Контрольна робота для студентів 5 курсу заочного відділення   
напряму підготовки «Туризм» з дисципліни

**«Економіка і ціноутворення в галузі туризму»**

**Частина І. Знайдіть правильну відповідь**

1. Туристичні потреби:
2. Співпадають з фізіологічними потребами;
3. Співпадають з соціальними потребами;
4. Співпадають з рекреаційними потребами;
5. Нема правильної відповіді.
6. Психофізіологічні потреби включають:
7. харчування, сон і рух;
8. пізнання, спілкування і оздоровлення;
9. рух і пізнання;
10. харчування, сон і оздоровлення.
11. Духовно-інтелектуальні потреби включають:
12. харчування, сон і рух;
13. пізнання, спілкування і оздоровлення;
14. рух і пізнання;
15. харчування, сон і оздоровлення.
16. Загальноекономічні фактори, що впливають на потреби людей включають:
17. рівень матеріального добробуту, належність до соціальної групи, регіон проживання споживача туристичних послуг;
18. співвідношення робочого і вільного часу у трудового населення, рід занять, освіта;
19. рівень матеріального добробуту, склад сім’ї та майновий стан споживача туристичних послуг;
20. рівень матеріального добробуту споживача туристичних послуг і співвідношення робочого і вільного часу у трудового населення
21. До якої групи відносяться фактори: вік, стать, професія, регіон проживання, рід занять, освіта, склад сім’ї:
22. загальноекономічні фактори;
23. соціально-демографічні фактори;
24. фактори культурного та суспільно-психологічного характеру;
25. особистісно-поведінкові фактори.
26. Предметом вивчення дисципліни «Економіка і ціноутворення в галузі туризму» є:
27. економічні відносини на рівні підприємства туристичної галузі;
28. механізм дії та використання основних економічних законів;
29. туристичне підприємство, господарський механізм його діяльності;
30. вірними є відповіді а та б.
31. З яких причин туристичний бізнес став привабливим для підприємців:
32. невеликі стартові інвестиції, високий рівень рентабельності;
33. невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності, мінімальний строк окупності витрат;
34. зростаючий попит на туристичні послуги, висока рентабельність, мінімальний строк окупності витрат;
35. мінімальний строк окупності витрат, сталий попит споживачів туристичної продукції.
36. З яких аспектів складається ефективність туризму з точки зору прибутковості:
37. туризм - джерело валютних надходжень і засіб для забезпечення зайнятості населення країни, розширює внески в платіжний баланс країни, сприяє диверсифікованості економіки;
38. туризм - джерело валютних надходжень і засіб для забезпечення зайнятості населення країни, посилює престиж країни;
39. туризм - джерело валютних надходжень і засіб для забезпечення зайнятості населення країни, забезпечує підвищення освітнього рівня людей;
40. вірними є відповіді б та в.
41. Які специфічні властивості характерні для індустрії туризму:
42. ресурсна орієнтація в розміщенні туристичних підприємств;
43. сезонний цикл у виробництві туристичних послуг;
44. високі вимоги до рівня розвитку соціальної інфраструктури;
45. всі відповіді є вірними.
46. В яких країнах міжнародний туризм отримав найбільший розвиток:
47. у країнах Америки;
48. у країнах Західної Європи;
49. у країнах Східної Європи та Росії;
50. у країнах Азії, Африки та Австралії.
51. Оберіть найбільш точне визначення туристичної послуги:
52. туристична послуга - результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів;
53. туристична послуга - це діяльність невловимого характеру, що одна сторона - постачальник може запропонувати іншій стороні-споживачеві, або надає за його замовленням з метою одержання визначеної вигоди;
54. туристичні послуги - послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг, спрямовані на задоволення потреб туристів.
55. туристичні послуги - послуги, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам.
56. Якими властивостями не володіють туристичні послуги:
57. туристичні послуги мають нематеріальний характер;
58. виробництво, реалізація, споживання туристичних послуг відбувається одночасно, не виділяючись в самостійні стадії;
59. споживач бере безпосередню участь у виробництві туристичних послуг, немає зміни власника на кінцевий результат;
60. усі відповіді є вірними.
61. Чому при наданні туристичної послуги не відбувається зміни власника на кінцевий результат:
62. у туризмі взаємини економічних агентів будуються за принципом відносного права.;
63. передача власності від постачальника до споживача не відбувається в силу їхньої невідчутності;
64. усі відповіді є правильними;
65. немає правильної відповіді.
66. У чому полягає відмінність туристичного продукту від туристичної послуги:
67. туристичні послуги мають нематеріальний характер;
68. туристичний продукт більш узагальнююче поняття;
69. туристична послуга може бути придбана й спожита тільки в місці її виробництва, тоді як туристський продукт може бути придбаний і за місцем проживання, але спожитий тільки в місці виробництва;
70. споживач бере безпосередню участь у виробництві туристичних послуг.
71. Туристичний пакет – це:
