

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до розрахунково-графічної роботи
з навчальної дисципліни

«ЕКОНОМІКА І ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ
ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ»

*(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
всіх форм навчання
зі спеціальності 073 – Менеджмент)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2024

Методичні рекомендації до розрахунково-графічної роботи з навчальної дисципліни «Економіка і ціноутворення на підприємствах туристської індустрії» (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 073 – Менеджмент) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. С. А. Александрова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2024. – 29 с.

Укладач канд. пед. наук, доц. С. А. Александрова

Рецензент

І. М. Писаревський, доктор економічних наук, професор кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано кафедрою туризму і готельного господарства, протокол № 22 від 20 червня 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ОРГАНІЗАЦІЯ ІНДИВІДУАЛЬНО-САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ.....	5
ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ.....	5
РЕКОМЕНДАЦІЇ З РОЗРОБКИ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ.....	7
1 ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ.....	7
1.1 Пропускна спроможність та експлуатаційна програма готельного підприємства.....	7
1.2 Пропускна спроможність та товарооборот закладу ресторанного господарства.....	8
1.3 Виробнича програма туристичного підприємства.....	8
2 СОБІВАРТІСТЬ ТА ЦІНА ПРОДУКТУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ.....	9
2.1 Собівартість та тариф послуги готельного підприємства.....	9
2.2. Собівартість та ціна страви в закладі ресторанного господарства	11
2.3 Собівартість та ціна туристичного продукту.....	12
3 ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ. КРИТИЧНІ ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ	14
3.1 Формування прибутку підприємств туристської індустрії	14
3.2 Визначення критичних показників діяльності підприємств туристської індустрії	16
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	20
ДОДАТКИ.....	21

ВСТУП

Метою вивчення дисципліни є набуття знань, умінь, навичок, ціннісних установок і компетенцій в галузі економіки і ціноутворення на підприємствах туристської індустрії (далі – ТІ), набуття глибоких теоретичних відомостей і навичок творчого підходу до оцінки діючих механізмів функціонування підприємств ТІ та обґрунтування пропозицій щодо їхнього удосконалення.

Важливим елементом оволодіння знаннями та навичками з дисципліни «Економіка і ціноутворення на підприємствах туристської індустрії» є індивідуальна робота студентів у час, вільний від обов'язкових навчальних занять. Вона формує практичні підходи в роботі студентів зі спеціальною літературою, джерелами Інтернету, орієнтує їх на інтенсивну роботу, теоретичне осмислення здобутих знань та глибоке вивчення теоретичних і практичних основ дисципліни.

Розрахунково-графічна робота є індивідуальною роботою з дисципліни «Економіка і ціноутворення на підприємствах туристської індустрії», яка спрямована на засвоєння студентами необхідного обсягу знань з низки тем, формування вміння працювати з різними джерелами інформації, оперувати набутими знаннями.

Тема розрахунково-графічної роботи – «Результати діяльності підприємств туристської індустрії».

Мета роботи: визначити основні планові показники діяльності, собівартість та ціну продукції (послуги), фінансові результати діяльності та критичний обсяг продажу продукції (послуги) готельного, ресторанного та туристського підприємства.

ОРГАНІЗАЦІЯ ІНДИВІДУАЛЬНО-САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Вихідні дані для виконання розрахунково-графічної роботи (далі – РГР) за варіантом видає викладач. Варіант відповідає порядковому номеру студента в списку групи (в МКР).

Об'єктом дослідження розрахунково-графічної роботи для всіх варіантів є господарська діяльність підприємств туристської індустрії (готелю, ресторану, турфірми).

Матеріал розрахунково-графічної роботи має бути викладений у логічній послідовності.

Основні теоретичні положення із запропонованих питань мають бути викладені чітко, послідовно, стисло, з урахуванням вимог щодо академічної доброчесності. Неповне розкриття питань, як і перевантаження інформацією та відсутність логіки її викладення негативно вплинуть на оцінку.

Основні розрахунки мають бути представлені з обов'язковим зазначенням одиниці виміру кожного показника, таблиці мають бути заповнені повністю.

Студенти повинні чітко дотримуватися встановлених строків здачі робіт. Їхнє недотримання без поважних причин впливає на отриману оцінку:

- затримка до 7 днів: зниження на 20 %;
- затримка більше 7 днів: зниження на 30 %.

Після закінчення виконання роботи студент має вільно володіти матеріалом, вміти надавати визначення власними словами та наводити приклади.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ

Мова розрахунково-графічної роботи – державна, стиль – науковий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок, послідовність – логічна. Пряме переписування у роботі матеріалів із будь-яких джерел є неприпустимим.

Роботу оформляють у вигляді тексту, ілюстрацій, таблиць на аркушах формату А4 з дотриманням розмірів берегів: з усіх боків 20 мм.

