

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 1

1. Соціально-економічне значення ціни.

2. Задача.

Визначити доцільність для турагента «Марабу», що є лідером на туристичному ринку, зниження встановленої ціни продукту на А грн за таких даних: встановлена (поточна) ціна туристичного продукту становить Б грн; планований обсяг реалізації продукції – В одиниць; показник еластичності попиту за ціною – Г.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	200	250	300	350	200	250	300	350	200	250
Б	2500	3500	4000	5000	3000	3500	2600	3700	4400	3600
В	40	45	50	55	60	40	45	50	55	60
Г	1,5	1,6	1,7	1,8	1,5	1,6	1,7	1,8	1,5	1,6

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|----------------------------|-------------------------------------|
| а) попит еластичний; | е) коефіцієнт цінової еластичності; |
| б) ціна; | є) цінова еластичність; |
| в) цінова політика; | ж) вільні ціни; |
| г) попит нееластичний; | з) ціна рівноваги; |
| д) методика ціноутворення; | і) вільне ціноутворення. |

1	Діяльність власника (керівництва) підприємства з встановлення, підтримки цін на товари, продукцію, послуги, яка здійснюється у межах загальної стратегії підприємства і спрямована на реалізацію його місії	?
2	Ціна, що формується на підставі величини собівартості виробництва, цін конкурентів, величини попиту на товар	?
3	Ступінь чутливості споживачів до зміни цін на продукцію чи послуги	?
4	Сукупність конкретних правил побудови ціни	?
5	Ситуація, коли незначні коливання ціни призводять до значних змін у кількості продукції, що реалізується	?
6	Ситуація, коли значні зміни ціни викликають лише незначні зміни у кількості придбаної продукції	?
7	Ціна, за якої кількість запропонованого товару дорівнює його кількості, яку споживач у змозі купити	?
8	Коефіцієнт, що показує, як змінюється величина попиту за зміни ціни	?
9	Сума коштів, яку покупець сплачує за товар чи послугу	?
10	Ціни, що формуються виключно під впливом попиту і пропозиції	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
 для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 2

1. Склад і структура ціни.

2. Задача.

Визначити коефіцієнт еластичності попиту за ціною, якщо відомо, що за ціни А грн обсяг попиту на продукцію туроператора «Південь-тур» становить Б одиниць на рік, а за ціни В грн – Г одиниць на рік.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	2500	2700	2990	3100	3300	3600	3900	4200	4500	4800
Б	400	390	380	370	350	330	300	280	250	220
В	2100	2300	2500	2800	3000	3400	3600	3800	4000	4200
Г	500	490	470	450	450	460	430	355	340	330

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| а) стабільність цін; | е) субсидії непрямі; |
| б) втручання держави; | є) декларування цін; |
| в) інфляція; | ж) місцеві ціни; |
| г) фіксовані ціни; | з) лімітована ціна; |
| д) субсидії прямі; | і) гроші. |

1	Підвищена ціна придбання деяких видів товарів, яка встановлюється державою або групою держав на основі міжурядових угод з метою підтримки виробництва товару	?
2	Товар, що використовується як загальний еквівалент, за допомогою якого виражається вартість інших товарів	?
3	Мінімально гарантована ціна, за якою держава чи потенційний покупець гарантують виробникові закупівлю даного товару; встановлюється на певний період часу	?
4	Опосередкована підтримка через інструменти податкової та грошово-кредитної політики держави	?
5	Адресна допомога у вигляді коштів, безпосередньо наданих державою економічним суб'єктам на фінансування капітальних вкладень в економіку, науково-дослідні роботи, впровадження нової техніки тощо	?
6	Засіб контролю за встановленням цін на продукцію, яка реалізується підприємствами-монополістами, з метою запобігання їх невідповідного завищення	?
7	Стан, за яким темпи інфляції мінімальні і не впливають на процес прийняття економічних рішень	?
8	Знецінення грошей, яке проявляється у формі зростання цін на товари і послуги і не обумовлене підвищенням їх якості	?
9	Ціни, встановлення яких входить до компетенції Ради міністрів АР Крим, обласних та міських рад, встановлюються з урахуванням витрат виробництва і реалізації у регіоні (області, місті) і є єдиними на його території	?
10	Ціни, які встановлюються державою через систему органів влади, шляхом введення державних преїскурантів – офіційних збірників цін і тарифів на товари та послуги	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
 для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 3

1. Мікроекономічна теорія ціни.

2. Задача.

Собівартість туру, який організовує туроператор «Робінзон-тревел», дорівнює А грн., відпускна ціна з ПДВ становить Б грн, ПДВ – згідно чинного законодавства України.

Необхідно відобразити повну структуру відпускної ціни.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	2000	2500	3000	2200	2750	3100	4500	2300	3500	5000
Б	3900	4100	4500	4000	3850	4700	6200	3850	5000	7100

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- а) вільні ціни;
- б) гуртові ціни;
- в) лімітна ціна;
- г) світова ціна;
- д) трансфертна ціна;
- е) тимчасові ціни;
- є) біржові котирування;
- ж) ступінчасті ціни;
- з) довідкові ціни;
- і) тарифи.

1	Ціна, за якою підприємство реалізує продукцію, роботи й послуги своїм підрозділам	?
2	Ціни на послуги вантажного і пасажирського транспорту, а також на послуги, що надаються населенню побутовими та комунальними підприємствами	?
3	Ціни, які визначаються підприємствами самостійно з урахуванням своїх витрат і співвідношення попиту та пропозиції у відповідності з прийнятою на підприємстві ціновою політикою	?
4	Різновид тимчасових цін, що являють собою низку послідовно змінюваних цін на один і той самий вид товару	?
5	Ціни, що є відправною точкою для встановлення, як правило, договірної ціни	?
6	Ціни, за якими продукція здійснює обіг між промисловими підприємствами, або між ними і підприємствами інших галузей економіки, незалежно від форм власності, при цьому продукція продається і купується гуртовими партіями	?
7	Верхня межа ціна, яка визначається на стадії розробки нової продукції	?
8	Ціна виробників та продавців, які займають значну частку у загальному обсязі аналогічної продукції, що реалізується на зовнішньому ринку	?
9	Ціна, яка встановлюється на нову продукцію, що планується до серійного виробництва, випуск якої у початковий період супроводжується підвищеними витратами	?
10	Ціни спеціально організованого постійно діючого ринку масових і якісно однорідних товарів	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
 для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 5

1. Цінова стратегія підприємства.

2. Задача.

