

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«СЕВАСТОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Экономика предприятия»

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Методические указания
к выполнению контрольной работы
для студентов направления 38.03.01 – Экономика
всех форм обучения

Севастополь
СевГУ
2024

УДК 338.48(076)
ББК 65.433я73
Э40

Рецензент :
И. М. Кулинич - канд. эконом. наук, доцент

Составители: Л.С. Абрамова, Д.В. Пунга

Э40 Экономика туризма : методические указания к выполнению контрольной работы для студентов направления 38.03.01 «Экономика» всех форм обучения / Севастопольский государственный университет, кафедра «Экономика предприятия»; сост.: Л. С. Абрамова, Д. В. Пунга. – Севастополь : СевГУ, 2024. – 35 с. – Текст : электронный.

Целью методических указаний является оказание помощи студентам при выполнении контрольной работы по дисциплине «Экономика туризма». В методических указаниях представлены требования к оформлению контрольной работы, задания для контрольной работы, содержание лекций и их объем в часах, перечень вопросов к зачету, а также приведен список литературы, который рекомендован к использованию при выполнении работы и подготовке к сдаче зачета.

УДК 338.48(076)
ББК 65.433я73

Методические указания рассмотрены и рекомендованы к изданию на заседании кафедры «Экономика предприятия», протокол № 6 от 30 декабря 2022 г.

© ФГАОУ ВО «Севастопольский
государственный университет», 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. Требования к контрольной работе	5
2. Задания для выполнения контрольной работы.....	6
Глоссарий.....	19
Вопросы к промежуточной аттестации.....	31
Библиографический список.....	33
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	35

ВВЕДЕНИЕ

Главной целью преподавания дисциплины «Экономика туризма» является получение студентами теоретических знаний и практических навыков в области экономики туризма, приложение знаний, полученных студентами по общим экономическим дисциплинам, к специфике туристской деятельности, т.е. перенесение общих экономических закономерностей в реальные условия – туристскую сферу.

Преподавание дисциплины «Экономика туризма» необходимо для подготовки специалистов в области управления предприятиями и фирмами сферы туризма и играет важную роль в профессиональной подготовке экономистов.

Задачами преподавания учебной дисциплины "Экономика туризма" является:

- изучение методологии экономики туризма;
- теории эффективного хозяйствования туристического предприятия;
- методическое обеспечение и практическое решение актуальных задач организации и функционирования хозяйственного механизма в сфере туризма.

В процессе преподавания дисциплины формируются следующие компетенции:

ПК 6- способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей.

В соответствии с учебным планом студенты всех форм обучения должны выполнять контрольную работу, которая состоит как из теоретических, так и практических заданий.

Дисциплина «Экономика туризма» является вариативной дисциплиной профессионального цикла учебного плана подготовки бакалавра по направлению 38.03.01 – Экономика (профиль – Экономика предприятий и организаций).

Изучение дисциплины дает возможность расширения и углубления знаний, навыков и компетенций, определяемых содержанием базовых дисциплин, и позволяет обучающимся получить углубленные знания и навыки для успешной профессиональной деятельности и (или) продолжения обучения в магистратуре.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения дисциплин ООП подготовки бакалавра профессионального цикла.

Изучение дисциплины базируется на знаниях, полученных студентами при изучении следующих дисциплин:

- Экономика предприятия;
- Экономика сферы услуг;
- Маркетинг;
- Коммерческая деятельность предприятия.

Полученные в результате изучения дисциплины «Экономика туризма» знания позволяют связать специализированные курсы других экономических дисциплин.

Формируемые дисциплиной компетенции включены в итоговую аттестацию.

Дисциплина «Экономика туризма» в соответствии с учебным планом читается студентам ОФО на 3-м курсе в 6-м семестре, ЗФО – в 7-м семестре в объеме 108 часа.

В соответствии с учебным планом студенты всех форм обучения должны выполнять контрольную работу, которая состоит как из теоретических, так и практических заданий.

Цель выполнения контрольной работы состоит в закреплении и углублении теоретических знаний, полученных студентами в процессе изучения курса «Экономика туризма» и выработке умения применять их в практическом решении вопросов экономики конкретного туристического предприятия.

Выполнение контрольной работы способствует более глубокому усвоению студентами дисциплины «Экономика туризма» за счет изучения законодательных актов, литературных источников, статистических материалов, в которых рассматриваются вопросы данной темы.

В процессе выполнения работы студент должен:

- показать умение решать экономические задания;
- использовать теоретические положения в решении конкретных вопросов экономики, планировании и организации работы туристического предприятия.

1. ТРЕБОВАНИЯ К КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ

Вариант контрольной работы выбирается по последней цифре номера зачетной книжки. Контрольная работа состоит из: *одного теоретического вопроса, тестовой части и практического задания.*

К контрольной работе предъявляются следующие требования:

- объем работы должен составлять 15 - 20 страниц формата А4;
- необходимо четко определять категории и понятия;
- ответы на вопросы не должны полностью дублировать текст учебника или других источников;
- работа должна быть напечатана шрифтом Times New Roman, 14 пт, с междустрочным интервалом – 1,5; страницы пронумерованы;
- решение задания должно сопровождаться пояснениями и выводами по полученным результатам;
- фактический и цифровой материал должен иметь цитаты, ссылки на источники;
- в конце работы необходимо привести список используемой литературы, который оформляется в соответствии с требованиями высшей школы;
- на титульном листе контрольной работы указывается название вуза, кафедра, дисциплина, по которой написана работа, номер варианта контрольной работы; внизу справа - фамилия, имя, отчество студента, группа, № зачетной книжки; ниже - фамилия, имя, отчество, ученая степень и звание проверяющего преподавателя;
- работа должна быть представлена на кафедру за месяц до сессии.