У друкованому варіанті текст розташовують через 1,5 міжрядковий інтервал, шрифт Times New Roman, 14-й кегль. Абзацний відступ (1,25) повинен бути однаковим упродовж усього тексту роботи.

Структурні елементи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» не нумерують, а їх назви друкують великими літерами симетрично до тексту без крапки в кінці, не підкреслюючи.

Розділи і підрозділи повинні мати заголовки. Пункти та підпункти можуть мати заголовки. Заголовки підрозділів, пунктів і підпунктів треба починати з абзацного відступу і друкувати маленькими літерами, крім першої великої, не підкреслюючи, без крапки в кінці. Якщо заголовок складається

з двох і більше речень, їх розділяють крапкою. Перенесення слів у заголовку розділів не допускається.

Відстань між заголовком і подальшим чи попереднім текстом має становити один рядок. Не допускається розміщувати назву розділу, підрозділу, а також пункту й підпункту в нижній частині сторінки, якщо після неї тільки один рядок тексту.

Усі сторінки роботи, включаючи титульний аркуш, додатки, повинні мати порядкову нумерацію в межах всієї роботи і позначатися арабськими цифрами, без крапки в кінці, у правому верхньому кутку.

Якщо розділ розподіляється на декілька основних частин, то їх нумерують арабськими цифрами, він складається з номера розділу та підрозділу, які розділяються крапкою, наприклад: «1.2» (другий підрозділ першого розділу).

Ілюстрації (креслення, рисунки, графіки, схеми, діаграми) потрібно розміщувати безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або на наступній сторінці. На всі ілюстрації мають бути посилання в роботі.

Назву ілюстрації розміщують після пояснювальних даних, наприклад:

«Рисунок 1.2 – Діаграма сальдо туристського балансу» (другий рисунок першого розділу).

Якщо подається перелік, то з маркером «рисочка» та з абзацним відступом 1,25 до рисочки, другий рядок пункту переліку подається без відступу.

Цифровий матеріал зазвичай оформляють у вигляді таблиць.

Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над нею і друкують симетрично до тексту. «Таблиця 1.2 – Динаміка сальдо туристського балансу». На всі таблиці мають бути посилання в тексті роботи.

Структура роботи (приклад оформлення в додатку А):

1. Титульний аркуш.
2. Зміст.
3. Вступ (обсягом одна сторінка), обґрунтування актуальності теми РГР, її мета.
4. Основна частина
5. Висновки (обсягом одна сторінка), є стислим викладенням узагальнених підсумків проведеної студентом роботи.
6. Список використаних джерел.

РЕКОМЕНДАЦІЇ З РОЗРОБКИ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ

1 ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ

1.1 Пропускна спроможність та експлуатаційна програма готельного підприємства

Експлуатаційна програма закладу розміщення складається з урахуванням кількості місць для розміщення (проживання) гостей, передбаченої на плановий період. Вона виражається в натуральних і вартісних показниках.

Натуральним показником експлуатаційної програми є кількість людино-днів (місце-днів, ліжко-днів), а вартісним – виторг (дохід) від реалізації послуг з розміщення клієнтів.

Основні натуральні показники експлуатаційної діяльності готелю:

Одноразова місткість O_m

$$O_m = K_{ном} \times K_{м.}, \quad (1.1)$$

де $K_{ном}$ – кількість номерів кожної категорії;

$K_{м.}$ – кількість місць у номері кожної категорії.

Пропускна спроможність можлива:

$$ПС_m = O_m \times D_{гот.}, \quad (1.2)$$

де $D_{гот.}$ – кількість днів роботи готелю на рік.

Простої з різних причин:

$$П_p = (K_{ном.к.р.} \times K_{м.к.р.}) \times K_{д.к.р.} + (K_{ном.п.р.} \times K_{м.п.р.}) \times K_{д.п.р.}, \quad (1.3)$$

де $K_{ном.к.р.}$ та $K_{ном.п.р.}$ – кількість номерів кожної категорії, які перебувають на капітальному або поточному ремонті;

$K_{м.к.р.}$ та $K_{м.п.р.}$ – кількість місць у кожному номері, який перебуває на капітальному або поточному ремонті;

$K_{д.к.р.}$ та $K_{д.п.р.}$ – тривалість капітального або поточного ремонту, днів.

Тривалість капітального ремонту прийняти у розмірі кількості робочих днів закладу за рік.

Пропускна спроможність планова:

$$ПС_{пл} = ПС_m - П_p. \quad (1.4)$$

Запланований обсяг послуг готелю:

$$ОП_{пл.гот} = ПС_{пл} \times K_{зав.пл} , \quad (1.5)$$

де $K_{зав.пл}$ – коефіцієнт завантаження плановий.

Завдання

1. Визначити основні натуральні показники експлуатаційної програми готелю (одноразову місткість, можливу та реальну пропускну спроможність, плановий обсяг послуг).