72. основний (обов'язковий) комплекс послуг, надаваних у подорожі по індивідуальному або груповому плані, що має серійний характер, пропонується в широкий продаж;
73. попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною;
74. результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів;
75. первинна одиниця туристського продукту, реалізована клієнтові як єдине ціле, продукт праці туроператора на певний маршрут і в конкретний термін.
76. Тур – це:
77. основний (обов'язковий) комплекс послуг, надаваних у подорожі по індивідуальному або груповому плані, що має серійний характер, пропонується в широкий продаж;
78. попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною;
79. сукупність речовинних (предмети споживання), нематеріальних (послуги) споживчих вартостей, необхідних для повного задоволення потреб туристів, що виникають під час їхньої подорожі;
80. первинна одиниця туристського продукту, реалізована клієнтові як єдине ціле, продукт праці туроператора на певний маршрут і в конкретний термін.
81. Складові туристичного пакету:
82. транспорт, послуги розміщення, трансфер, комплекс послуг на маршруті, туристський центр;
83. туристський центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер;
84. комплекс послуг на маршруті, туристський центр, додаткові туристсько-екскурсійні послуги, товари, транспорт, послуги розміщення, трансфер;
85. транспорт, послуги розміщення, трансфер.
86. Складові тура:
87. транспорт, послуги розміщення, трансфер, комплекс послуг на маршруті, туристський центр;
88. туристський центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер;
89. комплекс послуг на маршруті, туристський центр, додаткові туристсько-екскурсійні послуги, товари, транспорт, послуги розміщення, трансфер;
90. транспорт, послуги розміщення, трансфер.
91. Складові туристського продукту:
92. транспорт, послуги розміщення, трансфер, комплекс послуг на маршруті, туристський центр;
93. туристський центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер;
94. комплекс послуг на маршруті, туристський центр, додаткові туристсько-екскурсійні послуги, товари, транспорт, послуги розміщення, трансфер;
95. транспорт, послуги розміщення, трансфер.
96. Валовий туристський продукт як дохід включає:
97. витрати на туристське споживання, приватні туристські інвестиції, державні туристські витрати, туристський експорт мінус імпорт;
98. відсотки, які одержують підприємці, що працюють у туристській економіці, приватні туристські інвестиції, прибуток;
99. всю зарплату, виторг від здачі в оренду кімнат, апартаментів, відсотки, які одержують підприємці, що працюють у туристській економіці, прибуток;
100. витрати на туристське споживання, приватні туристські інвестиції, відсотки, які одержують підприємці, що працюють у туристській економіці.
101. Валовий туристський продукт як витрати включає:
102. витрати на туристське споживання, приватні туристські інвестиції, державні туристські витрати, туристський експорт мінус імпорт;
103. відсотки, які одержують підприємці, що працюють у туристській економіці, туристські інвестиції;
104. всю зарплату, виторг від здачі в оренду кімнат, апартаментів, відсотки, які одержують підприємці, що працюють у туристській економіці, прибуток;
105. витрати на туристське споживання, приватні туристські інвестиції, відсотки, які одержують підприємці, що працюють у туристській економіці.
106. Відновлена вартість основних фондів – це:
107. фактична їхня вартість на момент введення їх у дію чи придбання;
108. вартість у новому, не зношеному стані;
109. первісна вартість, переоцінена за сучасними цінами;
110. реальна вартість, ще не перенесену на вартість наданих послуг
111. За якою нормою амортизаційних відрахувань будуть розраховуватися автомобільний транспорт:
112. 2%;
113. 6%;
114. 10%;
115. 15%.
116. За якою нормою амортизаційних відрахувань будуть розраховуватися комп’ютери, що стоять в:
117. 2%;
118. 6%;
119. 10%;
120. 15%.
121. Як називається метод амортизації, за яким річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів:
122. виробничий;
123. кумулятивний;
124. прямолінійний;
125. метод зменшення залишкової вартості.
126. Показники ефективності використання основних фондів включають:
127. фондовіддачу, фондомісткість, фондоозброєність, механоозброєність;
128. коефіцієнт оновлення основних фондів, коефіцієнт вибуття основних фондів;
129. коефіцієнт зносу основних фондів, коефіцієнт придатності основних фондів;
130. фондомісткість, фондоозброєність, механоозброєність.
131. Що є оборотними фондами підприємства:
132. це фінансові ресурси, вкладені в об'єкти, використання яких здійснюється підприємством протягом одного виробничого циклу;
133. це частина виробничих фондів підприємства, що споживаються в одному виробничому циклі й змінюють натуральну форму;
134. це частина засобів виробництва, яка не бере участі у виробничих циклах, але авансується підприємством для створення оборотних фондів;
135. це об'єкти, використання яких здійснюється підприємством протягом одного виробничого циклу.