Функція попиту на туристичний продукт, який реалізує турагент «Регіон люкс», представлена рівнянням $Q_D = 300 - P$, а функція пропозиції: $Q_S = 3P - 40$. Визначити: параметри точки рівноваги; розміри дефіциту чи надлишку, якщо ціна на даний товар – А грн та побудувати відповідні графіки.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	3000	2500	3100	4300	2200	3000	2300	1200	5100	6400

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- а) ціновий ризик;
- б) диференціація цін;
- в) дилерські знижки;
- г) цінове лідерство;
- д) цінова стратегія;
- е) приховані знижки;
- є) знижка за швидкість платежів;
- ж) надбавка до ціни;
- з) методологія ціноутворення;
- і) знижка кумулятивна.

1	Основні напрямки, заходи та методи, за допомогою яких може бути досягнута визначена мета цінової політики	?
2	Знижка, яка надається постійним покупцям у разі придбання ними за певний період партії товару, що перевищує встановлену угодою межу	?
3	Зміни ціни боргового зобов'язання внаслідок зростання або падіння поточного рівня відсоткових ставок	?
4	Знижки, які надаються покупцям у вигляді знижок на фрахт, пільгових та безвідсоткових кредитів, шляхом надання безкоштовних послуг та зразків	?
5	Ситуація на ринку, у разі якої підприємство активно впливає на ціну	?
6	Знижки, які надаються виробниками своїм представникам та посередникам зі збуту	?
7	Система методів адаптації ціни до умов ринку	?
8	Ціна, яка встановлюється залежно від особливих вимог покупця при виконанні спеціального, індивідуального замовлення, за підвищену якість товару, надання додаткових послуг, розстрочку платежу тощо	?
9	Процес формування рівнів, структури, динаміки цін і початкової ціни з метою забезпечення суспільного відтворення тими темпами й пропорціями, які відповідають вимогам законів розвитку економіки у кожному конкретному періоді	?
10	Міра зниження ціни, що надається покупцям, які сплачують рахунки раніше встановленого угодою кінцевого терміну	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
 для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 6

1. Витратне ціноутворення.

2. Задача.

Функція попиту на туристичний продукт, який реалізує туроператор «Агенство мандрів», має вигляд: $Q_D = 6 - P$, а функція пропозиції: $Q_S = 1 + P$. Згідно чинного законодавства, ПДВ складає А грн за одиницю туристичного продукту.

Визначить витрати покупців продукту і туроператора у зв'язку із сплатою ним даного податку.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	300	200	100	300	200	100	300	200	100	400

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- а) ціновий ризик;
- б) диференціація цін;
- в) дилерські знижки;
- г) цінове лідерство;
- д) цінова стратегія;
- е) приховані знижки;
- є) знижка за швидкість платежів;
- ж) надбавка до ціни;
- з) методологія ціноутворення;
- і) знижка кумулятивна.

1	Основні напрямки, заходи та методи, за допомогою яких може бути досягнута визначена мета цінової політики	?
2	Знижка, яка надається постійним покупцям у разі придбання ними за певний період партії товару, що перевищує встановлену угодою межу	?
3	Зміни ціни боргового зобов'язання внаслідок зростання або падіння поточного рівня відсоткових ставок	?
4	Знижки, які надаються покупцям у вигляді знижок на фрахт, пільгових та безвідсоткових кредитів, шляхом надання безкоштовних послуг та зразків	?
5	Ситуація на ринку, у разі якої підприємство активно впливає на ціну	?
6	Знижки, які надаються виробниками своїм представникам та посередникам зі збуту	?
7	Система методів адаптації ціни до умов ринку	?
8	Ціна, яка встановлюється залежно від особливих вимог покупця при виконанні спеціального, індивідуального замовлення, за підвищену якість товару, надання додаткових послуг, розстрочку платежу тощо	?
9	Процес формування рівнів, структури, динаміки цін і початкової ціни з метою забезпечення суспільного відтворення тими темпами й пропорціями, які відповідають вимогам законів розвитку економіки у кожному конкретному періоді	?
10	Міра зниження ціни, що надається покупцям, які сплачують рахунки раніше встановленого угодою кінцевого терміну	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 7

1. Прибуток як частина і елемент ціни продукції, методика його визначення.

2. Задача.

Держава вирішила розвивати внутрішній туризм і за допомогою непрямих субсидій підтримувати туристичні підприємства, які реалізують тури по Україні.

Охарактеризуйте попит на турпродукцію, якщо на закордонні тури еластичність попиту за ціною складає А, за доходом населення – Б; на тури по Україні – еластичність попиту за ціною – В, за доходом населення – Г.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	2,4	2,2	2,5	2,1	2,0	1,9	2,4	2,2	2,5	2,3
Б	3,7	3,3	2,9	3,3	2,6	2,9	3,0	2,7	3,3	2,9
В	0,5	0,6	0,8	1,2	1,1	0,5	0,6	0,8	1,2	1,1
Г	0,7	0,8	1,0	1,6	1,5	0,7	0,8	1,0	1,6	1,5

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| а) туристична індустрія; | е) витрати; |
| б) туристична путівка; | є) виробнича собівартість; |
| в) туристичний продукт; | ж) адміністративні витрати; |
| г) туристичний ваучер; | з) інвестиційні витрати; |
| д) туристичні ресурси; | і) прямі витрати. |

1	Витрачені ресурси у ході діяльності підприємства, які використовуються з метою отримання прибутку чи задля досягнення іншої мети	?
2	Витрати, що здійснюються підприємством у процесі довгострокового вкладання підприємством капіталу з метою отримання прибутку	?
3	Документ, який підтверджує факт передачі туристичного продукту іншому власнику	?
4	Виражені у грошовій формі поточні витрати підприємства на виробництво продукції (робіт, послуг)	?
5	Витрати, які можна безпосередньо (прямо) віднести на конкретні види продукції	?
6	Документ, який встановлює право туриста на послуги, що входять до складу туру та підтверджує факт їх надання	?
7	Загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням і обслуговуванням підприємства у цілому	?
8	Право на тур, призначене для реалізації туристу	?
9	Природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, які включають об'єкти туристичного показу, а також інші об'єкти, які здатні задовольнити духовні потреби туристів, сприяти відновленню і розвитку їх фізичних сил	?
10	Сукупність готелів ті інших засобів розміщення, транспорту, харчування, дозвілля, оздоровлення тощо, які здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також підприємств, що надають екскурсійні послуги та послуги гідів-перекладачів	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
 для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 8

1. Ціннісна теорія ціни.

2. Задача.

Побудуйте криву попиту на тури до Македонії, якщо ціна тура № 1 – А грн, № 2 – Б грн. Кількість проданих турів № 1 – В одиниць, № 2 – Г одиниць.