Несоблюдение студентом этих требований дает основание не допускать студента к защите контрольной работы, а, следовательно, к сдаче зачета.

2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

2.1. Теоретическая часть

Вариант	Вопрос
1	Сущность и содержание туризма как вида экономической деятельности.
2	Особенности функционирования туристской индустрии.
3	Характеристика индустрии гостеприимства и перспективы ее развития.
4	Основной и оборотный капитал предприятий туризма.
5	Организация и стимулирование труда на туристском предприятии.
6	Издержки туристского предприятия.
7	Доходы и уровень рентабельности туристского предприятия.
8	Ценовая политика на предприятиях туризма.
9	Заработная плата и производительность труда в туризме.
10	Оценка эффективности деятельности туристских предприятий.

2.2. Тесты

Вариант 1

1. Лимитирующие факторы в туризме это:

- а) сезонность;
- б) политические;
- в) экономические;
- г) культурные;
- д) природные;
- е) экологические.

2. В понятие «турист» не входят индивидуумы:

- а) приезжающие в страну с или без контракта на работу и имеющие возможность работать и отдыхать;
- б) выбирающие страну в качестве места постоянного проживания;
- в) посетители, которые осуществляют по меньшей мере одну ночевку в средстве размещения в стране;
- г) проживающие в приграничных зонах в стране и работающие в соседней стране.

3. По классификации МСОТО к посетителям относятся:

- а) рабочие, которые проживают в приграничных районах страны и работают в соседней стране;
- б) транзитные пассажиры, которые не покидают транзитной зоны аэропорта или порта, включая переезды между аэропортами и портами;
- в) лица, которые осуществляют, по меньшей мере, одну ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения в посещаемой стране;
- г) люди, которые не имеют постоянного места проживания.

4. Что такое мотивы туризма?

- а) интенсивность посещения дестинации;
- б) психологические и физические потребности людей;
- в) уровень благосостояния населения;
- г) физические потребности людей.

5. Факторами производства туристской продукции являются:

- а) капитал;
- б) человеческий фактор;
- в) земля;
- г) труд.

6. Туристический бизнес – это:

- а) самостоятельная деятельность, направленная на организацию собственного дела;
- б) инициативная самостоятельная деятельность, направленная на систематическое получение прибыли;
- в) инициативная самостоятельная деятельность, направленная на обеспечение населения туристскими услугами.

7. Ваучер – это документ:

- а) на основании, которого производится обслуживание иностранных туристов и взаиморасчет с турфирмой;
- б) подтверждающий оплату предусмотренных программой услуг;
- в) на основании, которого производится разработка маршрута тура;
- г) на основании, которого производится разработка туристско-экскурсионной услуги.

Вариант 2**1. К формам туризма относят:**

- а) внешний;
- б) внутренний;
- в) выездной;
- г) выходной;
- д) международный.

2. Всемирная туристская организация предложила путешественников всех типов, занимающихся туризмом определять, как:

- а) туристов;
- б) путешественников;
- в) посетителей;
- г) экскурсантов;
- д) отдыхающих.

3. К сопутствующему туристскому продукту относятся:

- а) оформление визы;
- б) оформление договора на тур. обслуживание;
- в) прокат автомобиля в стране пребывания;
- г) предоставление индивидуальных сейфов.

4. Гостиница – это:

- а) индивидуальное средство размещения;
- б) коллективное средство размещения, имеющее единое руководство;
- в) коллективное средство размещения, имеющее раздельное руководство.

5. Индустрия гостеприимства – это:

- а) индивидуальное предприятие, оказывающее определенный вид услуг;
- б) предприятие, оказывающее услуги только по приему гостей;
- в) совокупность предприятий, оказывающих различные услуги по приему и обслуживанию гостей.

6. В современных условиях хозяйствования турорганизации:

- а) освобождаются от государственного контроля;
- б) несут полную ответственность за все виды своей деятельности;
- в) не отвечают по обязательствам государства и других органов;
- г) управляют экономикой страны.

7. Путевка – это документ:

- а) на основании, которого производится обслуживание иностранных туристов и взаиморасчет с турфирмой;
- б) подтверждающий оплату предусмотренных программой услуг;
- в) на основании, которого производится разработка маршрута тура;
- г) на основании, которого производится разработка туристско-экскурсионной услуги.

Вариант 3**1. Международный туризм подразделяется на:**

- а) внешний;
- б) внутренний;
- в) выездной;
- г) выходной;
- д) въездной.