136. Що входить до складу фондів обігу туристичного підприємства:
137. дебіторська заборгованість, гроші у розрахунках;
138. виробничі запаси, незавершене виробництво;
139. готова продукція, товари на складі, дебіторська заборгованість, гроші у розрахунках;
140. виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів.
141. Що входить до складу оборотних фондів туристичного підприємства:
142. дебіторська заборгованість, гроші у розрахунках;
143. виробничі запаси, незавершене виробництво;
144. готова продукція, товари на складі, дебіторська заборгованість, гроші у розрахунках;
145. виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів.
146. Способи підвищення ефективності використання оборотних коштів включають:
147. прискорення реалізації продукції та послуг;
148. поліпшення матеріально-технічного забезпечення, скорочення тривалості формування або виробництва туристичного продукту чи послуг;
149. оптимізацію запасів ресурсів;
150. все вище перелічене.
151. До внутрішніх факторів, під впливом яких формується та змінюється персонал підприємства, можна віднести:
152. технологія й організація виробництва туристичного продукту;
153. демографічні процеси;
154. юридичні та моральні норми суспільства;
155. характер ринку праці.
156. До зовнішніх факторів, під впливом яких формується та змінюється персонал підприємства, можна віднести:
157. технологія виробництва туристичного продукту;
158. організація виробництва туристичного продукту;
159. характер послуг;
160. юридичні та моральні норми суспільства.
161. Дайте визначення трудовим ресурсам:
162. це сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної роботи;
163. це працівники, що займають керівні посади в підприємстві та структурних підрозділах;
164. це частина працездатного населення, що за своїми віковими, фізичними, освітніми даними відповідає діяльності туристичної сфери;
165. працівники, що виконують спеціальні туристичні, інженерно-технічні, економічні та інші роботи.
166. Кількість робочого часу (людино-години), витраченого на виробництво одиниці продукції показує такий показник:
167. продуктивність;
168. трудомісткість;
169. виробіток;
170. рентабельність.
171. Кількість продукції (матеріальних благ, послуг), зроблену й реалізовану в одиницю часу показує такий показник:
172. продуктивність;
173. трудомісткість;
174. виробіток;
175. рентабельність.
176. Форма оплати праці, яка передбачає виплати заробітної плати у відповідності до встановленого окладу:
177. відрядна форма оплати праці;
178. погодинна форма оплати праці;
179. погодинно-преміальна форма оплати праці;
180. відрядно-преміальна форма оплати праці.
181. Форма оплати праці, за якої заробітна плата включає в себе посадовий оклад (тарифну ставку) та премію:
182. відрядна форма оплати праці;
183. погодинна форма оплати праці;
184. погодинно-преміальна форма оплати праці;
185. відрядно-преміальна форма оплати праці.
186. Форма оплати праці, яка передбачає виплати в залежності від обсягу робіт у натуральному чи вартісному вираженні за раніше встановленими розцінками:
187. відрядна форма оплати праці;
188. погодинна форма оплати праці;
189. погодинно-преміальна форма оплати праці;
190. відрядно-преміальна форма оплати праці.
191. Форма оплати праці, яка передбачає виплату премій за певні досягнення у праці:
192. відрядна форма оплати праці;
193. погодинна форма оплати праці;
194. погодинно-преміальна форма оплати праці;
195. відрядно-преміальна форма оплати праці.
196. Оплати праці являє собою сукупність нормативів, за допомогою яких диференціюється та регулюється рівень заробітної плати різних груп і категорій працюючих у залежності від кваліфікаційного рів­ня, складності, інтенсивності та відповідальності робіт, що виконуються, умов праці
197. відрядна форма оплати праці;
198. погодинна форма оплати праці;
199. тарифна система оплати праці;
200. відрядно-преміальна.
201. Класифікація витрат по економічним елементам передбачає розподіл витрат на:
202. матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні потреби, амортизацію основних фондів та інші витрати;
203. змінні, постійні, змішані;
204. поточні витрати, витрати майбутнього звітного періоду, майбутні витрати;
205. основні та накладні.
206. Витрати, які перебувають у прямої залежності від обсягу продажів:
207. постійні;
208. змішані;
209. змінні;
210. накладні.
211. Виробничі витрати включають:
212. витрати пов'язані з реалізацією турпродукції споживачам, а саме витрати на рекламу та інші збутові витрати;
213. всі витрати, безпосередньо пов'язані з формуванням турпродукції й утворюючі її виробничу собівартість;
214. витрати на оплату праці основного виробничого персоналу туристського підприємства, включаючи премії та інші додаткові платежі;
215. витрати на проведення рекреаційних робіт, спрямованих на підтримку території туристських підприємств у належному екологічному й санітарному стані.
216. Накладні витрати – це:
217. витрати, які пов'язані з об-служиванием і керуванням туристською фірмою
