М. П. Мальська, М. Й. Рутинський
С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк

Економіка туризму

Теорія та практика

Зміст

Розділ І. ОСНОВИ ЕКОНОМІКИ ТУРИЗМУ 5

1.1. Основні туризмологічні концепції 5
1.2. Основні поняття й сутність економіки туризму 25
1.3. Структура туристичного бізнесу 38
1.4. Туристичний продукт 45
1.5. Туристичне споживання 57
1.6. Економічна ефективність туристичного бізнесу 66
1.7. Спеціалізація і кооперація в економіці туризму 74
1.8. Концентрація виробництва в економіці туризму 76
1.9. Макроекономічна конкуренція на глобальному туристичному ринку . . . 85
1.11. Франчайзингові відносини у готельному та туристичному бізнесі . . 108
1.11. Кумулятивний вплив туризму на національну економіку. Мультиплікатор туризму 136

Розділ ІІ. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ 149

2.1. Сутність підприємницької діяльності в туризмі 149
2.2. Зовнішнє і внутрішнє середовища туристичного підприємництва . . . 152
2.3. Формування доходу туристичного підприємства 158
2.4. Структура витрат туристичного підприємства 174
2.5. Принципи розрахунку туроператором собівартості туру 184
2.6. Формування та розподіл прибутку туристичних підприємств 187
2.7. Джерела фінансування суб'єктів туристичного бізнесу 203
2.8. Основні й оборотні фонди туристичного підприємства 209
2.9. Трудові ресурси туристичного підприємства 217
2.10. Мотивація та оплата праці працівників туристичного підприємства . 225
2.11. Грошові потоки підприємств туристичного бізнесу 234

Розділ ІІІ. ЕКОНОМІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ 243

3.1. Сутність економічного планування діяльності туристичної компанії . 243
3.2. Формування економічної стратегії туристичного підприємства 255
3.3. Планування продажу туристичного продукту 261
3.4. Планування діяльності готельного підприємства 272
3.5. Планування товарообороту закладів харчування туристів 277
3.6. Планування чисельності працівників туристичного підприємства . . . 286
3.7. Фінансове планування туристичної компанії 296
3.8. Планування руху грошових коштів туристичних підприємств 305
3.9. Бізнес-планування туристичної компанії 309

Розділ IV. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ 318

4.1. Розробка туроператором нового туристичного продукту. 318
3.2. Життєвий цикл туристичного продукту 324
4.3. Економічні основи ціноутворення 326
4.4. Принципи та фактори ціноутворення в туризмі. 339
4.5. Принципи ціноутворення в закладах гостинності 344
4.6. Просування туристичного продукту 355
4.7. Формування системи розподілу туристичного продукту 372

Розділ V. ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ 381

5.1. Інформаційна основа економічного аналізу 381
5.2. Цілі та види економічного аналізу діяльності туристичної компанії . . 393
5.3. Система економічних показників функціонування туристичної компанії . 397
5.4. Аналіз базових показників рентабельності функціонування туристичної компанії. 400
5.5. Методи економічного аналізу 405

Розділ VI. ІНВЕСТИЦІЇ В ЕКОНОМІЦІ ТУРИЗМУ 409

6.1. Сутність інвестування в економіку туризму 409
6.2. Джерела залучення інвестиційних ресурсів 417
6.3. Інвестиційні проекти в економіці туризму. 425
6.4. Прогнозування ефективності інвестиційного проекту 431
6.5. Проблеми залучення іноземних інвестицій в національний туристичний комплекс 451

Розділ VII. РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ 459

7.1. Регіональні економічні програми розвитку туризму 459
7.2. Кластерна модель організації туристичного бізнесу регіону. 467
7.3. Механізми забезпечення інвестиційної привабливості регіональної економіки туризму 482
7.4. Економічні основи організації регіональних фондів розвитку туризму . . 486
7.5. Макроекономічна стратегія розвитку туристичного бізнесу в регіонах України. 488

Розділ VIII. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ ТУРИЗМУ . 497

8.1. Сутність, структура та інструменти державного регулювання економіки туризму. 497
8.2. Механізми підтримки економічного розвитку індустрії туризму . . . 501
8.3. Правове регулювання економічного розвитку туристичної діяльності в різних країнах 503
8.4. Інститути державного регулювання туристичної галузі України 516
8.5. Податкове регулювання економіки туризму. 520
8.6. Туристична політика держав за умов економічної глобалізації туристичної індустрії 523