2. Отличительные особенности услуги как продукта, выберите 4 «не»:

- а) неосязаемость услуги;
- б) непрерывность услуги;
- в) неразрывность производства и потребления;
- г) необходимость услуги;

- д) непостоянство качества;
- е) несохранность услуги.

3. К вторичным предприятиям, производящим продукты и услуги для туристов относятся предприятия:

- а) туристско-рекреационные;
- б) предназначенные для обслуживания местных жителей, но их услугами также могут пользоваться для удовлетворения своих потребностей и туристы (общественный транспорт, почта и т.п.).

4. Что представляет собой вторичная дестинация?

- а) место, в котором неизбежна остановка на пути к первичной дестинации;
- б) определенный набор услуг, которые отвечают потребностям туриста;
- в) организация отдыха для определенного контингента людей в фиксированное время;
- г) психологические и физические потребности людей.

5. Верно ли утверждение, что:

- а) дополнительные средства размещения способствуют развитию внутреннего туризма;
- б) дополнительные средства размещения способствуют понижению разнообразия услуг;
- в) дополнительные средства размещения понижают приток туристов в дестинацию;
- г) разгружают переполненные гостиницы в период наибольшей активности – в туристский сезон.

6. Новый турбизнес целесообразно создавать в случае наличия:

- а) неудовлетворенного спроса на туристские услуги;
- б) эффективно работающих предприятий в данной отрасли;
- в) достаточного стартового капитала, даже если рынок насыщен данным видом услуг.

7. Маршрут тура – это:

- а) заранее спланированная трасса передвижения туриста;
- б) совокупность транспортных услуг;
- в) ж /д перевозка туристов;
- г) авиаперелет туристов.

Вариант 4

1. К видам туризма относят:

- а) пассивный;
- б) внутренний;
- в) выездной;

- г) выходной;
- д) активный.

2. Оформление туристической визы - это:

- а) основной туристский продукт;
- б) дополнительный туристский продукт;
- в) сопутствующий туристский продукт;
- г) вспомогательный туристский продукт.

3. Турпакет – это:

- а) места размещения и питания;
- б) путевка, выдаваемая туристу после заключения договора на туристическое обслуживание;
- в) совокупность различного рода услуг по обслуживанию туристов;
- г) места развлечения.

4. Транзитным регионом является:

- а) цель путешествия туриста;
- б) место остановки (пересадки), где туристам предоставляется определенный набор услуг;
- в) место, откуда туристы начинают и заканчивают свое путешествие;
- г) место отдыха туриста.

5. Коллективные средства размещения – это:

- а) гостиницы, собственные жилища, кемпинги, арендуемые комнаты и жилища;
- б) гостиницы, кемпинги, конгресс – центры, лагеря труда и отдыха, оздоровительные заведения;
- в) собственные жилища, размещение у родственников и знакомых.

6. Укажите случаи, когда турбизнес целесообразно прекратить:

- а) убыточность производства;
- б) экологическая опасность производства;
- в) отсутствие спроса на туристские услуги;
- г) повышение спроса на туристские услуги.

7. Пэкидж-тур – это:

- а) комплексная туруслуга;
- б) отдельные туруслуги;
- в) единичные туруслуги;
- г) сезонные туруслуги.

Вариант 5

1. Какой из видов туризма является более привлекательным с точки зрения повышения доходов страны:

- а) пассивный;
- б) внутренний;
- в) выездной;
- г) выходной;
- д) активный.

2. Развитие туристической индустрии зависит от факторов:

- а) демографических;
- б) внутренних;
- в) транспортных;
- г) туристско-рекреационных ресурсов;
- д) экономических;
- е) политических.

3. Оптовыми продавцами индустрии туризма выступают:

- а) туроператоры;
- б) брокеры;
- в) турагенты;
- г) торговые представители.

4. Основным условием создания и развития курорта является...

- а) наличие рекреационных ресурсов;
- б) маркетинговые мероприятия и реклама;
- в) целенаправленное развитие местных обычаев и культуры.

5. Индивидуальные средства размещения это:

- а) собственные жилища, размещение у родственников и знакомых, арендуемые комнаты и жилища;
- б) жилища, предназначенные для отдыха, кемпинги, размещение у родственников и знакомых;
- в) общественные средства транспорта, конгресс-центры, собственные жилищ

6. Главная цель турбизнеса:

- а) уплата налогов в бюджеты различных уровней;
- б) производство туристских услуг;
- в) получение прибыли;
- г) удовлетворение потребностей туристов.

7. Инклюзив-тур – это:

- а) комплексная туруслуга;
- б) отдельные туруслуги;

- в) единичные туруслуги;
- г) сезонные туруслуги.

Вариант 6

1. Международный туризм развивается под влиянием факторов:

- а) демографических;
- б) внутренних;
- в) экономических;
- г) социальных;
- д) внешних.

2. Туристы являются потребителями услуг:

- а) основных;
- б) внутренних;
- в) вспомогательных;
- г) сопутствующих;
- д) экономических.

3. Туристский поток – это...

- а) форма взаимодействия между местом назначения и местом отправления;
- б) расстояние между странами;
- в) уровень благосостояния населения;
- г) постоянное прибытие туристов в страну (регион).

4. Осязаемые турпродукты – это:

- а) снаряжение;
- б) услуги гостеприимства;
- в) сувениры;
- г) развлечения.