218. всі витрати, безпосередньо пов'язані з формуванням турпродукції й утворюючі її виробничу собівартість;
219. витрати на оплату праці основного виробничого персоналу туристського підприємства, включаючи премії та інші додаткові платежі;
220. витрати на проведення рекреаційних робіт, спрямованих на підтримку території туристських підприємств у належному екологічному й санітарному стані.
221. Витрати, проведені в поточному звітному періоді, але підлягаючі включенню в собівартість турпродукції, що буде сформована в наступні звітні періоди (наприклад, витрати на оренду приміщення, передплата на періодичні видання й т.д.) – це:
222. поточні витрати;
223. майбутні витрати;
224. накладні витрати;
225. витрати майбутнього звітного періоду.
226. Розрахунок собівартості на основі діючих на початок місяця норм і нормативів витрат – це:
227. планова калькуляція;
228. кошторисна калькуляція;
229. нормативна калькуляція;
230. фактична.
231. Калькуляція, що використається для встановлення цін, розрахунків із замовниками й обґрунтування витрат на формування тур продукції, - це:
232. планова калькуляція;
233. кошторисна калькуляція;
234. нормативна калькуляція;
235. фактична.
236. Розрахунок фактичної собівартості сформованої тур продукції – це:
237. планова калькуляція;
238. кошторисна калькуляція;
239. нормативна калькуляція;
240. фактична.
241. Калькуляція, що складається на основі прогнозних, припустимих прогресивних норм і економічних нормативів на рік і по кварталах і являє собою завдання туристської фірми по граничній величині витрат на формування відповідних видів турпродукції, - це:
242. планова калькуляція;
243. кошторисна калькуляція;
244. нормативна калькуляція;
245. фактична.
246. Система обліку витрат, яка базується на поділі загальних витрат на постійні й змінні, називається:
247. «абсорбшн- костинг»;
248. «abc – калькуляція»;
249. нормативна калькуляція;
250. «директ-костинг».
251. Ціноутворення – це:
252. процес формування цін на товари і послуги;
253. грошова оцінка товару, що відображає його споживчі властивості (корисність), витрати на його виробництво та інші параметри цінового і нецінового порядку;
254. грошове вираження споживчої вартості та вартості товару;
255. немає правильної відповіді.
256. Ціноутворення, що функціонує на основі взаємодії попиту покупця і пропозиції продавця, - це:
257. централізоване ціноутворення;
258. ринкове ціноутворення;
259. міжнародне ціноутворення;
260. прогресивне ціноутворення.
261. Принцип наукової обґрунтованості цін характеризується:
262. перевіркою правильності застосування встановлених законодавством правил ціноутворення;
263. необхідністю визначення підприємством, які конкретні економічні й соціальні завдання воно буде вирішувати в результаті використання обраного підходу до ціноутворення;
264. внесенням постійних змін у рівень діючих на ринку цін, а також тим, що продукція на кожному етапі її виготовлення має свою ціну;
265. необхідністю обліку в ціноутворенні об'єктивних економічних законів.
266. Принцип безперервності процесу ціноутворення характеризується:
267. перевіркою правильності застосування встановлених законодавством правил ціноутворення;
268. необхідністю визначення підприємством, які конкретні економічні й соціальні завдання воно буде вирішувати в результаті використання обраного підходу до ціноутворення;
269. внесенням постійних змін у рівень діючих на ринку цін, а також тим, що продукція на кожному етапі її виготовлення має свою ціну;
270. необхідністю обліку в ціноутворенні об'єктивних економічних законів.
271. Концепція, що ґрунтується на теорії трудової вартості передбачає, що:
272. ціна визначається сукупністю витрат на виробництво товару, крім того, вона включає й прибуток, що є формою додаткового продукту, створеного найманою працею;
273. ціна товару визначається ціною граничної останньої одиниці продукту й визначається суб'єктивно;
274. рівень рівноважної ціни, по якій товари й реалізуються, встановлюється під впливом взаємодії попиту (покупець із його оцінкою корисності товару) і пропозиції (продавець із його витратами виробництва й бажанням дістати максимальний прибуток);
275. всі відповіді є вірними.
276. Концепція ціноутворення обґрунтована англійським економістом А. Маршаллом передбачає:
277. ціна визначається сукупністю витрат на виробництво товару;
278. ціна товару визначається ціною граничної останньої одиниці продукту й визначається суб'єктивно;
279. рівень рівноважної ціни, по якій товари й реалізуються, встановлюється під впливом взаємодії попиту (покупець із його оцінкою корисності товару) і пропозиції (продавець із його витратами виробництва й бажанням дістати максимальний прибуток);
280. всі відповіді є вірними.
281. Як залежить ціна від пропозиції товарів:
282. збільшення пропозиції товарів призводить до зменшення ціни на ці товари;
283. збільшення пропозиції товарів призводить до збільшення ціни на ці товари;
284. зменшення пропозиції товарів призводить до збільшення ціни на ці товари;
285. ніяк не залежить.