2. Запропонувати заходи щодо можливих шляхів підвищення коефіцієнта завантаження готелю.

1.2 Пропускна спроможність та товарооборот закладу ресторанного господарства

Пропускна спроможність закладу ресторанного господарства (зали для прийому їжі):

$$ПС_{рест} = \frac{M \times D_{рест} \times T_{рест}}{T_o} , \quad (1.6)$$

де M – кількість місць у залі;

$D_{рест.}$ – кількість днів роботи закладу на рік;

$T_{рест.}$ – кількість годин роботи закладу на добу ;

T_o – середня тривалість перебування гостя у ресторані, годин.

Запланований обсяг послуг закладу ресторанного господарства:

$$ОП_{пл.рест} = ПС_{рест} \times K_{зав.пл} . \quad (1.7)$$

Завдання

1. Визначити основні натуральні показники виробничої програми ресторану (пропускну спроможність, планову кількість споживачів).

2. Запропонувати заходи щодо збільшення пропускну спроможності у разі підвищеного попиту (наприклад, у сезон) та шляхи збільшення кількості споживачів закладу.

1.3 Виробнича програма туристичного підприємства

При плануванні показників діяльності туристичної фірми потрібно спиратися на виробничі можливості підприємства, перспективи попиту на галузевому ринку та чинники, що суттєво впливають на туристичний попит.

Запланований обсяг послуг турфірми (кількість споживачів):

$$ОП_{пл.тф} = C \times K, \quad (1.8)$$

де C – кількість споживачів у звітному році, осіб;

K – коригувальний коефіцієнт попиту планового періоду.

Завдання

1. Визначити основні натуральні показники виробничої програми турфірми (запланований обсяг послуг).
2. Запропонувати заходи щодо збільшення кількості споживачів турфірми.

2 СОБІВАРТІСТЬ ТА ЦІНА ПРОДУКТУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ

Витрати – це обсяг спожитих виробничих факторів (матеріальних, фінансових, трудових ресурсів), необхідних для здійснення підприємством господарської діяльності, спрямованої на отримання прибутку та максимізацію добробуту власників у грошовому виразі.

Собівартість робіт, послуг – це вартісний вираз витрат підприємства, понесених для надання послуг (сировина; матеріали; паливо; енергія; амортизація основних засобів, інвентаря; зарплата працівників, що безпосередньо задіяні в наданні послуг; інші витрати на надання послуг).

2.1 Собівартість та тариф послуги готельного підприємства

Основні витрати готельного підприємства:

- на утримання приміщень номерів готелю;
- на оснащення номерів готелю;
- на оплату праці персоналу, що безпосередньо займається наданням основних послуг готелю,
- на амортизацію приміщень номерів готелю;
- на охорону праці й техніку безпеки;
- на ремонт і технічне обслуговування готельних номерів тощо.

Ціна виробництва послуги готельного підприємства складається із витрат та прибутку, ціна реалізації – з ціни виробника, ПДВ та туристичного збору.

Тариф на послугу розміщення залежить від собівартості, категорії готелю, типу номера тощо. У роботі умовно приймаємо номери як однотипні і розраховуємо ціну як середню по готелю, яка не враховує знижки.

Завдання:

1. Розрахувати експлуатаційну та повну собівартість послуги розміщення для однієї особи, заповнивши таблицю 2.1.
2. Запропонувати заходи щодо зниження собівартості.

3. Розрахувати середню ціну послуги розміщення без податків, ціну з ПДВ та туристським збором, структуру кінцевої ціни реалізації (заповнивши таблицю 4.1).

4. Охарактеризувати основні чинники, що впливають на розмір ціни послуг готельного господарства.

Таблиця 2.1 – Собівартість та тариф послуги проживання

№ з/п	Показник	Сума, грн	Структура собівартості, %
1	Прямі експлуатаційні витрати (вихідні дані за варіантом)		
2	Загальні експлуатаційні витрати (21 % від прямих експлуатаційних витрат) (рядок 1 × 0,21)		
3	Експлуатаційна собівартість (рядок 1 + рядок 2)		
4	Адміністративні витрати та витрати на збут		
5	Повна собівартість (рядок 3 + рядок 4)		100
6	Плановий обсяг послуг (ОП пл. гот.)		-
7	Експлуатаційна собівартість доби розміщення однієї особи (рядок 3 / рядок 6)		-
8	Повна собівартість доби розміщення однієї особи (рядок 5 / рядок 6)		-
9	Прибуток з доби розміщення гостя (знайти, використовуючи вихідні дані – бажану рентабельність готельної послуги)		-
10	Собівартість + прибуток з доби розміщення однієї особи (рядок 8 + рядок 9)		-
11	ПДВ (20 %) (рядок 10 × 0,2)		-
12	Туристичний збір *		-
13	Ціна реалізації (рядок 10 + рядок 11 + рядок 12)		-

*Ставка туристичного збору встановлюється рішенням органу місцевого самоврядування за кожну добу тимчасового розміщення у місцях проживання (ночівлі) у розмірі до 0,5 відсотка мінімальної заробітної плати – для внутрішнього туризму та до 5 відсотків мінімальної заробітної плати – для в'їзного, що передбачено пп. 268.5.1 п. 268.5 ст. 268 Податкового Кодексу України.