5. По скольким категориям классифицируются отели?

- а) 5;
- б) 4;
- в) 3.

6. Субъектами турбизнеса могут быть:

- а) только отдельные частные лица;
- б) только объединения партнеров;
- в) отдельные частные лица и объединения партнеров.

7. Показатели производительности труда:

- а) выработка туруслуг на одного работника;
- б) трудоемкость туруслуг;
- в) объём туруслуг;
- г) численность работников турфирмы.

Вариант 7**1. По продолжительности тура выделяют разновидности туризма:**

- а) кратковременный;
- б) внутренний;
- в) продолжительный;
- г) постоянный;
- д) сезонный.

2. Туристической деятельностью является:

- а) туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий;
- б) деятельность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения;
- в) деятельность по предоставлению туристических услуг, в соответствии с требованиями Закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

3. С чем связаны первичные факторы туристского потока?

- а) доступность места назначения;
- б) маркетинговая и рекламная стратегия;
- в) экономическое состояние региона, откуда отправляются туристы
- г) рекреационные ресурсы.

4. Тур, при котором путешественник сам или через турагента решает с транспортной организацией все вопросы по его перемещению к месту назначения, а также заказывает номер в гостинице. Называется:

- а) пакетный тур;
- б) независимый тур;
- в) комплексный тур;
- г) отдельный тур.

5. Гостиничные предприятия с участием иностранного капитала имеют:

- а) высокий уровень доходности;
- б) средний;
- в) низкий.

6. В состав основных средств туристического агентства можно отнести:

- а) офисное помещение;
- б) автопарк, используемый в турах;
- в) труд экскурсовода;
- г) денежные средства в расчетах.

7. Факторы, влияющие на повышение производительности труда:

- а) отраслевые;
- б) сезонные;
- в) технические;
- г) на уровне турфирмы.

Вариант 8**1. По интенсивности турпотока выделяют разновидности туризма:**

- а) кратковременный;
- б) внутренний;
- в) продолжительный;
- г) постоянный;
- д) сезонный.

2. Согласно Закону РФ. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туризм это:

- а) особая форма передвижения-людей по маршруту с целью посещения конкретного объекта или удовлетворения специализированного интереса;
- б) временный выезд лица с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без осуществления оплачиваемой деятельности в месте пребывания;
- в) сегмент рынка, в котором сходятся предприятия традиционных отраслей хозяйства (транспорт, общественное питание, гостиничное хозяйство, культура, торговля и т.д.) с целью предложения своей продукции и услуг потребителям.

3. Что из перечисленного не относится к вторичным факторам туристского потока?

- а) доступность дестинации;
- б) стоимость поездки;
- в) маркетинговые мероприятия и реклама
- г) мобильность населения.

4. Неизменными составляющими тура являются:

- а) размещение;
- б) питание;
- в) транспортное обслуживание;
- г) экскурсии.

5. Дополнительные бесплатные услуги, предоставляемые гостиничным предприятием это:

- а) лечебная диагностика;
- б) услуги предприятий питания;
- в) вызов врача скорой помощи.

6. Наличие каких ресурсов в турпродукте гарантирует ему абсолютную конкурентоспособность:

- а) экономических;
- б) временно действующих;
- в) демографических;
- г) туристско-рекреационных.

7. К показателям развития туризма для региона (страны) относят:

- а) объем турпотока;
- б) частные;
- в) обобщающие;
- г) показатели развития международного туризма.

Вариант 9

1. По форме сотрудничества выделяют разновидности туризма:

- а) безвалютный;
- б) внутренний;
- в) валютный;
- г) постоянный;
- д) сезонный.

2. Субъектами туристической деятельности являются:

- а) туроператоры;
- б) турагенты;
- в) горничные;
- г) водители.

3. Что показывает гравитационная модель?

- а) размеры туристских потоков;
- б) чем больше регионов, дающих импульс для образования первичных и вторичных факторов, тем многочисленнее потоки туристов между ними;
- в) привлекательные преимущества одной страны (региона) для жителей другой;
- г) мобильность населения.

4. Рынок, который охватывает туристов, путешествующих в одиночку, самостоятельно планирующих свой маршрут, называется:

- а) индивидуальный туристский рынок;
- б) популярный туристский рынок;
- в) массовый туристский рынок;
- г) международный туристский рынок.

5. Транзитная гостиница это:

- а) гостиница, предоставляющая большой выбор услуг;

- б) гостиница, предоставляющая только питание и ночлег;
- в) гостиница, предоставляющая отдых и развлечения.

6. На степень полезности турпродукта влияют факторы:

- а) экономические;
- б) временно действующие;
- в) демографические;
- г) туристско-рекреационные.

7. К показателям, характеризующим состояние и развитие МТБ туризма относят:

- а) объем турпотока;
- б) частные;
- в) вместимость номерного фонда;
- г) показатели развития международного туризма.

Вариант 10

1. Турист – это индивидуум:

- а) путешествующий с целью развлечения, по семейным причинам, по состоянию здоровья и другим подобным причинам;
- б) выбирающий страну в качестве места постоянного проживания;
- в) путешествующий с целью принятия участия в различных встречах или как представитель (участник);
- г) приезжающий в страну назначения для работы.