286. Яка функція ціни полягає в тому, що за її допомогою здійснюється взаємозв'язок між виробником і споживачем та досягається рівновага між попитом і пропозицією
287. стимулююча;
288. балансуюча;
289. розподільна;
290. обліково-інформаційна.
291. За характером обслуговування обороту вирізняють ціни:
292. оптові, роздрібні, закупівельні, кошторисна вартість, тарифи;
293. вільні, граничні, фіксовані;
294. тверді, рухомі, ковзаючі;
295. постійні, сезонні, східчасті
296. Стратегія, що базується на низькому рівні цін з метою залучення якнайбільшої кількості споживачів, - це:
297. стратегія зняття вершків;
298. стратегія престижних цін;
299. стратегія слідування за лідером;
300. стратегія проникнення на ринок.
301. Визначте фактори, що впливають на ціну в туризмі:
302. вартість (собівартість) виробництва послуг і нормативний доход турфірми;
303. рівень і динаміка конкуруючих цін, співвідношення попиту та пропозиції на туристичні послуги на ринку;
304. всі відповіді є вірними;
305. немає правильної відповіді.
306. Для чого призначений нормативний дохід тур фірми:
307. для покриття витрат турфірми на заробітну плату персоналу й формування прибутку;
308. для покриття витрат турфірми;
309. для формування прибутку;
310. для покриття витрат турфірми й формування прибутку.
311. Який з перелічених вид цін найчастіше використовується в туризмі:
312. роздрібні;
313. оптові;
314. закупівельні;
315. постійні.
316. Вартість турпакету не включає:
317. собівартість;
318. прибуток;
319. страхування;
320. знижки і надбавки.
321. Надбавка – це:
322. ринкове вираження вартості послуг;
323. агентська винагорода за використання визначених послуг, пов’язаних з кінцевою реалізацією турпродукту;
324. процес формування цін на товари і послуги;
325. немає правильної відповіді.
326. Стадія життєвого циклу продукту, на якій прибуток турфірми є максимальним:
327. стадія введення продукту;
328. стадія стагнації;
329. стадія зрілості;
330. стадія росту.
331. Стадія життєвого циклу продукту, на якій доход турфірми є максимальним:
332. стадія введення продукту;
333. стадія стагнації;
334. стадія зрілості;
335. стадія росту.
336. Назвіть причини стагнації турпродукту:
337. зникають необхідність і можливість реалізації;
338. з'явився більш кращий дешевий продукт для задоволення потреб на ринку;
339. конкурентний продукт завдяки кращій ринковій стратегії раптом завойовує вирішальну перевагу;
340. усі відповіді є вірними.
341. Як впливає на еластичність попиту за ціною доступність товарів-субститутів (замінників):
342. чим більше товарів-субститутів на ринку, тим вища еластичність;
343. чим більше товарів-субститутів на ринку, тим нижча еластичність;
344. чим менше товарів-субститутів, тим вища еластичність;
345. не впливає.
346. Назвіть місяць, в якому попит на туристичні послуги стає максимальним:
347. серпень;
348. листопад;
349. березень;
350. лютий.
351. Метод ціноутворення, що полягає в збільшенні витрат на визначений відсоток з метою одержання доходів, достатніх для створення продукту і його реалізації:
352. метод, що враховує за основу ціноутворення нормативну рентабельність;
353. метод дискримінаційного ціноутворення;
354. метод зворотного ціноутворення;
355. ціноутворення по методу витрати-плюс.
356. Метод ціноутворення, заснований на ринковій ціні турпродукту і запланованого прибутку:
357. метод, що враховує за основу ціноутворення нормативну рентабельність;
358. метод дискримінаційного ціноутворення;
359. метод зворотного ціноутворення;
360. ціноутворення по методу витрати-плюс.
361. Ціноутворення проникнення на ринок практикують турфірми:
362. що отримують серйозну конкуренцію на зовнішньому ринку (як виїзний, так і в'їзний туризм);
363. при встановленні контактів з новими туристичними центрами в розрахунку на формування стабільних потреб і наступного підвищення цін;
364. при виході на національні ринки, що формуються, коли внутріекономічна ситуація (інфляція, високі ціни і тарифи при низькому рівні сервісу) стимулює ріст виїзного туризму;
365. немає правильної відповіді.
366. Метод ціноутворення, пов'язаний з фінансовим аналізом, який дозволяє визначити, наскільки ефективна діяльність туристичної фірми стосовно інвестицій:
367. метод, що враховує за основу ціноутворення нормативну рентабельність;
368. метод дискримінаційного ціноутворення;
369. метод зворотного ціноутворення;
370. ціноутворення по методу витрати-плюс.
371. Вкажіть правила, якими користуються підприємці при встановленні ціни на туристичні послуги:
372. максимально можлива ціна визначається собівартістю продукції, а мінімальна — наявністю унікальних властивостей товару;
373. мінімально можлива ціна визначається собівартістю продукції, а максимальна — наявністю унікальних властивостей товару; ціни товарів конкурентів і товарів аналогів обумовлюють середній рівень, на який треба спиратися при встановленні ціни;
374. ціни товарів конкурентів і товарів аналогів обумовлюють максимальний рівень, на який треба спиратися при встановленні ціни;