На основі отриманої кривої попиту, визначте еластичність попиту за ціною. Як зміниться положення кривої за зростання доходів споживачів? Відповідь обґрунтуйте.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	3000	4000	3500	4500	3100	4100	3300	4300	3400	4400
Б	3400	4500	3900	5000	3500	4600	3700	4800	3800	4900
В	300	280	290	250	140	350	280	295	265	145
Г	270	240	240	220	110	270	245	265	235	115

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| а) туристична індустрія; | е) витрати; |
| б) туристична путівка; | є) виробнича собівартість; |
| в) туристичний продукт; | ж) адміністративні витрати; |
| г) туристичний ваучер; | з) інвестиційні витрати; |
| д) туристичні ресурси; | і) прями витрати. |

1	Витрачені ресурси у ході діяльності підприємства, які використовуються з метою отримання прибутку чи задля досягнення іншої мети	?
2	Витрати, що здійснюються підприємством у процесі довгострокового вкладання підприємством капіталу з метою отримання прибутку	?
3	Документ, який підтверджує факт передачі туристичного продукту іншому власнику	?
4	Виражені у грошовій формі поточні витрати підприємства на виробництво продукції (робіт, послуг)	?
5	Витрати, які можна безпосередньо (прямо) віднести на конкретні види продукції	?
6	Документ, який встановлює право туриста на послуги, що входять до складу туру та підтверджує факт їх надання	?
7	Загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням і обслуговуванням підприємства у цілому	?
8	Право на тур, призначене для реалізації туристу	?
9	Природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, які включають об'єкти туристичного показу, а також інші об'єкти, які здатні задовольнити духовні потреби туристів, сприяти відновленню і розвитку їх фізичних сил	?
10	Сукупність готелів ті інших засобів розміщення, транспорту, харчування, дозвілля, оздоровлення тощо, які здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також підприємств, що надають екскурсійні послуги та послуги гідів-перекладачів	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 9

1. Взаємодія ціни, попиту і пропозиції. Ціна ринкової рівноваги.

2. Задача.

Туроператор «Червона валіза», який організовує тури до м. Відень, виходячи з оцінки ринкової кон'юнктури та цін конкурентів, вважає, що відпускна ціна може бути встановлена на рівні А грн. При цьому: власний прибуток і витрати туроператора складають Б %, а прибуток турагентів – В %.

Якими мають бути витрати на організацію даного виду туру?

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	4500	5000	5500	6000	4750	5250	5800	6200	4000	3500
Б	20	25	30	35	40	20	25	30	35	40
В	5	5	7	8	9	10	11	12	13	14

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- а) попит еластичний;
- б) ціна;
- в) цінова політика;
- г) попит нееластичний;
- д) методика ціноутворення;
- е) коефіцієнт цінової еластичності;
- є) цінова еластичність;
- ж) вільні ціни;
- з) ціна рівноваги;
- і) вільне ціноутворення.

1	Діяльність власника (керівництва) підприємства з встановлення, підтримки цін на товари, продукцію, послуги, яка здійснюється у межах загальної стратегії підприємства і спрямована на реалізацію його місії	?
2	Ціна, що формується на підставі величини собівартості виробництва, цін конкурентів, величини попиту на товар	?
3	Ступінь чутливості споживачів до зміни цін на продукцію чи послуги	?
4	Сукупність конкретних правил побудови ціни	?
5	Ситуація, коли незначні коливання ціни призводять до значних змін у кількості продукції, що реалізується	?
6	Ситуація, коли значні зміни ціни викликають лише незначні зміни у кількості придбаної продукції	?
7	Ціна, за якої кількість запропонованого товару дорівнює його кількості, яку споживач у змозі купити	?
8	Коефіцієнт, що показує, як змінюється величина попиту за зміни ціни	?
9	Сума коштів, яку покупець сплачує за товар чи послугу	?
10	Ціни, що формуються виключно під впливом попиту і пропозиції	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 10

1. Мікроекономічна теорія ціни.

3. Задача.

Собівартість туру, який організовує туроператор «Робінзон-тревел», дорівнює А грн., відпускна ціна з ПДВ становить Б грн, ПДВ – згідно чинного законодавства України.

Необхідно відобразити повну структуру відпускної ціни.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	2000	2500	3000	2200	2750	3100	4500	2300	3500	5000
Б	3900	4100	4500	4000	3850	4700	6200	3850	5000	7100

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- а) ціновий ризик;
- б) диференціація цін;
- в) дилерські знижки;
- г) цінове лідерство;
- д) цінова стратегія;
- е) приховані знижки;
- є) знижка за швидкість платежів;
- ж) надбавка до ціни;
- з) методологія ціноутворення;
- і) знижка кумулятивна.

1	Основні напрямки, заходи та методи, за допомогою яких може бути досягнута визначена мета цінової політики	?
2	Знижка, яка надається постійним покупцям у разі придбання ними за певний період партії товару, що перевищує встановлену угодою межу	?
3	Зміни ціни боргового зобов'язання внаслідок зростання або падіння поточного рівня відсоткових ставок	?
4	Знижки, які надаються покупцям у вигляді знижок на фрахт, пільгових та безвідсоткових кредитів, шляхом надання безкоштовних послуг та зразків	?
5	Ситуація на ринку, у разі якої підприємство активно впливає на ціну	?
6	Знижки, які надаються виробниками своїм представникам та посередникам зі збуту	?
7	Система методів адаптації ціни до умов ринку	?
8	Ціна, яка встановлюється залежно від особливих вимог покупця при виконанні спеціального, індивідуального замовлення, за підвищену якість товару, надання додаткових послуг, розстрочку платежу тощо	?
9	Процес формування рівнів, структури, динаміки цін і початкової ціни з метою забезпечення суспільного відтворення тими темпами й пропорціями, які відповідають вимогам законів розвитку економіки у кожному конкретному періоді	?
10	Міра зниження ціни, що надається покупцям, які сплачують рахунки раніше встановленого угодою кінцевого терміну	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 11

1. Етапи розробки цінової політики на підприємстві.

2. Задача.

Собівартість організації туру становить А грн. за одиницю, мінімально прийнятна для туроператора «Мультитур» рентабельність – Б %, ставка ПДВ – згідно чинного законодавства України.

