**Практична робота 20.05.2022**

**Тема:** Розрахунок вартості туристичного продукту

**Завдання 1:** Розглянути схему розрахунку вартості туристичного продукту та ознайомитися із системою знижок у теоретичній довідці до теми.

**Теоретична довідка з теми:**

Ціна туристичного продукту передає економічну складову туроперейтингу, відображає його комерційну політику на туристичному ринку. У міжнародній практиці використовують такі варіанти ціноутворення на туристичний продукт:

• ціна туристичного продукту на одного туриста;

• ціна туристичного продукту на групу туристів;

• диференційована ціна на туристичний продукт, яка залежить від кількості туристів у групі, класу обслуговування, якості розміщення та харчування, комплексу включених послуг, обраного туристичного центру, сезону тощо. Комплексна ціна туристичного продукту має змінні елементи — так звані прямі змінні витрати (ціна “нетто”) та умовно-постійні витрати туристичної фірми — складові ціни “брутто”.

Обмежена собівартість туристичного продукту — “нетто” відображає суму цін, розцінок та тарифів на всі види послуг, що включені у туристичний пакет. До неї враховуються податок на додану вартість, готельний збір, митні збори, страхові платежі.

Вартість туристичного продукту на ринку — “брутто” відображає його повну собівартість та включає крім обмеженої собівартості прибуток туроператора, всі види його податкових платежів, комісійну винагороду турагентам та іншим посередникам, сезонні та інші комерційні знижки для окремих туристів і туристичних груп, ПДВ з доходу від реалізації турпродукту.

Отже, вартість туристичного продукту (ваучера) можна підрахувати за формулою:



де: W — вартість туристичного продукту на одного туриста; С — вартість основних послуг за умовами туру; Д — вартість додаткових послуг, включених до ваучера за бажанням туриста; П — податки та інші види обов’язкових виплат; Н — прибуток туроператора; З — знижки, що надаються туроператором туристу; К (+/–) — комісійна винагорода турагента, де (+) є націнкою до ціни турпакета, визначеною туроператором, а (–) означає знижку, що надається туроператором турагенту; Ч — чисельність туристів у групі; Р — кількість осіб, що супроводжують групу за маршрутом.

При розрахунку вартості туристичного продукту особливу увагу слід приділити знижкам, які надає туроператор. Знижка — сума, на яку зменшується ціна туристичного продукту, водночас, сума, якою туристичне підприємство дотує туриста для стимулювання збуту.

До ціни туру враховуються такі знижки:

• сезонні — розраховується вартість туру на святкові дні (новорічні, першотравневі), високий, середній та низький сезони;

• оптові — надаються контрагентом для туроператора або туроператором для турагента за умови регулярного завантаження бази обслуговування, з достатньо великими обсягами продажів туристичного продукту;

• для визначених категорій туристів — для дітей, школярів, студентів, молодят та ін.;

• прогресивні — знижки, які встановлюються на кожну наступну подорож протягом року, за прогресивною шкалою;

• кількісні — знижки, які надаються за покупку певної кількості туристичних продуктів;

• бонусні — знижки, які надаються постійним покупцям туристичного продукту за певний обсяг покупок протягом певного часу, зазвичай року;

• корпоративні — знижки, які надаються партнерам туроператора при успішному тривалому співробітництві або зацікавленості в ньому;

• заохочувальні — знижки на нові тури, які надаються турагентам та іншим посередникам або безпосередньо туристам;

• “гарячі” тури — знижки на туристичні продукти, які не було викуплено туристами у фіксовані терміни (знижка може становити від 30 до 50 % від загальної вартості туру);

• раннє бронювання — знижки при бронюванні турів заздалегідь, до початку сезону;

• складні — знижки, які передбачають одночасне встановлення кількох видів знижок.

Усі види платежів за Договором на туристичне обслуговування споживач здійснює в національній валюті України — гривні.

Вартість туристичного продукту для внутрішніх турів розраховується у гривні. Для розрахунку вартості виїзних турів застосовується комерційний курс туроператора. Комерційний курс туроператора — курс гривні до долара США або євро, який встановлюється туроператором, оприлюднюється на його офіційному сайті та застосовується для визначення вартості туристичного продукту.

Складові вартості туристичного продукту зображені на схемі.



**Завдання 2:** **Використовуючи схему та формулу з теоретичної довідки, розв’язати задачу:** визначитивартість туристичного ваучера на одного туриста, якщо відомо, що вартість основних послуг становить 20000 грн., додаткові послуги – 7000 грн., сума податків та інших обов’язкових платежів становить 2500 грн., туроператор планує отримати прибуток в обсязі 3000 грн, сезонна знижка становить 100 грн. у розрахунку на кожного туриста, комісійна винагорода турагента становить 10% від вартості основних послуг. У групі 20 осіб та один супроподжуючий.