375. мінімально можлива ціна визначається собівартістю продукції, а середній рівень цін — наявністю унікальних властивостей товару; ціни товарів конкурентів і товарів аналогів обумовлюють максимальний рівень, на який треба спиратися при встановленні ціни;
376. До витратних методів ціноутворення відносять:
377. метод надбавок, метод цільового прибутку, метод прямих витрат;
378. метод балової оцінки, метод повних витрат, агрегатний метод;
379. метод балової оцінки, метод прямих витрат;
380. метод повних витрат, метод надбавок, метод цільового прибутку та агрегатний метод.
381. До методів ціноутворення, заснованих на основі попиту споживачів відносять:
382. метод надбавок, метод цільового прибутку, метод прямих витрат;
383. метод балової оцінки, метод повних витрат, агрегатний метод;
384. метод балової оцінки, метод прямих витрат;
385. метод повних витрат, метод надбавок, метод цільового прибутку та агрегатний метод.
386. До системи державних органів ціноутворення належать:
387. Міністерство економіки України;
388. управління з питань цінової політики Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій;
389. Державна інспекція з контролю за цінами;
390. всі вище перелічені.
391. До прямих методів державного регулювання цін належать:
392. застосування граничних нормативів рентабельності;
393. зміна рівнів та диференціація ставок товарних податків;
394. пільгове оподаткування та кредитування;
395. встановлення фіксованих (твердих) цін на найважливіші товари та послуги.
396. До непрямих методів державного регулювання цін належать:
397. застосування граничних цін або граничних коефіцієнтів їхнього підвищення;
398. декларування зміни цін;
399. заморожування (блокування) цін на певний період;
400. пільгове оподаткування та кредитування;
401. Ринок ефективно функціонує в тому випадку, якщо
402. на ринку діє вільна конкуренція, при якій всі учасники ринку прагнуть досягти своїх цілей (продати товар з максимальним прибутком або купити товар з мінімальними витратами);
403. на ринку дотримуються основних правил в області якості й безпеки продукту, що випускається, і надаваних послуг;
404. якщо на ринку можливо вільно вибирати споживача;
405. все вище перелічене.
406. Туристський ринок:
407. це сфера прояву економічних відносин між виробниками й споживачами туристського продукту, у якій відбувається процес перетворення туристських послуг у гроші й навпаки;
408. впливає на особисті заощадження, регульовані кредитною політикою держави, перерозподіляє зібрані засоби на споживчий кредит і інвестиції;
409. це покупка підприємствами так званих "довгострокових матеріальних благ" (в основному нерухомого майна);
410. це сфера додатка робочих рук і інтелекту, необхідних для розвитку туристської діяльності.
411. Відносини субституції на туристському ринку проявляються:
412. в тому, що придбання споживачем одних послуг (наприклад, транспортних) автоматично приводить до необхідності покупки цілого комплексу інших (послуг харчування, розваг і,т.д. );
413. в тому, що чим більше число замінників має та або інша туристська послуга, тим жорсткіша буде конкуренція;
414. всі відповіді є правильними;
415. правильної відповіді немає.
416. Попит на туристські послуги відрізняється рядом особливостей:
417. товари й послуги в туризмі мають потрійний характер (природні ресурси, створені ресурси, туристські послуги);
418. висока фондоємність туристської індустрії;
419. великою розмаїтістю учасників поїздок по матеріальних можливостях, віку, цілям і мотивам; еластичністю, індивідуальністю й високим ступенем диференціації;
420. низька еластичність; комплексність.
421. Туристська пропозиція характеризується:
422. великою розмаїтістю учасників поїздок по матеріальних можливостях, віку, цілям і мотивам;
423. еластичністю, індивідуальністю й високим ступенем диференціації;
424. товари й послуги в туризмі мають потрійний характер (природні ресурси, створені ресурси, туристські послуги);
425. віддаленістю за часом і місцем від постачальників послуг.
426. Сегмент туристського ринку «активна й цілеспрямована особистість» характеризується:
427. пошуком задоволення від реальних і уявлюваних видів діяльності на свіжому повітрі, любить ходити на риболовлю й полювання, займатися спортом, захоплена дорогими спортивними автомобілями;
428. сучасними поглядами на багато сторін життя, упевненістю в собі, постійним пошуком нових відчуттів, активної діяльності (наприклад, катання на лижах, плавання на яхті, подорож за кордон);
429. бажанням переміщатися на невеликі відстані й менш мобільна, тому що має постійне місце проживання й родину;
430. бажанням відпочивати з родиною в наметах, люблять полювання й риболовлю.
431. Сегмент туристського ринку «сині комірці» характеризується:
432. пошуком задоволення від реальних і уявлюваних видів діяльності на свіжому повітрі, любить ходити на риболовлю й полювання, займатися спортом, захоплена дорогими спортивними автомобілями;
433. сучасними поглядами на багато сторін життя, упевненістю в собі, постійним пошуком нових відчуттів, активної діяльності (наприклад, катання на лижах, плавання на яхті, подорож за кордон);