Визначити мінімальну прийнятну відпускну ціну туристичної продукції.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	3950	4150	4550	4050	3850	4750	6250	3950	5100	6000
Б	10	15	20	25	10	15	20	25	10	15

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| а) стабільність цін; | е) субсидії непрямі; |
| б) втрутенційна ціна; | є) декларування цін; |
| в) інфляція; | ж) місцеві ціни; |
| г) фіксовані ціни; | з) лімітована ціна; |
| д) субсидії прями; | і) гроші. |

1	Підвищена ціна придбання деяких видів товарів, яка встановлюється державою або групою держав на основі міжурядових угод з метою підтримки виробництва товару	?
2	Товар, що використовується як загальний еквівалент, за допомогою якого виражається вартість інших товарів	?
3	Мінімально гарантована ціна, за якою держава чи потенційний покупець гарантують виробникові закупівлю даного товару; встановлюється на певний період часу	?
4	Опосередкована підтримка через інструменти податкової та грошово-кредитної політики держави	?
5	Адресна допомога у вигляді коштів, безпосередньо наданих державою економічним суб'єктам на фінансування капітальних вкладень в економіку, науково-дослідні роботи, впровадження нової техніки тощо	?
6	Засіб контролю за встановленням цін на продукцію, яка реалізується підприємствами-монополістами, з метою запобігання їх невиправданого завищення	?
7	Стан, за яким темпи інфляції мінімальні і не впливають на процес прийняття економічних рішень	?
8	Знецінення грошей, яке проявляється у формі зростання цін на товари і послуги і не обумовлене підвищенням їх якості	?
9	Ціни, встановлення яких входить до компетенції Ради міністрів АР Крим, обласних та міських рад, встановлюються з урахуванням витрат виробництва і реалізації у регіоні (області, місті) і є єдиними на його території	?
10	Ціни, які встановлюються державою через систему органів влади, шляхом введення державних преїскурантів – офіційних збірників цін і тарифів на товари та послуги	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 12

1. Стратегії ціноутворення, їх залежність від типу ринку і цілей підприємства.

2. Задача.

Витрати туроператора «Феєрія» з організації туру становлять А грн., ПДВ – 20 %, відпускна ціна без ПДВ – Б грн, комісійна винагорода турагента – В %. Якими є прибуток туроператора і рівень роздрібною ціни?

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	1600	1800	2000	2500	3000	3300	4000	5000	5500	6000
Б	2400	2900	3000	3600	4200	4500	5500	6700	7000	8000
В	4	5	6	7	8	9	10	10	5	8

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|----------------------|----------------------|
| а) стабільність цін; | е) субсидії непрямі; |
| б) втручання в ціну; | є) декларування цін; |
| в) інфляція; | ж) місцеві ціни; |
| г) фіксовані ціни; | з) лімітована ціна; |
| д) субсидії прямі; | і) гроші. |

1	Підвищена ціна придбання деяких видів товарів, яка встановлюється державою або групою держав на основі міжурядових угод з метою підтримки виробництва товару	?
2	Товар, що використовується як загальний еквівалент, за допомогою якого виражається вартість інших товарів	?
3	Мінімально гарантована ціна, за якою держава чи потенційний покупець гарантують виробникові закупівлю даного товару; встановлюється на певний період часу	?
4	Опосередкована підтримка через інструменти податкової та грошово-кредитної політики держави	?
5	Адресна допомога у вигляді коштів, безпосередньо наданих державою економічним суб'єктам на фінансування капітальних вкладень в економіку, науково-дослідні роботи, впровадження нової техніки тощо	?
6	Засіб контролю за встановленням цін на продукцію, яка реалізується підприємствами-монополістами, з метою запобігання їх невідповідного завищення	?
7	Стан, за яким темпи інфляції мінімальні і не впливають на процес прийняття економічних рішень	?
8	Знецінення грошей, яке проявляється у формі зростання цін на товари і послуги і не обумовлене підвищенням їх якості	?
9	Ціни, встановлення яких входить до компетенції Ради міністрів АР Крим, обласних та міських рад, встановлюються з урахуванням витрат виробництва і реалізації у регіоні (області, місті) і є єдиними на його території	?
10	Ціни, які встановлюються державою через систему органів влади, шляхом введення державних преїскурантів – офіційних збірників цін і тарифів на товари та послуги	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 13

1. Практичні аспекти формування цін на комплексне обслуговування в туристичному бізнесі.

2. Задача.

Туроператор «Світ-тур» отримав додаткове замовлення понад реалізованих А одиниць туристичної продукції. Постійні витрати у розмірі Б тис. грн відшкодуються у ціні реалізованої продукції, відпускна ціна (без податків, що включаються у ціну) яких В грн за одиницю. Збільшення обсягу виробництва не вимагає підвищення постійних витрат.

Визначити ціну туристичної продукції у додатковому замовленні, використовуючи метод прямих витрат.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	500	550	600	700	800	500	600	700	800	500
Б	1000	1500	2000	2500	3000	1000	1500	2000	2500	3000
В	500	750	1000	1250	1500	500	750	1000	1250	1500

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|----------------------|-------------------------|
| а) вільні ціни; | е) тимчасові ціни; |
| б) гуртові ціни; | є) біржові котирування; |
| в) лімітна ціна; | ж) ступінчасті ціни; |
| г) світова ціна; | з) довідкові ціни; |
| д) трансфертна ціна; | і) тарифи. |

1	Ціна, за якою підприємство реалізує продукцію, роботи й послуги своїм підрозділам	?
2	Ціни на послуги вантажного і пасажирського транспорту, а також на послуги, що надаються населенню побутовими та комунальними підприємствами	?
3	Ціни, які визначаються підприємствами самостійно з урахуванням своїх витрат і співвідношення попиту та пропозиції у відповідності з прийнятою на підприємстві ціновою політикою	?
4	Різновид тимчасових цін, що являють собою низку послідовно змінюваних цін на один і той самий вид товару	?
5	Ціни, що є відправною точкою для встановлення, як правило, договірної ціни	?
6	Ціни, за якими продукція здійснює обіг між промисловими підприємствами, або між ними і підприємствами інших галузей економіки, незалежно від форм власності, при цьому продукція продається і купується гуртовими партіями	?
7	Верхня межа ціна, яка визначається на стадії розробки нової продукції	?
8	Ціна виробників та продавців, які займають значну частку у загальному обсязі аналогічної продукції, що реалізується на зовнішньому ринку	?
9	Ціна, яка встановлюється на нову продукцію, що планується до серійного виробництва, випуск якої у початковий період супроводжується підвищеними витратами	?
10	Ціни спеціально організованого постійно діючого ринку масових і якісно однорідних товарів	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 14

1. Розрахунок ціни туристичного продукту (послуги).

2. Задача.