2.2. Собівартість та ціна страви в закладі ресторанного господарства

Завдання

1. Розрахувати вартість сировинного набору умовної страви, заповнивши калькуляційну картку (табл. 2.2).

2. Розрахувати собівартість та ціну реалізації страви (умовно прийняти товар для всіх варіантів непідакцизним), заповнивши таблицю 2.3.

3. Охарактеризувати основні чинники, що впливають на розмір ціни продукції ресторанного господарства

Розрахунок цін продажу на продукцію власного виробництва в закладах (на підприємствах) громадського харчування проводять у калькуляційних картах 3.1). Типова форма карточки наведена у додатку 2 Методичних рекомендацій щодо впровадження національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку у сфері громадського харчування і побутових послуг, гармонізованих з міжнародними стандартами.

До калькуляційних карт вносяться тільки дані про сировинну (матеріальну) складову – витрату продуктів на випуск страв і кулінарних виробів, тобто вартість сировинного набору на підставі маси бруutto.

До складу собівартості одиниці готової продукції не входять ані прямі витрати на оплату праці, ані розподілені загальновиробничі витрати. Покривати ці витрати буде націнка підприємства ресторанного господарства.

Ціна виробництва продукції підприємства ресторанного господарства складається з витрат та прибутку, ціна реалізації – з ціни виробника, ПДВ та акцизного збору (лише для підакцизних товарів).

Якщо заклади ресторанного господарства (ресторани, кафе, бари тощо) продають відвідувачам пиво та алкогольні напої (зокрема, на розлив), то йдеться про роздрібну торгівлю підакцизними товарами (згідно з Податковим кодексом України). Такі операції є об'єктом оподаткування акцизним податком.

Будь-яке підприємство ресторанного господарства виробляє та реалізує певний асортимент продукції, для кожної складової якого окремо розраховується ціна. Ціноутворення є різним для страв власного виробництва і для продукції, що лише реалізується. Для всіх варіантів умовно приймаємо ціну страви, яку розраховано за варіантом, рівною середньому чеку.

Таблиця 2.2 – Калькуляційна карточка страви

№ з/п	Назва продукту	Норма розходу	Ціна, грн	Сума, грн
1	Сировина А			
2	Сировина Б			
3	Сировина В			
4	Загальна вартість сировинного набору на 100 страв			
5	Загальна вартість сировинного набору на одну страву			

Таблиця 2.3 – Собівартість та ціна умовної страви

№ з/п	Показник	Значення	Структура, %
1	Вартість сировинного набору страви		
2	Частина торговельної націнки в грошовому вимірі, що покриває витрати		
3	Собівартість страви		
4	Частина торговельної націнки в грошовому вимірі, що забезпечує прибуток		
5	Ціна виробництва страви (рядок 1 + рядок 2)		
6	ПДВ (20 %) (рядок 5 × 0,2)		
7	Ціна реалізації (рядок 5 + рядок 6)		100

2.3 Собівартість та ціна туристичного продукту

Розрахунок витрат та собівартості залежить від типу туристського підприємства, адже туроператор є виробником турпродукту (завжди виступає як «оптовик», здійснюючи масову закупівлю туристичних послуг, необхідних для формування турів), турагент – виконує посередницькі послуги (роздрібна реалізація).

Ціна – виражений у грошовій формі еквівалент одиниці товару.

Ціна одиниці товару формується з відповідних складових частин, що відображають **склад ціни**.

Ціна нетто відображає суму цін, розцінок і тарифів на всі види послуг, які надаються туристам, включаючи податок на додану вартість, готельний збір, митні збори, страхові платежі.

Ціна брутто містить повну собівартість туру, прибуток туроператора, всі види його податкових платежів, комісійну винагороду турагентам та іншим посередникам, сезонні й інші комерційні знижки для окремих туристів і туристичних груп, суму ПДВ.

Завдання

1. Розрахувати собівартість та ціну турпродукту у туроператора та турагента, заповнивши таблиці 2.4 та 2.5.