434. бажанням переміщатися на невеликі відстані й менш мобільна, тому що має постійне місце проживання й родину;
435. бажанням відпочивати з родиною в наметах, люблять полювання й риболовлю.
436. Сегмент туристського ринку «занурений у себе шукач насолод» характеризується:
437. пошуком задоволення від реальних і уявлюваних видів діяльності на свіжому повітрі, любить ходити на риболовлю й полювання, займатися спортом, захоплена дорогими спортивними автомобілями;
438. сучасними поглядами на багато сторін життя, упевненістю в собі, постійним пошуком нових відчуттів, активної діяльності (наприклад, катання на лижах, плавання на яхті, подорож за кордон);
439. бажанням переміщатися на невеликі відстані й менш мобільна, тому що має постійне місце проживання й родину;
440. бажанням відпочивати з родиною в наметах, люблять полювання й риболовлю.
441. Як обкладення туристських продуктів податками впливає на споживання і виробництво цих продуктів?
442. споживання і виробництво скорочуються;
443. споживання скорочується, виробництво зростає;
444. виробництво скорочується, споживання зростає;
445. споживання і виробництво зростає.
446. Як податкові пільги надання урядом турфірмам впливають на споживання і виробництво туристських продуктів?
447. споживання і виробництво скорочуються;
448. споживання скорочується, виробництво зростає;
449. виробництво скорочується, споживання зростає;
450. споживання і виробництво зростає.
451. До власних фінансових ресурсів відносять:
452. прибуток, а також пайові й інші внески, випуск і продаж акцій;
453. перехідна заборгованість працівникам підприємства по зарплаті й відрахуванням у спеціальні податкові фонди, заборгованість партнерам і споживачам по отриманих авансах, кредиторська заборгованість;
454. короткострокові й довгострокові кредити банків, позички;
455. засоби інших підприємств, що тимчасово перебувають в обороті у зв'язку з існуючою системою розрахунків.
456. До позикових фінансових засобів відносять:
457. прибуток, а також пайові й інші внески, випуск і продаж акцій;
458. перехідна заборгованість працівникам підприємства по зарплаті й відрахуванням у спеціальні податкові фонди, заборгованість партнерам і споживачам по отриманих авансах, кредиторська заборгованість;
459. короткострокові й довгострокові кредити банків, позички;
460. засоби інших підприємств, що тимчасово перебувають в обороті у зв'язку з існуючою системою розрахунків.
461. Закон України "Про туризм" передбачає джерела фінансування туризму:
462. власні фінансові ресурси суб'єктів туристичної діяльності, грошових внесків громадян і юридичних осіб та позичкові фінансові кошти;
463. безоплатні та благодійні внески, пожертвування підприємств, установ, організацій і громадян;
464. кошти фонду розвитку України, надходження від туристичних лотерей;
465. все вище перелічене.
466. Внутрішнє фінансування здійснюється за рахунок:
467. прибутку, внесків власників у статутний фонд;
468. прибутку, амортизаційних відрахувань, виручки від продажу чи здачі в оренду майна;
469. виручки від продажу чи здачі в оренду майна, зобов'язань боржників;
470. внесків власників у статутний фонд, кредиту, зобов'язань боржників, державних субсидій.
471. Валовий прибуток – це:
472. прибуток, який характеризує обсяг виручки від продажу продукції за мінусом змінних витрат;
473. прибуток, який дорівнює валовому прибутку за мінусом невиробничих витрат;
474. різниця між виручкою та виробничими витратами;
475. немає правильної відповіді.
476. Маржинальний прибуток – це:
477. прибуток, який характеризує обсяг виручки від продажу продукції за мінусом змінних витрат;
478. прибуток, який дорівнює валовому прибутку за мінусом невиробничих витрат;
479. різниця між виручкою та виробничими витратами;
480. немає правильної відповіді.
481. Рентабельність активів характеризує:
482. ефективність використання активів, створених за рахунок власних коштів;
483. ефективність використання всього наявного майна підприємства;
484. ефективність витрат на виробництво і збут продукції;
485. немає правильної відповіді.
486. Фінансова звітність суб’єктів малого підприємництва включає:
487. баланс, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів, звіт про власний капітал та примітки до звітів;
488. баланс, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів, звіт про власний капітал;
489. баланс, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів;
490. баланс, звіт про фінансові результати.
491. Який показник характеризує платоспроможність та фінансову стійкість туристичного підприємства:
492. ліквідність;
493. рентабельність;
494. оборотність;
495. період обороту.
496. Коефіцієнт маневреності власних оборотних коштів показує:
497. здатність турфірми виконувати свої зобов'язання по заборгованості точно в момент надходження платежу;
498. яка частина вартості запасів турфірми покривається власними оборотними коштами;
499. яка частина обсягу власних оборотних коштів турфірми доводиться на найбільш мобільну складову поточних активів;
500. співвідношення різних елементів поточних активів і пасивів підприємства.