Показники діяльності туроператора «Бон Вояж» за квартал наступні: обсяг продажів – А одиниць; відпускна ціна за одиницю туристичної продукції – Б грн; змінні витрати на одиницю продукції – В грн; постійні витрати періоду – В тис. грн. Для збільшення обсягів продажів розглядається зниження ціни на Г %. Передбачається, що збільшення обсягу продажів може бути забезпечене без підвищення постійних витрат. Визначити, як це відіб'ється на прибутку. Як має зрости обсяг продажів, щоб компенсувалися втрати прибутку через зниження ціни? За оцінками маркетологів, обсяг продажів може збільшитися на Д % за зниження ціни на Е %.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	850	900	950	1000	1100	850	900	950	1000	1100
Б	2000	2100	2200	2300	2400	2050	2150	2250	2350	2450
В	500	530	560	600	620	510	540	570	610	640
Г	5	6	7	8	9	10	5	6	7	8
Д	10	15	20	10	15	20	10	15	20	10
Е	20	25	30	15	20	30	15	20	30	20

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|----------------------------|---|
| а) планові витрати; | е) кошторисна калькуляція; |
| б) об'єкт калькуляції; | є) планова калькуляція; |
| в) нормативна калькуляція; | ж) поточні витрати; |
| г) ефективні витрати; | з) калькуляційна стаття; |
| д) фактична калькуляція; | і) витрати майбутнього звітнього періоду. |

1	Це продуктивні витрати, що формують доходи від реалізації відповідних видів туристичної продукції	?
2	Продуктивні витрати підприємства, обумовлені його господарською діяльністю і передбачені кошторисом витрат	?
3	Продукція чи послуги, собівартість яких обчислюється	?
4	Розрахунок собівартості на основі діючих на початок місяця норм і нормативів витрат	?
5	Витрати, понесені у поточному звітньому періоді, але підлягають включенню до собівартості туристичної продукції, яка буде сформована у наступні звітні періоди	?
6	Певний вид витрат, що утворює собівартість як окремих видів, так і усієї туристичної продукції у цілому	?
7	Розрахунок фактичної собівартості сформованої туристичної продукції	?
8	Планова калькуляція, що складається на туристичні пакети, що формуються у разовому порядку	?
9	Калькуляція, яка складається на основі прогнозних, допустимих прогресивних норм і економічних нормативів на рік і за кварталами і являє собою завдання туристичного підприємства на формування відповідних видів туристичної продукції за граничною величиною витрат	?
10	Витрати з формування туристичної продукції даного періоду	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 15

1. Структура ціни туристичного продукту (послуги).

2. Задача.

Туристичний оператор «Вітал тревел» виробляє А одиниць продукції за ціною Б грн. Показник еластичності попиту на продукцію дорівнює В. Собівартість одиниці продукції – Г грн. Співвідношення між постійними і змінними витратами – Д до Е. Туристичний оператор передбачає знизити ціну на Є грн. з метою збільшення обсягу продажів.

Визначити зміну прибутку підприємства. На скільки відсотків потрібно збільшити обсяг продажів і яким має бути коефіцієнт еластичності, щоб величина прибутку залишилася колишньою ?

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	600	650	700	750	800	850	900	950	1000	1100
Б	2000	2200	2400	2600	2800	2800	2600	2400	2200	2000
В	1,5	1,6	1,7	1,8	1,9	2,0	1,9	1,8	1,7	1,6
Г	1300	1400	1500	1700	1850	1800	1550	1250	1050	1000
Д	30	35	40	45	50	30	35	40	45	50
Е	70	65	60	55	50	70	65	60	55	50
Є	200	210	250	280	300	200	210	250	280	300

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|-----------------------|----------------------------------|
| а) ціновий ризик; | е) приховані знижки; |
| б) диференціація цін; | є) знижка за швидкість платежів; |
| в) дилерські знижки; | ж) надбавка до ціни; |
| г) цінове лідерство; | з) методологія ціноутворення; |
| д) цінова стратегія; | і) знижка кумулятивна. |

1	Напрямки, заходи та методи, за допомогою яких може бути визначена мета цінової політики	?
2	Знижка, яка надається постійним покупцям у разі придбання ними за певний період партії товару, що перевищує встановлену угодою межу	?
3	Зміни ціни боргового зобов'язання внаслідок зростання або падіння поточного рівня відсоткових ставок	?
4	Знижки, які надаються покупцям у вигляді знижок на фрахт, пільгових та безвідсоткових кредитів, шляхом надання безкоштовних послуг та зразків	?
5	Ситуація на ринку, у разі якої підприємство активно впливає на ціну	?
6	Знижки, які надаються виробниками своїм представникам та посередникам зі збуту	?
7	Система методів адаптації ціни до умов ринку	?
8	Ціна, яка встановлюється залежно від особливих вимог покупця при виконанні спеціального, індивідуального замовлення, за підвищену якість товару, надання додаткових послуг тощо	?
9	Процес формування рівнів, структури, динаміки цін і початкової ціни з метою забезпечення суспільного відтворення тими темпами й пропорціями, які відповідають вимогам законів розвитку економіки у кожному конкретному періоді	?
10	Міра зниження ціни, що надається покупцям, які сплачують рахунки раніше встановленого угодою кінцевого терміну	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
 для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 16

1. Види цін на туристичні продукти (послуги).

2. Задача.

Повні витрати туроператора «Зоряний шлях» на одиницю продукції склали у поточному році А грн. При розрахунку ціни туроператор закладає коефіцієнт прибутковості (частку прибутку у ціні) Б %. В умовах інфляції спостерігається зростання витрат на В грн.

Визначте: а) ціну у поточному році; б) ціну, яка повністю відшкодувала б витрати туроператора і зберегла б прибуток (на одиницю турпродукту) у колишньому розмірі; в) ціну, яка не лише б відшкодувала витрати, а й забезпечувала коефіцієнт прибутковості Г %.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	2000	2500	3000	3500	4000	2300	2700	3300	3600	4200
Б	10	15	20	25	30	12	18	23	28	32
В	250	280	320	300	390	240	300	250	310	350
Г	10	12	14	16	18	20	23	25	28	30

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| а) туристична індустрія; | е) витрати; |
| б) туристична путівка; | є) виробнича собівартість; |
| в) туристичний продукт; | ж) адміністративні витрати; |
| г) туристичний ваучер; | з) інвестиційні витрати; |
| д) туристичні ресурси; | і) прямі витрати. |

1	Витрачені ресурси у ході діяльності підприємства, які використовуються з метою отримання прибутку чи задля досягнення іншої мети	?
2	Витрати, що здійснюються підприємством у процесі довгострокового вкладання підприємством капіталу з метою отримання прибутку	?
3	Документ, який підтверджує факт передачі туристичного продукту іншому власнику	?
4	Виражені у грошовій формі поточні витрати підприємства на виробництво продукції (робіт, послуг)	?
5	Витрати, які можна безпосередньо (прямо) віднести на конкретні види продукції	?
6	Документ, який встановлює право туриста на послуги, що входять до складу туру та підтверджує факт їх надання	?
7	Загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням і обслуговуванням підприємства у цілому	?
8	Право на тур, призначене для реалізації туристу	?
9	Природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, які включають об'єкти туристичного показу, а також інші об'єкти, які здатні задовольнити духовні потреби туристів, сприяти відновленню і розвитку їх фізичних сил	?
10	Сукупність готелів ті інших засобів розміщення, транспорту, харчування, дозвілля, оздоровлення тощо, які здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також підприємств, що надають екскурсійні послуги та послуги гідів-перекладачів	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
 для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 17

1. Механізм ринкового ціноутворення в туристичному бізнесі.

2. Задача.

