 2005. 431 с.

25. Економіка підприємства : навч. посібн. / за ред. А. В. Калини. – К. : Знання, 2007. 324 с.
26. Економіка підприємства : навч. посібн. / за ред. В. І. Мацибори. – К. : Каравела, 2008. 312 с.
27. Економіка підприємства / за ред. Н. Й. Реверчук. – К. : УБС НБУ, 2007. 160 с.
28. Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток; За ред. акад. НАНУ, проф. Чумаченка М. Г.— К.: КНЕУ, 2001. 540 с.
29. Завіновська Г.Т. Економіка праці: Навч. посібник.— К.: КНЕУ, 2003. 300 с.
30. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: навч. посібник. - К. : Знання, 2008. 679 с.
31. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навч. посібник. - К.: Кондор, 2003. 296 с.
32. Кузнецова Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства: Навч. посібник. - К., 1997. 174 с.
33. Кулішов В.В. Економіка підприємства: теорія і практика: Навч. посібник. - К.: Ніка-Центр, 2002. 216 с
34. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Економікс: принципи, проблеми і політика 14-е видання. - М: ИНФРА-М, 2003. 972 с.
35. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання / за ред. Л. І. Вороніної. –К. : Вид. Європ. Ун-ту, 2002. 308 с.
36. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник. 2-ге вид. перероб. та доп. / М. П. Мальська, В. В. Худо. - К: Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
37. 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.
38. Манів З. О., Луцький І. М. Економіка підприємства : навч. посібн. – К. : Знання, 2006. 580 с.
39. Осипов В.І. Економіка підприємства: Підручник. - Одеса: Маяк, 2005. 720 с.
40. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, ефективність: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 1998. 352 с.
41. Сідун В.А., Пономарьова Ю.В. Економіка підприємства: Навч. посіб.: Вид. 2-ге, перероб. та доп. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. 356 с
42. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств. – К. : КНЕУ, 2000. 410 с.
43. Харів П. С. Економіка підприємства : збірник задач і тестів. – К. : Знання-Прес, 2001. 302 с.
44. Чепурда Л.М. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств: Навч. посіб. / Л.М. Чепурда, С.С. Беляева, М.В. Плахотнікова; Під заг. ред. Л.М. Чепурди. - К.: Професіонал, 2005. 272 с.
45. Чорненька Н.В. Організація функціонування готельної індустрії / Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. - К., 2008. С.61-83.

46. Шаповал В. Економіка підприємства. Уведення в спеціальність. – Дніпропетровськ : ДУЕП, 2002. 286 с.
47. Шваб Л. І. Економіка підприємства: навч. посібн.– К. : Каравела, 2005. 568 с.
48. Шершньова З. Є., Оборська С.В. Антикризове управління підприємством: Навч. -метод. посіб. для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2004. 196 с
49. Bull A. The Economics of Travel and Tourism. - London: Pitman, 1991.
50. Lazarek R. Ekonomika turystyki: wybrane zagadnienia. Wydanie III zmienione, Warszawa, 2004. 231 s.
51. Lazarek R., Lazarek M. Gospodarka turystyczna: wybrane zagadnienia. Warszawa 2002.- Wyzsza Szkola Ekonomiczna. 266 s.
52. Panasiuk A. Ekonomika turystyki. Warszawa: wydawnictwo naukowe PWN, 2006. 230 s.

Internet-джерела:

53. Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua/>
54. Ліга Бізнес Інформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.liga.net.
55. Професійна правова система [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nau.kiev.ua.
56. Українське право [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrpravo.com.
57. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації World Tourism Organization (UNWTO): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>
58. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
59. Міністерство економічного розвитку та торгівлі. Департамент туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>

**Перелік нормативно-правових документів, які регулюють діяльність
готелів та ресторанів в Україні**

Кодекси України:

1. Цивільний кодекс України № 435-ІУ від 16.01.2003
2. Господарський кодекс України № 436-ІУ від 16.01.2003
3. Земельний кодекс України - №2768-14, 2002
4. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010

Закони України:

1. Про внесення змін до Закону України “Про туризм” - №3679-ІУ від 08.07.2011
2. Про захист прав споживачів - № 1023- XII від 12.05. 91
3. Про порядок виїзду з України і в’їзду в Україну громадян України - №3857 – XII від 21.01.94
4. Про курорти - №2026 – III від 05.10.2000
5. Про правовий статус іноземців - №185/94-вр від 04.02.94
6. Про рекламу - №270/96-вр від 03.07.96
7. Про страхування - №85/96-вр від 07.03.96
8. Про стандартизацію - №2408-III від 17.05. 2001
9. Про внесення змін до Декрету КМУ “Про місцеві податки та збори” - №641-ІУ від 20.03.03
10. Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення - №2137-ІУ від 02.11.04
11. Про ціни і ціноутворення - №508-12 від 03.12.90

Постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України

1. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року» (Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.08.2013 № 638)
2. Про затвердження Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури в 2011-2022 рр. від 29.06.2011 № 707
3. Про затвердження Порядку відбору проектних (інвестиційних) пропозицій та інвестиційних проектів, для розроблення або реалізації яких надається державна підтримка (Постанова КМУ № 835 від 13 листопада 2013 р.)
4. Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об’єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) від 29.07.2009 № 803
5. Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) від 15.03.2006 № 297
6. Про затвердження Порядку доведення до споживачів інформації про вид об’єкта туристичної інфраструктури та його категорію» від 03.07.2013 № 470

7. Про затвердження плану заходів щодо утвердження позитивного іміджу України, поширення інформації про її туристичний потенціал у державах, які представлені у Міжнародному олімпійському комітеті і Міжнародному параолімпійському комітеті (Розпорядження КМУ № 888-р від 7 листопада 2013 р.)
8. Про затвердження Переліку населених пунктів віднесених до курортних - №1391 від 15.12.97
9. Про затвердження списку історичних населених місць України (міста і селища міського типу) - № 878 від 26.06.01
10. Про затвердження заходів щодо розвитку іноземного та внутрішнього туризму - № 390-р від 27.06.03
11. Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) № 297 від 15.03.2006-08-02
12. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення - № 833 від 15.06.2006
13. Про внесення змін до Правил в'їзду іноземців та осіб без громадянства в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію - № 910 від 03.07.2006

Інші нормативно-правові документи:

1. Про затвердження форм державної статистичної звітності з питань туризму та інструкції щодо їх заповнення (Наказ № 96 від 04.03.98 Державного комітету статистики)
2. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг(Наказ Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 № 19, зареєстрований в Мін'юсті 02.04.2004 за № 413/9012)
3. Про затвердження форми свідоцтва про встановлення категорії готелю (Наказ Міністерства інфраструктури України від 23.01.2012 № 28, зареєстрований в Мін'юсті 06.02.2012 за № 177/20490)
4. Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу (Наказ Держтурадміністрації України № 83 від 24.09.04.)
5. Про затвердження порядку оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання (Наказ Держтурадміністрації України № 50 від 06.06.05)
6. Про затвердження Правил пожежної безпеки в Україні (Наказ МНС № 126 від 19.10.2004)
7. Правила роботи закладів (підприємств) громадського харчування (Наказ Мінекономіки №219 від 24.07.2002, зареєстровано у Мінюсті 20.09.2002 №680/6968)
8. Правила обов'язкової сертифікації послуг громадського харчування (Наказ Держстандарту №36 від 27.01.1999, зареєстровано у Мін'юсті 15.04.1999 за № 235/3528)

10. Про затвердження Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні (Наказ Дежспоживстандарту №28 від 01.02.05., зареєстровано у Мін'юсті 04.05.05. за № 466/10746)

11. Укази Президента України про застосування безвізового в'їзду в Україну громадян США, Канади, Європи, Канади, Японії, Швейцарської конфедерації, Ліхтенштейну, Монако, Андорри.

Державні стандарти

1. ДСТУ 4268:2003 “Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги” (чинний від 01.07.2004)

2. ДСТУ 4269:2003 “Послуги туристичні. Класифікація готелів” (чинний від 01.07.2004)

3. ДСТУ 4281:2004 “Заклади ресторанного господарства. Класифікація” (чинний від 01.07.2004)

4. ДСТУ 4527:2006 “Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення” (чинний від 01.10.2006)

Міждержавні стандарти

1. ГОСТ 30390-95 «Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению. Общие технические условия»

2. ГОСТ 30523-97 «Услуги общественного питания, Общие требования»

3. ГОСТ 30524-97 «Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу»

Міжнародні стандарти – ISO/FDIS 9000

1. ISO/TC № 605 Системи менеджменту якості – Основоположні принципи і словник

2. ISO/TC № 606 Системи менеджменту якості – Вимоги

3. ISO/TC № 607 Системи менеджменту якості – Настанови щодо поліпшення показників

4. ISO 9000, ISO 22000, DSTU_ISO_9001_2001 Системи менеджменту якості – Настанови щодо поліпшення показників