2. В определение туриста не входят следующие индивидуумы:

- а) путешественники или транзитные пассажиры, едущие без остановки, время пребывания которых при проезде через страну занимает больше 24 часов;
- б) достигающие гавани страны на круизном судне, период пребывания которых в стране меньше 24 часов;
- в) путешествующие с целью принятия участия в различных встречах или как представители (участники);
- г) въезжающие в страну для работы.

3. К первой категории статистических данных для измерения туристских потоков относится...

- а) информация качественного характера о туристах и модели их поведения;
- б) данные о финансовых поступлениях и расходах;
- в) количественный состав туристских потоков;
- г) качественный состав туристских потоков.

4. Расходы, которые связаны с удовлетворением туристских нужд и желаний в процессе транспортировки, называются:

- а) дополнительные;

- б) видимые;
- в) невидимые;
- г) основные.

5. Назовите одно из условий подъема гостиничного хозяйства:

- а) восстановление и стабилизация внутреннего туризма;
- б) стабилизация въездного туризма;
- в) стабилизация выездного туризма.

6. Индустрия туризма - это:

- а) особая форма передвижения-людей по маршруту с целью посещения конкретного объекта или удовлетворения специализированного интереса;
- б) сегмент рынка, в котором сходятся предприятия традиционных отраслей хозяйства (транспорт, общественное питание, гостиничное хозяйство, культура, торговля и т.д.) с целью предложения своей продукции и услуг потребителям;
- в) комплексная система организации производства турпродукта;
- г) инициативная самостоятельная деятельность, направленная на обеспечение населения туристическими услугами.

7. К показателям, характеризующим состояние и развитие международного туризма относят:

- а) объем турпотока;
- б) частные;
- в) число туродней по иностранным туристам;
- г) суммарные денежные затраты.

2.3. Практическое задание

Сформировать тур и рассчитать его ориентировочную стоимость.

Форму, вид и разновидность туризма, маршрут тура студент выбирает самостоятельно.

1. Общие сведения.

- 1.1. Место и сроки пребывания туриста (количество дней и ночей)
- 1.2. Количество туристов в группе
- 1.3. Вид питания (пансион, полупансион, только завтрак)
- 1.4. Проживание (х-местные номера)
- 1.5. Транспортное обслуживание
- 1.6. Трансфер (аэропорт – гостиница – аэропорт; ж /д вокзал – гостиница – ж/д вокзал)
- 1.7. При расчете берутся цены на услуги, установленные соответствующими предприятиями туристской индустрии, в расчете на 1 человека за 1 час аренды автобуса

2. Смета расходов турфирмы по приему туристов включает по городам маршрута:

2.1. Стоимость проживания

2.2. Стоимость питания

2.3. Стоимость экскурсионной и культурной программы

2.4. Стоимость транспортного обслуживания

2.5. Стоимость переезда из города в город (при передвижном туре)

2.6. Услуги турфирмы (сопровождение тургруппы, экскурсионное обслуживание, бронирование мест в гостиницах и билетов и т.д.) рассчитываются методом прямого счета или укрупнено, как 5% величины расходов

2.7. Прибыль турфирмы - % от величины расходов

2.8. Общая стоимость тура

2.9. Стоимость путевки (ваучера) на одного туриста

В результате сделать вывод об эффективности данного тура (рассчитать фактическую рентабельность турфирмы).

ГЛОССАРИЙ

Основные понятия в соответствии с Федеральным законом от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп.):

Туризм - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

Туристская деятельность - туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий.

Туризм внутренний - туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации.

Туризм выездной - туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну.

Туризм въездной - туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации.

Туризм международный - туризм выездной или въездной.

Туризм социальный - туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей.

Туризм самодеятельный - туризм, организуемый туристами самостоятельно.

Турист - лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

Туристские ресурсы - природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил.

Туристская индустрия - совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников.

Туристский продукт - комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурси-

онного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Туроператорская деятельность - деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее - туроператор).

Турагентская деятельность - деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (далее - турагент).

Заказчик туристского продукта - турист или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста, в том числе законный представитель несовершеннолетнего туриста.

Формирование туристского продукта - деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие).

Продвижение туристского продукта - комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое).

Реализация туристского продукта - деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором.

Экскурсант - лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика.

Экскурсовод (гид) - профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания.

Гид-переводчик - профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание которого необходимо для перевода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания.

Инструктор-проводник - профессионально подготовленное лицо, сопровождающее туристов и обеспечивающее их безопасность при прохождении туристских маршрутов.

Экстренная помощь - действия по организации эвакуации туриста из страны временного пребывания (в том числе оплата услуг по перевозке и (или) размещению), осуществляемые объединением туроператоров в сфере выездного туризма в соответствии с настоящим Федеральным законом.

Общая терминология, принятая в туризме

Аннуляция - отказ от поездки. Условия отказа оговариваются в договоре.

Автомобильный туризм (автотуризм) - популярный вид отдыха, путешествие с использованием автомобильного транспорта по основной части маршрута. Путешествуя на собственном автомобиле или собираясь небольшой группой из нескольких автомобилей, туристы чаще всего не прибегают к услугам организаторов туризма.