Туроператор «Колумб» реалізує продукцію в обсязі А одиниць за ціною Б грн. Постійні витрати становлять В тис. грн, сума змінних витрат – Г тис. грн. Підприємство планує збільшити випуск продукції до Д одиниць.

Яку ціну слід встановити туроператору, щоб зберегти рентабельність продукції на колишньому рівні? Яким буде прибуток туроператора?

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	100	150	200	250	300	100	150	200	250	300
Б	3500	3300	3100	3000	2900	3400	3200	2800	3700	3400
В	9900	9700	9600	9500	9400	9800	9650	9550	9450	9350
Г	6000	5700	5500	5400	5300	5900	5600	5200	5000	4800
Д	150	200	250	290	340	130	190	230	280	330

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|----------------------------|--|
| а) планові витрати; | е) кошторисна калькуляція; |
| б) об'єкт калькуляції; | є) планова калькуляція; |
| в) нормативна калькуляція; | ж) поточні витрати; |
| г) ефективні витрати; | з) калькуляційна стаття; |
| д) фактична калькуляція; | і) витрати майбутнього звітного періоду. |

1	Це продуктивні витрати, що формують доходи від реалізації відповідних видів туристичної продукції	?
2	Продуктивні витрати підприємства, обумовлені його господарською діяльністю і передбачені кошторисом витрат	?
3	Продукція чи послуги, собівартість яких обчислюється	?
4	Розрахунок собівартості на основі діючих на початок місяця норм і нормативів витрат	?
5	Витрати, понесені у поточному звітному періоді, але підлягають включенню до собівартості туристичної продукції, яка буде сформована у наступні звітні періоди	?
6	Певний вид витрат, що утворює собівартість як окремих видів, так і усієї туристичної продукції у цілому	?
7	Розрахунок фактичної собівартості сформованої туристичної продукції	?
8	Різновид планової калькуляції (складається на туристичні пакети, що формуються у разовому порядку)	?
9	Калькуляція, яка складається на основі прогнозних, допустимих прогресивних норм і економічних нормативів на рік і за кварталами і являє собою завдання туристичного підприємства на формування відповідних видів туристичної продукції за граничною величиною витрат	?
10	Витрати з формування туристичної продукції даного періоду	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 18

1. Методи ціноутворення на туристичних підприємствах.

2. Задача.

Обсяг продажів туроператора «Пілігрим» становить А одиниць на рік за ціною Б грн. Змінні витрати на один турпродукт – В грн, постійні витрати на один турпродукт – Г грн. Туроператор поставив собі завдання збільшити обсяг продажів на Д одиниць і виділив для цих цілей рекламний бюджет у сумі Е тис. грн на рік.

На скільки має зрости ціна, щоб прибуток підприємства залишився незмінним ?

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	400	420	440	450	480	500	520	540	560	600
Б	2000	2300	2700	3000	2500	2900	3200	3500	4000	4200
В	1000	1100	1200	1400	1100	1350	1600	1750	2000	2100
Г	500	550	600	700	400	500	600	650	750	900
Д	50	45	40	60	40	50	65	40	55	60
Е	550	700	600	800	750	500	650	850	900	700

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- а) туристична дестинація;
- б) сезонна диференціація цін;
- в) ціна бруто;
- г) фінанси підприємства;
- д) сконто;
- е) ціна нетто;
- є) сезонні знижки;
- ж) пільгові знижки;
- з) функціональні знижки;
- і) собівартість турпаketу.

1	Сума цін на туристичні послуги, надані постачальниками і включені у цей пакет	?
2	Територія з усіма зручностями, засобами обслуговування і послугами для забезпечення потреб туристів	?
3	З метою згладжування сезонних коливань попиту і збереження турпотoku у несезонний період використовується...	?
4	Ціна до відрахування комісії	?
5	Для продавця – фактична виручка від продажу товару за вирахуванням витрат, пов'язаних з виконанням операції; для покупця – сума, фактично сплачена продавцю	?
6	Сукупність грошових відносин, які виникають при формуванні, використанні і обороті грошових фондів і фондів накопичення туристичного підприємства	?
7	Зниження ціни туристичного продукту (послуги), яке стимулює оплату за продукт (послуги) готівкою у формі авансу чи попередньої оплати	?
8	Знижки, які використовуються для стимулювання продажу у несезонний час, коли спадає попит на туристичні продукти (послуги)	?
9	Знижки, які надаються окремим категоріям громадян на туристичні продукти (послуги)	?
10	Знижки, які надаються тим підприємствам, які входять до збутової мережі туроператора	?

Зав. кафедрою _____ Скляр Г.П. Провідний викладач _____ Карпенко Ю.В.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
 для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 19

1. Внутрішні чинники, які впливають на формування ціни туристичного продукту (послуги).

2. Задача.

Постійні витрати туроператора «Мандарин Турс» становлять А тис. грн. Змінні витрати на одиницю продукції складають Б грн. За ціні В грн може бути продано Г одиниць на квартал, за ціні Д грн можна продавати Е одиниць.

Що відбувається з прибутком і рентабельністю турпродукції за такого зниження ціни? Яким буде обсяг реалізації продукції і прибуток туроператора за зниження ціни до Є грн.? Як зміниться рентабельність продукції?

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	1000	1200	1300	1400	1500	2000	2200	2400	2600	2800
Б	500	480	460	440	420	600	640	680	700	720
В	3000	2800	2600	2400	2000	4000	3700	3400	3100	2900
Г	350	360	370	390	400	460	470	480	490	500
Д	2800	2600	2400	2200	1800	3700	3400	3100	2900	2700
Е	400	410	420	430	440	500	510	520	530	540
Є	300	320	330	340	360	380	370	380	390	400

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|-------------------------------|----------------------------|
| а) туристична дестинація; | е) ціна нетто; |
| б) сезонна диференціація цін; | є) сезонні знижки; |
| в) ціна бруто; | ж) пільгові знижки; |
| г) фінанси підприємства; | з) функціональні знижки; |
| д) сконто; | і) собівартість турпаketу. |

1	Сума цін на туристичні послуги, надані постачальниками і включені у цей пакет	?
2	Територія з усіма зручностями, засобами обслуговування і послугами для забезпечення потреб туристів	?
3	З метою згладжування сезонних коливань попиту і збереження турпотoku у несезонний період використовується...	?
4	Ціна до відрахування комісії	?
5	Для продавця – фактична виручка від продажу товару за вирахуванням витрат, пов'язаних з виконанням операції; для покупця – сума, фактично сплачена продавцю	?
6	Сукупність грошових відносин, які виникають при формуванні, використанні і обороті грошових фондів і фондів накопичення туристичного підприємства	?
7	Зниження ціни туристичного продукту (послуги), яке стимулює оплату за продукт (послуги) готівкою у формі авансу чи попередньої оплати	?
8	Знижки, які використовуються для стимулювання продажу у несезонний час, коли спадає попит на туристичні продукти (послуги)	?
9	Знижки, які надаються окремим категоріям громадян на туристичні продукти (послуги)	?
10	Знижки, які надаються тим підприємствам, які входять до збутової мережі туроператора	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 20

1. Економічне обґрунтування ефективності виробництва туристичного продукту (послуги).