Таблиця 2.4 – Собівартість та ціна туристичного продукту у туроператора

№ з/п	Показник	Значення	Структура собівартості, %
1	Прямі умовно-змінні витрати (розміщення, проживання, харчування; транспортне обслуговування (проїзд до місця відпочинку і у зворотному напрямку) та інші послуги, що входять до складу туристичного пакету; непрямі податки і збори, що включаються до вартості послуг туристичного пакету; страхування від нещасних випадків, хвороб та медичне страхування на період туристичної поїздки тощо; трансфер на місці відпочинку; екскурсійне, культурно-розважальне обслуговування, винагорода турагента тощо)		
2	Прямі умовно-постійні витрати (витрати, пов'язані з освоєнням нових турів)		
3	Непрямі умовно-постійні витрати (оренда приміщення, амортизація, комунальні послуги, розрахунково-касове обслуговування; оплата праці працівникам адміністративного апарату, відрахування на соціальні заходи, які передбачені чинним законодавством; витрати на рекламу; представницькі витрати, пов'язані з виробничою діяльністю; витрати, які виникають завдяки не реалізованій туристам частини послуг, права на які купуються партіями, блоками, неподільними комплексами для формування турів)		
4	Повна собівартість всього обсягу турпродукту туроператора (рядок 1+ рядок 2 + рядок 3)		100
5	Кількість турпакетів		–
6	Повна собівартість туру у туроператора (рядок 4 / рядок 5)		–
7	Прибуток туроператора		–
8	Собівартість + прибуток з одного туру (рядок 6 + рядок 7)		–
9	ПДВ (20 %) (рядок 8 × 0,2)		–
10	Гуртова ціна туроператора (для турагента) (рядок 8 + рядок 9)		–

Таблиця 2.5 – Собівартість та ціна туристичного продукту у турагента

№ з/п	Показник	Значення	Структура собівартості, %
1	Прямі умовно-змінні витрати (повна собівартість всього обсягу турпродукту) (п. 4 табл. 2.4)		
2	Прямі умовно-постійні витрати (поточні витрати на маркетингові дослідження ринку)		
3	Непрямі умовно-постійні витрати (оплата праці працівників турагенства, відрахування на соціальні заходи, передбачені чинним законодавством; витрати на рекламу та стимулювання збуту; оренда приміщення, амортизація, комунальні послуги, розрахунково-касове обслуговування тощо)		
4	Повна собівартість всього обсягу турпродукту турагента (рядок 1 + рядок 2 + рядок 3)		100
5	Прибуток турагента		–
6	Собівартість + прибуток (рядок 4 + рядок 5)		
7	ПДВ (20 %) ((рядок 2 + рядок 3 + рядок 5) × 0,2)		–
8	Кількість турпакетів		–
9	Роздрібна ціна турпродукту ((рядок 6 + рядок 7) / рядок 8)		–

3 ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ. КРИТИЧНІ ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1 Формування прибутку підприємств туристської індустрії

Валовий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – це сума грошей, що надійшли на рахунок підприємства чи в касу за реалізовану продукцію (виконані роботи, надані послуги).

За методом прямого розрахунку виручку розраховуємо:

- для підприємств готельного господарства – як добуток планового обсягу послуг на ціну реалізації одиниці послуги розміщення;
- для підприємств ресторанного господарства – як добуток планової кількості споживачів на ціну реалізації однієї страви.

Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) визначається шляхом вирахування з валового доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) відповідних податків, зборів, знижок тощо;

$$\text{ЧД}_{\text{гот}} = \text{ВР}_{\text{гот}} - \text{ПДВ}_{\text{гот.заг}} - \text{ТЗ}_{\text{заг}} = (\text{Св}_{\text{од}} + \text{Пр}_{\text{од}}) * \text{ОП}_{\text{пл.гот}} , \quad (3.1)$$

де $\text{ВР}_{\text{гот}}$ – валовий дохід (виручка) від реалізації послуг готельного підприємства;

$\text{ТЗ}_{\text{гот}}$ – туристичний збір на весь обсяг реалізації;

$\text{ПДВ}_{\text{гот.заг}}$ – податок на додану вартість на весь обсяг реалізації;

$\text{Св}_{\text{од}}$ – собівартість одиниці послуги розміщення;

$\text{Пр}_{\text{од}}$ – бажаний прибуток з одиниці послуги розміщення;

$$\text{ЧД}_{\text{рест}} = \text{ВР}_{\text{рест}} - \text{ПДВ}_{\text{рест.заг}} - \text{АЗ}_{\text{заг}} = (\text{Св}_{\text{од.рест}} + \text{Пр}_{\text{од.рест}}) * \text{ОП}_{\text{пл.рест}} , \quad (3.2)$$

де $\text{ВР}_{\text{рест}}$ – валовий дохід (виручка) від реалізації продукції підприємства ресторанного господарства;

$\text{АЗ}_{\text{рест}}$ – акцизний збір на весь обсяг реалізації.