Активный туризм - вид путешествия, связанный с активными способами передвижения по маршруту и совершаемый человеком в рекреационных и спортивных целях.

Бизнес-тур - тип путешествия, который необходим деловым людям и, возможно, требующий особого сервиса, например, комнату для переговоров, услуг секретарей.

Ваучер (туристическая или маршрут) - документ, на основании которого предоставляется обслуживание иностранным туристам и производятся расчеты с фирмами.

Виза - официальная отметка (штамп консульства и т. п.) в загранпаспорте, дающая право въезда в страну с обязательным условием отметки о выезде.

Велосипедный туризм - популярный вид активного отдыха, имеющий множество разновидностей: от небольших прогулок и экскурсий до сложных велосипедных путешествий. Маршруты велосипедного туризма прокладываются в различной местности: по проселочным дорогам, по равнинам и через горные перевалы. Для велосипедного туризма разработаны специальные конструкции велосипедов.

Внутренний туризм - туризм внутри страны. Особенностью внутреннего туризма является временный выезд граждан конкретной страны с постоянного места жительства для отдыха, удовлетворения познавательных интересов, занятий спортом и других туристских целей. Осуществляется только в пределах национальных границ этой страны. Используется для определения туризма резидентов в пределах собственной страны. В международных расчетах и статистике внутренний туризм может относиться к определению деятельности и расходы на туризм и нерезидентов в данной стране. Внутренний туризм не представляет собой отдельную сферу, а связан со всеми другими секторами национальной жизни.

Водный туризм - вид туризма, при котором отдых осуществляется на воде с использованием байдарок, лодок, катамаранов, теплоходов и других плавательных средств.

Въездной туризм - путешествия в пределах страны лиц, не проживающих в ней постоянно, с туристскими целями без занятия оплачиваемой деятельности из местного источника.

Гастрономический туризм - туры для гурманов и любителей вкусной еды. Многие туристские регионы привлекают путешественников изысканной кулинарией или винами. В проспектах туристских фирм содержится информация о характерных для данной местности блюдах для гурманов.

Гид - специалист по проведению экскурсий с туристами, имеющий на это лицензию.

Горячий лист - лист со сведениями о потерянных или украденных кредитных картах, который рассылается в отели и другие организации, где используются кредитные карты.

Гостиничная цепь - одна из цепочных, франшизных или других гостиничных систем, члены которой пользуются особыми привилегиями, особенно в национальной системе бронирования.

Гостевой чек - квитанция, предъявляемая хозяину ресторана или бара, часто используется как часть ваучера.

Горный туризм - походы, предусматривающие прохождение маршрутов пешком по горной местности, преодоление перевалов выше 3000-3500 м, прохождение скальных участков, крутых склонов, ледников, снежников, горных рек. Для горного туризма используется специальное снаряжение: ледорубы, высокогорные ботинки, "кошки", скальные и ледовые крючья, карабины, веревки и т.д.

Групповой туризм - вид туризма, при котором туристское путешествие совершают группы людей (в том числе и семьи) по индивидуальному плану или по плану туристской фирмы, включающему определение районов посещения, продолжительность остановок, условий ночлега и т.п. Во время путешествия группы возникает временный коллектив, который обеспечивает высокую степень воспитательного воздействия в ходе встреч, контактов и бесед, предусмотренных программами пребывания групп на маршрутах или туристских центрах. Возможность получения группового тарифа делает этот вид туризма весьма привлекательным.

Дальний туризм - поездки, требующие значительных затрат времени на проезд к месту назначения (свыше четырех часов самолетом, четырех дней автомобилем и четырех-пяти дней теплоходом или поездом и т.д.).

Детский туризм - организованное путешествие группы детей школьного возраста (от 7 до 17 лет) в сопровождении руководителя. В современных условиях существует в новых формах: образовательного детского туризма с целью изучения иностранного языка; оздоровительного детского туризма в спортивных и летних лагерях, расположенных как на территории нашей страны, так и за рубежом; экскурсионно-познавательного детского туризма и т.д. Существуют турфирмы, специализирующиеся на детском туризме.

Договор франшизы - договор о передаче прав и привилегий производителя туристических услуг на их реализацию (сбыт). Предусматривает использование торговой марки франшизодателя как гарантии качества услуг.

Инвалидный туризм - вид рекреационного туризма, рассчитанного на людей с ограниченными физическими возможностями.

Индивидуальный туризм - путешествие одного человека по собственной программе. Турфирмы выполняют заказы туристов - индивидуалов (определение районов посещения, продолжительности остановок, условий ночлега и т.п.). Индивидуальный туризм может развиваться по каналам родственных и семейных связей, творческих обменов и посещений по приглашению. Индивидуальный туризм практикуется также по программам социального и молодежного туризма. Обслуживание при индивидуальном туризме осуществляется специальными, обычными или специализированными турфирмами.

Интенсив-туризм - разновидность делового туризма, т.е. туристические поездки (обычно групповые), предоставляемые администрацией предприятий и учреждений своим сотрудникам на исключительно льготных условиях или бесплатно в качестве премии за высокие производственные показатели.