**Частина ІІ. Напишіть опорний конспект відповіді на будь-які чотири з наведених нижче питань. Питання по групі можуть повторюватися лише два рази.**

1. Виникнення і розвиток туризму.

2. Туристичний бізнес як економіко-технологічна система.

3. Розвиток туристичного бізнесу в Україні.

4. Особливості підприємницької діяльності в туризмі.

5. Показники оцінки туристичної діяльності.

6. Сутність і роль підприємницької стратегії в туристичній діяльності

7. Механізми економічного управління туристичним бізнесом

8. Комерційний розрахунок в туристичній діяльності.

9. Стратегія конкурентоспроможності туристичного продукту.

10. Реалізація турпродукту на туристичному ринку.

11. Класифікація планів реалізації турпродукту.

12. Методи планування продажу турпродукту і окремих послуг.

13. Програмно-цільовий метод планування продажу турпродукту.

14. Оцінювання запасу фінансової міцності підприємства.

15. Основні фонди, їх класифікація і структура.

16. Види оцінки, спрацювання та амортизація основних фондів.

17. Показники відтворення і використання основних фондів.

18. Сутність та значення оборотних коштів.

19. Структура оборотних коштів.

20. Основні показники ефективності використання оборотних коштів.

21. Поняття, класифікація і структура персоналу.

22. Оцінювання стану та ефективності використання персоналу.

23. Планування чисельності працівників.

24. Сучасна система управління персоналом.

25. Формування і використання персоналу.

26. Продуктивність праці персоналу.

27. Суть та характеристика мотивації та організації заробітної плати.

28. Форми і системи оплати праці.

29. Державне і договірне регулювання оплати праці.

30. Обґрунтування витрат на оплату праці.

31. Сутність і структура виробничої програми.

32. Принципи та етапи розробки виробничої програми туристичного оператора.

33. Планування діяльності підприємств розміщення туристів.

34. Виробнича програма та товарооборот підприємств харчування туристів.

35. Поняття доходу туристичних підприємств та їх джерела.

36. Економічний механізм формування і розподілу доходу.

37. Стратегія формування доходу.

38. Оптимізація доходу туристичних підприємств.

39. Собівартість, як комплексний економічний показник.

40. Класифікація витрат і структура собівартості.

41. Калькулювання собівартості.

42. Планування витрат туристичних підприємств.

43. Необхідність, шляхи та принципи зниження собівартості туристичних послуг.

44. Сутність механізму ціноутворення. Класифікація цін.

45. Різновиди цін, що застосовуються в сфері туристичної діяльності.

46. Методика складання цін на туристичні послуги.

47. Механізм регулювання та диференціації цін на послуги туристичних підприємств.

48. Стратегія і тактика управління цінами на послуги підприємств туристичної сфери.

49. Зміст фінансової діяльності підприємства.

50. Прибуток підприємства: суть, формування та використання.

51. Рентабельність: поняття, порядок розрахунку та шляхи покращення.

52. Економічне управління формуванням і розподілом прибутку підприємств.

53. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства.

54. Аналіз фінансового стану підприємства.

55. Аналіз ліквідності балансу.

56. Сутність, роль і види грошових потоків.

57. Принципи економічного управління рухом грошових потоків.

58. Методи оптимізації руху грошових коштів.

59. Планування руху грошових коштів підприємства.

60. Оцінювання ефективності формування та використання грошових коштів