$\text{ПДВ}_{\text{рест.заг}}$ – податок на додану вартість на весь обсяг реалізації;

$\text{Св}_{\text{од}}$ – собівартість страви;

$\text{Пр}_{\text{од}}$ – бажаний прибуток з однієї страви;

$$\text{ЧД}_{\text{тф}} = \text{ВР}_{\text{тф}} - \text{ПДВ}_{\text{тф.заг}} = (\text{Св}_{\text{од.тф}} + \text{Пр}_{\text{од.тф}}) * \text{ОП}_{\text{пл.тф}} , \quad (3.3)$$

де $\text{ВР}_{\text{тф}}$ – валовий дохід (виручка) турфірми від реалізації турпродукту;

$\text{ПДВ}_{\text{тф.заг}}$ – податок на додану вартість на весь обсяг реалізації;

$\text{Св}_{\text{од.тф}}$ – собівартість туру;

$\text{Пр}_{\text{од.тф}}$ – бажаний прибуток з туру.

Валовий прибуток – це та частина додаткової вартості продукту, яка залишається після покриття витрат виробництва. Загальна формула розрахунку валового прибутку:

$$\text{ВП} = \text{ЧД} - \text{С} , \quad (3.4)$$

де ЧД – чистий дохід (виручка) підприємства;

С – собівартість всього обсягу реалізації.

Чистий прибуток (збиток) підприємства (остаточний результат діяльності підприємства) розраховується як різниця валового прибутку та податку на прибуток.

$$\text{ЧП} = \text{ВП} - \text{ПП} , \quad (3.5)$$

де ПП – сума податку на прибуток за діючою ставкою.

Рентабельність – прибутковість або доходність виробництва і реалізації всієї продукції (робіт, послуг) чи окремих її видів; доходність підприємства.

Рентабельність продукту:

$$P_{\text{зот}} = \frac{ВП}{C_{\text{заг}}} \times 100\% . \quad (3.6)$$

Завдання

1. Розрахувати показники результатів діяльності підприємств туристської індустрії, заповнивши таблицю 3.1.
2. Запропонувати шляхи підвищення прибутку та рентабельності підприємства.

Таблиця 3.1 – Показники результатів діяльності підприємств туристської індустрії

№ з/п	Показник	Значення показника		
		Готельне підприємство	Заклад ресторанного господарства	Туристична фірма
1	Валовий дохід (виручка) від реалізації продукту			
2	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукту			
3	Валовий (загальний) прибуток (збиток)			
4	Чистий прибуток (збиток) підприємства			
5	Рентабельність продукту			

3.2 Визначення критичних показників діяльності підприємств туристської індустрії

Обсяг беззбитковості виробництва – така величина обсягу продажів, за якої витрати дорівнюють виручці від реалізації усієї продукції, адже підприємство не отримує ні прибутку, ні збитків.

Для обчислення обсягу (точки) беззбитковості можна використати декілька методів, серед яких графічний та за формулами.

Точка беззбитковості характеризується такими показниками:

1) критичний (граничний) обсяг реалізації:

$$ТБ = \frac{B_{\text{пост.}}}{Ц_{\text{од.}} - B_{\text{зм./од.}}} , \quad (3.7)$$

де $B_{\text{пост.}}$ – постійні витрати на обсяг реалізації;

$C_{од.}$ – ціна одиниці продукції (послуги);

$B_{зм./од.}$ – середні змінні витрати на одиницю продукції (послуги);

2) поріг рентабельності:

$$ПР = ТБ \times C_{од.}; \quad (3.8)$$

3) запас фінансової міцності:

$$ЗФМ = B - ПР, \quad (3.9)$$

$$ЗФМ = \frac{B - ПР}{B} \times 100, \quad (3.10)$$

де B – фактичний обсяг виручки від реалізованої продукції, грн;

4) маржа безпеки:

$$МБ = РП - ТБ, \quad (3.11)$$

де $РП$ – обсяг реалізованої продукції, од.

Завдання

Визначити критичні показники окремо для підприємства готельного і для підприємства ресторанного господарства за формулами (заповнивши табл. 3.2) та графічним (побудувавши окремо графік для трьох підприємств) методами. Зробити відповідні висновки.

Таблиця 3.2 – Визначення критичних показників

№ з/п	Показник	Готельне підприємств во	Заклад рестор. господарства	Туристична фірма
1	2	3	4	5
1	Собівартість всього обсягу, грн, у т. ч.:			
2	– постійні витрати;			
3	– змінні витрати			
4	Собівартість одиниці, грн, у т. ч.			
5	– постійні витрати;			
6	– змінні витрати			
7	Ціна реалізації одиниці, грн			
8	Критичний обсяг реалізації, од. (рядок 2 / (рядок 7 – рядок 6))			
9	Поріг рентабельності, грн (рядок 8 × рядок 7)			
10	Виручка від реалізації продукції (послуг), грн			

Продовження таблиці 3.2

1	2	3	4	5
11	Запас фінансової стійкості, грн (рядок 10 – рядок 9)			
12	Плановий обсяг реалізації, од.			
13	Маржа безпеки, од. (рядок 12 – рядок 8)			

ПРИКЛАД ВИЗНАЧЕННЯ КРИТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ГРАФІЧНОГО МЕТОДУ визначення точки беззбитковості показаний на рисунку. Критична точка є точкою перетину прямої сукупних витрат та прямої виручки.