2. Задача.

За звітний рік туроператор «Пан Юкрейн» мав такі показники господарської діяльності: обсяг вироблених і реалізованих стандартних турів до Болгарії склав А одиниць, постійні витрати при цьому становили Б тис. грн, а змінні – В тис. грн. Відпускна ціна для турагентів (без ПДВ) – Г грн.

Скільки турів необхідно додатково організувати і реалізувати у наступному році, якщо туроператор бажає збільшити свій прибуток на Д %?

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	100	150	200	250	300	100	150	200	250	300
Б	1000	1250	1500	1250	1400	1600	1750	2100	2300	2500
В	1200	1250	1300	1100	1250	1100	1300	1000	1400	1500
Г	3000	2800	2600	2400	2800	3000	3700	3400	3100	3900
Д	5	6	7	8	9	10	12	15	5	6

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|----------------------------|--|
| а) планові витрати; | е) кошторисна калькуляція; |
| б) об'єкт калькуляції; | є) планова калькуляція; |
| в) нормативна калькуляція; | ж) поточні витрати; |
| г) ефективні витрати; | з) калькуляційна стаття; |
| д) фактична калькуляція; | і) витрати майбутнього звітного періоду. |

1	Це продуктивні витрати, що формують доходи від реалізації відповідних видів туристичної продукції	?
2	Продуктивні витрати підприємства, обумовлені його господарською діяльністю і передбачені кошторисом витрат	?
3	Продукція чи послуги, собівартість яких обчислюється	?
4	Розрахунок собівартості на основі діючих на початок місяця норм і нормативів витрат	?
5	Витрати, понесені у поточному звітному періоді, але підлягають включенню до собівартості туристичної продукції, яка буде сформована у наступні звітні періоди	?
6	Певний вид витрат, що утворює собівартість як окремих видів, так і усієї туристичної продукції у цілому	?
7	Розрахунок фактичної собівартості сформованої туристичної продукції	?
8	Різновид планової калькуляції (складається на туристичні пакети, що формуються у разовому порядку)	?
9	Калькуляція, яка складається на основі прогнозних, допустимих прогресивних норм і економічних нормативів на рік і за кварталами і являє собою завдання туристичного підприємства на формування відповідних видів туристичної продукції за граничною величиною витрат	?
10	Витрати з формування туристичної продукції даного періоду	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 21

1. Особливості організації обліку витрат за системою «директ-костінг».

2. Задача.

Визначить ціну на туристичний продукт, якщо його собівартість складає А грн. Розмір планових накопичень туроператора «Оазис тревел» дорівнює Б % до собівартості, комісія турагентам – В %, ставка ПДВ – згідно чинного законодавства України.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	2000	3000	1500	2500	4000	3500	1800	2700	3200	4500
Б	5	6	7	8	5	6	7	8	4	5
В	4	5	6	7	8	9	10	4	5	6

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- а) туристична індустрія;
- б) туристична путівка;
- в) туристичний продукт;
- г) туристичний ваучер;
- д) туристичні ресурси;
- е) витрати;
- є) виробнича собівартість;
- ж) адміністративні витрати;
- з) інвестиційні витрати;
- і) прямі витрати.

1	Витрачені ресурси у ході діяльності підприємства, які використовуються з метою отримання прибутку чи задля досягнення іншої мети	?
2	Витрати, що здійснюються підприємством у процесі довгострокового вкладання підприємством капіталу з метою отримання прибутку	?
3	Документ, який підтверджує факт передачі туристичного продукту іншому власнику	?
4	Виражені у грошовій формі поточні витрати підприємства на виробництво продукції (робіт, послуг)	?
5	Витрати, які можна безпосередньо (прямо) віднести на конкретні види продукції	?
6	Документ, який встановлює право туриста на послуги, що входять до складу туру та підтверджує факт їх надання	?
7	Загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням і обслуговуванням підприємства у цілому	?
8	Право на тур, призначене для реалізації туристу	?
9	Природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, які включають об'єкти туристичного показу, а також інші об'єкти, які здатні задовольнити духовні потреби туристів, сприяти відновленню і розвитку їх фізичних сил	?
10	Сукупність готелів ті інших засобів розміщення, транспорту, харчування, дозвілля, оздоровлення тощо, які здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також підприємств, що надають екскурсійні послуги та послуги гідів-перекладачів	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
 для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 22

1. Групування і включення витрат до собівартості туристичного продукту (послуги).

2. Задача.

Собівартість виробленого туристичного продукту туроператором «Туї тур» у звітному році склала А тис. грн. У плановому році передбачається збільшити обсяг виробництва на Б %. Постійні витрати не зміняться. Питома вага постійних витрат у собівартості продукції – В %.

Визначити собівартість виробленої продукції у плановому році.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	2000	3000	1500	2500	4000	2000	3000	1500	2500	4000
Б	10	11	12	13	14	10	11	12	13	14
В	30	35	40	45	50	30	35	40	45	50

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- а) ціновий ризик;
- б) диференціація цін;
- в) дилерські знижки;
- г) цінове лідерство;
- д) цінова стратегія;
- е) приховані знижки;
- є) знижка за швидкість платежів;
- ж) надбавка до ціни;
- з) методологія ціноутворення;
- і) знижка кумулятивна.

1	Основні напрямки, заходи та методи, за допомогою яких може бути досягнута визначена мета цінової політики	?
2	Знижка, яка надається постійним покупцям у разі придбання ними за певний період партії товару, що перевищує встановлену угодою межу	?
3	Зміни ціни боргового зобов'язання внаслідок зростання або падіння поточного рівня відсоткових ставок	?
4	Знижки, які надаються покупцям у вигляді знижок на фрахт, пільгових та безвідсоткових кредитів, шляхом надання безкоштовних послуг та зразків	?
5	Ситуація на ринку, у разі якої підприємство активно впливає на ціну	?
6	Знижки, які надаються виробниками своїм представникам та посередникам зі збуту	?
7	Система методів адаптації ціни до умов ринку	?
8	Ціна, яка встановлюється залежно від особливих вимог покупця при виконанні спеціального, індивідуального замовлення, за підвищену якість товару, надання додаткових послуг, розстрочку платежу тощо	?
9	Процес формування рівнів, структури, динаміки цін і початкової ціни з метою забезпечення суспільного відтворення тими темпами й пропорціями, які відповідають вимогам законів розвитку економіки у кожному конкретному періоді	?
10	Міра зниження ціни, що надається покупцям, які сплачують рахунки раніше встановленого угодою кінцевого терміну	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВИЩІЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 23

1. Собівартість туристичного продукту (послуги).