Инклюзивный тур - тур (туристический план, маршрут), в соответствии с которым транспортное обслуживание авиа- или наземным транспортом оплачивается одновременно с питанием, размещением и другими туристическими услугами.

Караванинг – распространенный вид автомобильного туризма на караване или автомобиле типа "дом на колесах" со специально оборудованным для жилья кузовом или прицеп.

Карта прибытия - бланк, заполняемый туристом по прибытию в другую страну и предъявляемый на пограничном КПП.

Каталог туроператора - информационно-рекламный проспект туроператора, содержащий подробную характеристику его инклюзивных туров.

Конный туризм - форма активного отдыха, вид спортивного туризма.

Круиз - турпоездка с использованием того или иного транспортного средства не только для перемещения, но и для временного проживания, питания и обслуживания.

Кемпинг - лагерь для автотуристов, расположенный в загородной местности или в зоне отдыха (летние домики, палатки, имеющие элементарные удобства).

Комиссионные - сумма денег, определяемая в процентах выше продажной цены, которую предлагают владельцы туроператорских и транспортных компаний (и другие) турагентам за продажу туристических услуг, услуг авиакомпаний и т. п.

Культурный туризм - вид международного туристского путешествия, связанный со знакомством туристов с национальными культурами, обычаями, традициями в стране пребывания.

Лечебно-оздоровительный туризм - вид туризма, совершаемый с оздоровительными или лечебными целями. Курорты предоставляют туристам комплексы лечебно-оздоровительных процедур, услуги массажных кабинетов и т.п.

Лыжный туризм - разновидность спортивного туризма, предусматривающая прохождение маршрута на лыжах по равнинам и предгорьям. Лыжный туризм требует специальной подготовки участников и повышенного внимания организаторов.

Международный туризм - путешествия за пределами своей родной страны.

Место назначения - место, куда по контракту туроператором (турагентом) должен доставить туриста (пассажира) перевозчик.

Мертвый сезон - время года в данной стране, когда туристическая жизнь замирает или находится на низшем уровне. Отличается низким уровнем цен. Может быть крайне неблагоприятным для совершения путешествий.

Молодежный туризм - конкретный вид туристской деятельности юношества и подростков, реализуемый как в рамках национальных границ, так и на региональном и мировом уровнях.

Музейный туризм - разновидность туризма, специфика которого заключается в использовании туристского потенциала музеев и прилегающих к ним территорий. Сотрудничество музеев и туризма основано на формировании системы историко-культурных и природных территорий.

Ностальгический (этнический) туризм - вид туризма, который совершается людьми на места своего исторического проживания. Участники ностальгического туризма - в основном пожилые люди, которые ранее проживали в данной местности.

Обменный ваучер - юридический документ, в котором отражены все моменты отношений между туристом и любой туристической организацией.

ОВИР - отдел виз и регистрации. Осуществляет выдачу общегражданских (районные, областные и республиканские ОВИР) и дипломатических (при МИДе) заграничных паспортов.

Образовательный туризм - туристская поездка, в которой турист совмещает отдых с обучением.

Организованный туризм - путешествие одного туриста или группы туристов по точному маршруту и регламенту, установленным туристической фирмой. При этом туристы и туристская фирма связаны между собой взаимными требованиями и обязательствами. Путевки на подобные туры реализуются обычно на условиях предварительной оплаты.

Оферта - формальное предложение на заключение сделки с указанием условий.

Пакет - заранее подготовленный тур, включающий транспортировку, проживание, питание, трансфер, посещение достопримечательностей, аренду автомобиля и т. д. Может варьироваться, но обычно включает три компонента; имеет фиксированную цену.

Паломнический туризм - разновидность религиозного туризма, совершаемого верующими людьми разных конфессий по святым местам.

Пешеходный туризм - разновидность туристского путешествия, которое осуществляется пешком. Маршруты пешеходных походов чаще прокладываются на равнине или в предгорьях, невысоких горах (ориентировочно до 3000 м), практически в любых районах. Для пешеходного туризма необходимо специальное снаряжение: рюкзак, палатка, обувь и т.п.

Приключенческий туризм - вид туризма, связанный с организацией нестандартных туров в экзотические и экологически чистые природные резервации, с необычными нетрадиционными транспортными средствами. К приключенческому туризму относятся походные экспедиции, сафари-туры (охота, рыбалка, фотоохота и др.), кругосветное плавание (яхтинг).

Пик сезона - время года в данной стране, когда торговля туристскими услугами и цены на них самые высокие.

Посетитель (визитер) - человек, приехавший в другую страну, преследующий любую цель, кроме приобретения заработка от своей профессиональной деятельности. Это определение относится как к туристам, так и к экскурсантам.

Промежуточный период - время года в данной стране, между пиковым и мертвым сезонами, на протяжении которого цены средние (промежуточные).

Путевка - документ, подтверждающий оплату услуг на маршруте и являющийся основанием для предоставления этих услуг.

Рекламация - заявление туриста, отправляемое в офис фирмы - продавца тура при несоответствии оплаченных и действительно предоставленных услуг. На основании рекламации составляется протокол. В случае если факт несоответствия доказан, должна последовать компенсация ущерба.