Вихідні дані, необхідні для побудови графіка:

- постійні витрати загальні – 2 000 ум. од.;
- змінні витрати на одиницю – 120 ум. од.;
- ціна реалізації одиниці – 200 ум. од.

Попередні розрахунки, необхідні для побудови графіка:

- обираємо будь-яку цифру кількості продукції, наприклад 40 од.;
- розраховуємо загальні змінні витрати: 40 од. 120 ум. од.
(це змінні витрати на одиницю) = 4 800 ум. од.;
- розраховуємо загальні (сукупні) витрати: 2 000 ум. од. (постійні витрати загальні) + 4 800 ум. од. (загальні змінні витрати) = 6 800 ум. од.;
- розраховуємо виторг при реалізації 40 од.: 200 ум. од. × 40 од. = 8 000 ум. од.

Алгоритм побудови графіка

1. Відкладаємо по осі ординат величину постійних витрат – точку *A* (2 000 ум. од.).
2. Відкладаємо по осі ординат величину сукупних витрат (6 800 ум. од.), позначаємо точкою *B*. З'єднавши точки *A* і *B*, ми одержуємо пряму сукупних витрат.
3. Позначаємо точку *C* (виторг і рівень продажів нульові) і точку *D* (виторг при реалізації 40 од. становитиме 8 000 ум. од.). З'єднавши точки *C* і *D*, ми одержуємо пряму виторгу.
4. Точка перетину прямих сукупних витрат і виторгу є точкою беззбитковості.