2. Задача.

Річний обсяг випуску туристичної продукції А одиниць. Собівартість одиниці продукції – Б тис. грн. Питома вага умовно-постійних витрат у собівартості собівартості – В %. У плановому році туроператор планує збільшити обсяг туристичної продукції на Г %. Постійні витрати не зміняться.

Розрахувати собівартість одиниці продукції у плановому році.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	1000	1050	1100	1150	800	850	900	950	1200	1300
Б	1,5	2	3	3,5	4	1,5	2	3	3,5	4
В	40	45	50	55	60	40	45	50	55	60
Г	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- а) вільні ціни;
- б) гуртові ціни;
- в) лімітна ціна;
- г) світова ціна;
- д) трансфертна ціна;
- е) тимчасові ціни;
- є) біржові котирування;
- ж) ступінчасті ціни;
- з) довідкові ціни;
- і) тарифи.

1	Ціна, за якою підприємство реалізує продукцію, роботи й послуги своїм підрозділам	?
2	Ціни на послуги вантажного і пасажирського транспорту, а також на послуги, що надаються населенню побутовими та комунальними підприємствами	?
3	Ціни, які визначаються підприємствами самостійно з урахуванням своїх витрат і співвідношення попиту та пропозиції у відповідності з прийнятою на підприємстві ціновою політикою	?
4	Різновид тимчасових цін, що являють собою низку послідовно змінюваних цін на один і той самий вид товару	?
5	Ціни, що є відправною точкою для встановлення, як правило, договірної ціни	?
6	Ціни, за якими продукція здійснює обіг між промисловими підприємствами, або між ними і підприємствами інших галузей економіки, незалежно від форм власності, при цьому продукція продається і купується гуртовими партіями	?
7	Верхня межа ціна, яка визначається на стадії розробки нової продукції	?
8	Ціна виробників та продавців, які займають значну частку у загальному обсязі аналогічної продукції, що реалізується на зовнішньому ринку	?
9	Ціна, яка встановлюється на нову продукцію, що планується до серійного виробництва, випуск якої у початковий період супроводжується підвищеними витратами	?
10	Ціни спеціально організованого постійно діючого ринку масових і якісно однорідних товарів	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
 для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 24

1. Маржинальний дохід, прибутковість і рентабельність туристичних підприємств.

2. Задача.

За звітними даними собівартість туристичної продукції туроператора «Гамалія» склала А тис. грн., матеріальні витрати – Б тис. грн. На наступний рік планується знизити матеріальні витрати за рахунок зниження витрат на транспортне обслуговування на В %.

Використовуючи індексний метод, визначити вплив згаданого чинника на собівартість продукції у плановому році.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	2400	3700	1500	2500	4100	2900	3600	2500	3400	4000
Б	1000	1100	900	1300	1900	1300	1750	1250	1850	1950
В	10	8	9	10	11	12	13	14	15	10

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| а) стабільність цін; | е) субсидії непрямі; |
| б) нтервенційна ціна; | є) декларування цін; |
| в) інфляція; | ж) місцеві ціни; |
| г) фіксовані ціни; | з) лімітована ціна; |
| д) субсидії прямі; | і) гроші. |

1	Підвищена ціна придбання деяких видів товарів, яка встановлюється державою або групою держав на основі міжурядових угод з метою підтримки виробництва товару	?
2	Товар, що використовується як загальний еквівалент, за допомогою якого виражається вартість інших товарів	?
3	Мінімально гарантована ціна, за якою держава чи потенційний покупець гарантують виробникові закупівлю даного товару; встановлюється на певний період часу	?
4	Опосередкована підтримка через інструменти податкової та грошово-кредитної політики держави	?
5	Адресна допомога у вигляді коштів, безпосередньо наданих державою економічним суб'єктам на фінансування капітальних вкладень в економіку, науково-дослідні роботи, впровадження нової техніки тощо	?
6	Засіб контролю за встановленням цін на продукцію, яка реалізується підприємствами-монополістами, з метою запобігання їх невинного завищення	?
7	Стан, за яким темпи інфляції мінімальні і не впливають на процес прийняття економічних рішень	?
8	Знецінення грошей, яке проявляється у формі зростання цін на товари і послуги і не обумовлене підвищенням їх якості	?
9	Ціни, встановлення яких входить до компетенції Ради міністрів АР Крим, обласних та міських рад, встановлюються з урахуванням витрат виробництва і реалізації у регіоні (області, місті) і є єдиними на його території	?
10	Ціни, які встановлюються державою через систему органів влади, шляхом введення державних преїскурантів – офіційних збірників цін і тарифів на товари та послуги	?

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів за напрямом підготовки 6.140301 «Туризм»

Варіант № 25

1. Склад і структура витрат формування та реалізації туристичного продукту (послуг).

2. Задача.

Визначити вплив на собівартість туристичної продукції збільшення обсягу її випуску на А %, якщо сумарні умовно-постійні витрати становлять Б тис. грн, собівартість туристичної продукції до збільшення обсягу випуску – В тис. грн.

Вихідні дані

Показники	Варіанти:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	10	15	20	25	30	13	17	22	27	35
Б	1250	1500	2000	2500	3100	1750	2150	3450	3600	3700
В	3700	4500	5900	7400	9000	5400	6500	9000	9500	9900

3. Розпізнайте, яку економічну категорію характеризують наведені нижче визначення:

- а) туристична дестинація;
- б) сезонна диференціація цін;
- в) ціна бруто;
- г) фінанси підприємства;
- д) сконто;
- е) ціна нетто;
- є) сезонні знижки;
- ж) пільгові знижки;
- з) функціональні знижки;
- і) собівартість турпаketу.

1	Сума цін на туристичні послуги, надані постачальниками і включені у цей пакет	?
2	Територія з усіма зручностями, засобами обслуговування і послугами для забезпечення потреб туристів	?
3	З метою згладжування сезонних коливань попиту і збереження турпотoku у несезонний період використовується...	?
4	Ціна до відрахування комісії	?
5	Для продавця – фактична виручка від продажу товару за вирахуванням витрат, пов'язаних з виконанням операції; для покупця – сума, фактично сплачена продавцю	?
6	Сукупність грошових відносин, які виникають при формуванні, використанні і обороті грошових фондів і фондів накопичення туристичного підприємства	?
7	Зниження ціни туристичного продукту (послуги), яке стимулює оплату за продукт (послуги) готівкою у формі авансу чи попередньої оплати	?
8	Знижки, які використовуються для стимулювання продажу у несезонний час, коли спадає попит на туристичні продукти (послуги)	?
9	Знижки, які надаються окремим категоріям громадян на туристичні продукти (послуги)	?
10	Знижки, які надаються тим підприємствам, які входять до збутової мережі туроператора	?