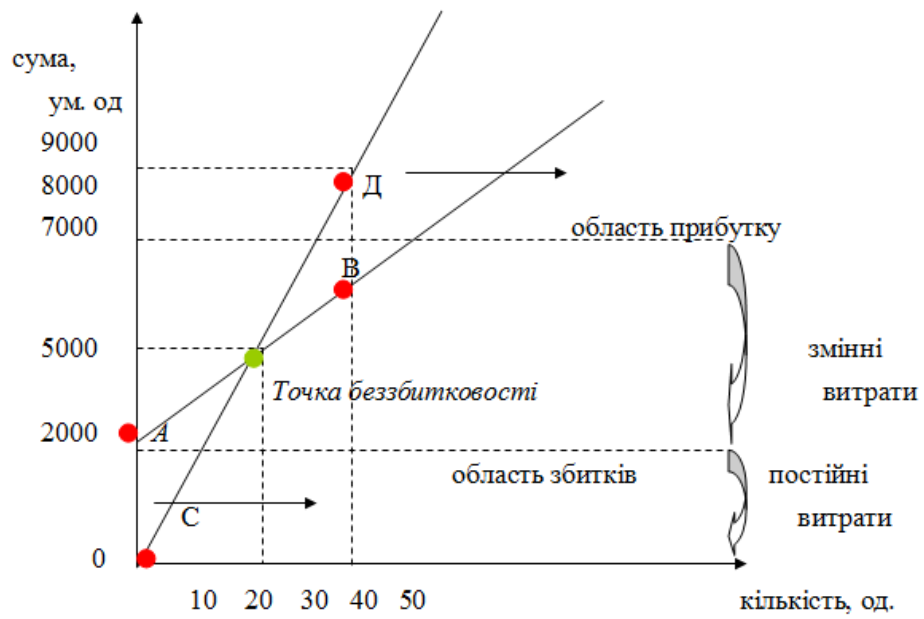


Рисунок 3.1 – Графічний метод визначення точки беззбитковості

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економіка підприємства [Електрон. ресурс] : підручник / за ред. Г. М. Мельника. – Електрон. текст. дані. – Суми : Університетська книга, 2019. – 864 с. – Режим доступу: <http://koха.kname.edu.ua/cgi-bin/koха/оpac-ISBDdetail.pl?biblionumber=157552/>, вільний (дата звернення: 14.02.2024). – Назва з екрана.
2. Мацибора В. І. Економіка підприємства [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / В. І. Мацибора, В. К. Збарський, Т. В. Мацибора. – Електрон. текст. дані. – Київ : Каравела, 2012. – 320 с. – Режим доступу: <http://koха.kname.edu.ua/cgi-bin/koха/оpac-ISBDdetail.pl?biblionumber=80258>, вільний (дата звернення: 17.02.2024). – Назва з екрана.
3. Шарко М. В. Економіка підприємства [Електрон. ресурс] : практикум / М. В. Шарко, С. А. Латкіна, Н. В. Мешкова-Кравченко. – Електрон. текст. дані. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2016. – 278 с. – Режим доступу: <http://koха.kname.edu.ua/cgi-bin/koха/оpac-ISBDdetail.pl?biblionumber=126923>, вільний (дата звернення: 10.03.2024). – Назва з екрана.
4. Колесников О. В. Ціноутворення [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / О. В. Колесников. – Електрон. текст. дані. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 156 с. – Режим доступу: <http://koха.kname.edu.ua/cgi-bin/koха/оpac-ISBDdetail.pl?biblionumber=46255>, вільний (дата звернення: 21.03.2024). – Назва з екрана.
5. Басюк Т. П. Економіка готельно-ресторанного бізнесу [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / Т. П. Басюк, Т. Л. Керанчук. – Електрон. текст. дані. – Київ : НУХТ, 2018. – 360 с. – Режим доступу: http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/31908/1/NP_Basuk_Keranchuk.pdf, вільний (дата звернення: 21.02.2024). – Назва з екрана.
6. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика [Електрон. ресурс] / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Електрон. текст. дані. – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 472 с. – Режим доступу: https://shron1.chtyvo.org.ua/Malska_Marta/Hotelnyi_biznes_teoriia_ta_praktyka.pdf, вільний (дата звернення: 22.02.2024). – Назва з екрана.
7. Лисак О. І. Ціноутворення [Електрон. ресурс] : курс лекцій / О. І. Лисак, Л. О. Андрєєва, В. М. Тебенко. – Електрон. текст. дані. – Мелітополь : Люкс, 2020. – 193 с. – Режим доступу: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/11509/1/Конспект%20лекцій%20Ціноутворення%202020%20нов.pdf>, вільний (дата звернення: 14.02.2024). – Назва з екрана.
8. Законодавча база України [Електрон. ресурс]. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>, вільний (дата звернення: 18.02.2024). – Назва з екрана.
9. Ткаченко Т. І. Методичні основи управління обсягами комерційної діяльності туристичних підприємств [Електрон. ресурс] / Т. І. Ткаченко. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <http://dspace.nbuв.gov.ua/bitstream/handle/123456789/76302/15-Тkachenko.pdf?sequence=1>, вільний (дата звернення: 18.02.2024). – Назва з екрана.

ДОДАТОК А

Приклад оформлення роботи

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО

ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту

Кафедра туризму і готельного господарства

РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНА РОБОТА

з навчальної дисципліни

**«ЕКОНОМІКА І ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТСЬКОЇ
ІНДУСТРІЇ»**

на тему «Результати діяльності підприємств туристської індустрії»

ВАРІАНТ ____

Виконав (-ла): здобувач (-ка) 4 курсу

групи МГКТС 20 ____ -1

_____ (ПІБ) ____

Перевірила: доц. Александрова С. А.

Харків – ХНУМГ ім. О. М. Бекетова – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
1 ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ.....	4
1.1 Пропускна спроможність та експлуатаційна програма готельного підприємства.....	4
1.2 Пропускна спроможність та товарооборот закладу ресторанного господарства.....	8
1.3 Виробнича програма туристичного підприємства.....	8
2 СОБІВАРТІСТЬ ТА ЦІНА ПРОДУКТУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ.....	9
2.1 Собівартість та тариф послуги готельного підприємства.....	9
2.2. Собівартість та ціна страви в закладі ресторанного господарства	10
2.3 Собівартість та ціна туристичного продукту.....	12
3 ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ. КРИТИЧНІ ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ	14
3.1 Формування прибутку підприємств туристської індустрії	14
3.2 Визначення критичних показників діяльності підприємств туристської індустрії	16
ВИСНОВКИ.....	18
СПИСОК ДЖЕРЕЛ.....	19

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ
(приклад оформлення за ДСТУ 8302:2015)

1. Самодай В., Рибальченко С., Орищенко Є. Антикризове управління готельним підприємством в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1805>.

2. Левитська І., Климчук А. Управління персоналом готельно-ресторанної сфери в умовах воєнного стану. *Економіка і управління бізнесом*. Т. 13. № 3. С. 40–51. URL: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Bioeconomy/article/viewFile/16559/pdf>.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.

Електронне навчальне видання

Методичні рекомендації
до розрахунково-графічної роботи
з навчальної дисципліни

**«ЕКОНОМІКА І ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ
ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ»**

*(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
всіх форм навчання зі спеціальності 073 – Менеджмент)*

Укладач **АЛЕКСАНДРОВА** Світлана Анатоліївна

Відповідальний за випуск *Л. В. Оболенцева*

Редактор *М. О. Гаман*

Комп'ютерний верстання *С. А. Александрова*

План 2024, поз. 328М

Підп. до друку 31.07.2024. Формат 60 × 84/16.
Ум. друк. арк. 1,8.

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса: office@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 5328 від 11.04.2017