Самодеятельный туризм - путешествие с использованием активных способов передвижения, организуемых туристом самостоятельно.

Свадебный туризм - вид туризма, рассчитанный на молодоженов.

Спортивный (активный) туризм - вид активного отдыха; активные и целенаправленные виды физической подготовки и упражнений, тренировки, например плавание, бег, велосипедные прогулки и др. Главная задача - гарантирование возможности заниматься выбранным видом спорта.

Сезонные нормы - разнообразие цен на различные услуги, меняющиеся в зависимости от сезона.

Страховка - условия страховки подробно оговариваются в страховом полисе. Страховой полис является документом, обеспечивающим гарантированное медицинское обслуживание в случае болезни или травмы. Для въезда в некоторые страны наличие страховки является обязательным.

Студенческий туризм - разновидность молодежного туризма; путешествия студентов и учащихся.

Трансфер - встреча или проводы в аэропорту (на вокзале).

Турагент - организация-проводник, занимающаяся реализацией сформированных туроператором туров. Большая часть прибыли идет от комиссионных, заработанных от реализации туров.

Турброкер - индивидуал или компания, не имеющая собственного транспорта, а арендующая его для предоставления сервиса, включенного в турпакет оптовым продавцом туров.

Турист - путешественник, проживающий в месте назначения не менее 24 часов, цель поездки которого - отдых, бизнес, семья, определенная миссия, встреча.

Тур - индивидуальное или групповое путешествие, состоящее из комплекса услуг (перевозка, проживание в гостинице, экскурсии, трансфер, питание).

Туроператор - компания, специализирующаяся в планировании, составлении туров (туристических маршрутов) и продающая турпутевки посредством турагентов или непосредственно туристу.

Турпакет - туристический план (маршрут), охватывающий основные элементы отдыха: транспорт, размещение, экскурсии и др. услуги.

Экологический туризм (экотуризм) - посещение мест с относительно нетронутой природой и хорошо сохранившимся культурно-историческим наследием.

Экскурсант - временный визитер, проживающий в месте назначения менее 24 часов, включая круизных путешественников, но исключая транзитных пассажиров.

Гостиничная терминология

Классификация типов размещения

SGL - одноместный номер.

DBL - двухместный номер с одной большой двуспальной кроватью.

TWIN - двухместный номер с двумя отдельными кроватями.

TRIPL - трехместный номер.

EXB (extra bed) - дополнительная кровать.

CHD - ребенок, как правило, до 12 лет.

INF - маленький ребенок до 2 лет.

BO (bed only), **RO** - размещение без питания.

SGL + CHD (2-6) - 1 взрослый + ребенок от 2-6 лет.

DBL + 2 CHD (2-6) (6-12) - 2 взрослых + 2 детей: первый ребенок 2-6 лет, второй ребенок 6-12 лет.

Double-up - Организация системы двойного заселения (когда незнакомые люди заселяют один номер, в администрации на специальном стенде хранятся 2 карточки (чека) в кармашке под номером этой комнаты).

FullHouse (полный дом) - Термин обозначает загрузку гостиницы на 100 % (все номера проданы).

JuniorSuite - Большая комната с огороженным спальным местом, преобразуемым в гостиную днем.

TouristClass - Также называют экономический класс. В номере такого класса гость не имеет личной ванны.

Классификация номеров

STD - стандартный номер.

APARTMENT - тип номеров, приближенных к виду квартир ЕМ.

BG (bungalo) - отдельная постройка.

Family Roun - семейный номер, размером больше стандартного.

HV (Holiday Village) - отель, представляющий собой комплекс бунгало.

MB - основное здание.

Suite - номер повышенной комфортности, имеет зону для отдыха.

Cabana - Постройка на пляже (или возле бассейна), типа бунгало, стоящая отдельно от основного здания и иногда оборудованная как спальня.

Deluxe - Роскошный тип отеля (частная ванна и полный сервис).

MysteryTour - Приют в горах (используется в горном туризме).

RestHouse - Небольшой отель.

TransientHotel - Отель для транзитных гостей, которые останавливаются в гостинице на короткий срок по пути в другой отель (постоянное место отдыха).

Ботель - Небольшая гостиница на воде.

Коммерческий отель - Отель, снабженный всем необходимым для гостей-бизнесменов.

Курорт - Отель, в который прибывают гости на время отпуска, с рекреационными целями, для развлечений.

Мотель - Гостиница, обслуживающая автотуристов.

Общежитие - Недорогая гостиница с ограниченным сервисом. Предоставляет платное размещение для молодежи, путешествующей пешком, на велосипедах и т. п.

Ротель - Передвигающаяся гостиница-вагон.

Франшиза, франчайз - Независимый отель или мотель, который имеет право пользоваться фирменной маркой и платит за это право.

Классификация видов из окон номера

BV (Beach view) - вид на пляж.

GV (Garden view) - вид на сад.

LV (Land view) - вид на окрестности.

SV (Sea view) - вид на море.

MV (Mountain view) - вид на горы.

ROH (Run of the house) - размещение в отеле без уточнения типа номера и вида из окна.

Классификация питания

RO - без питания.

BB - завтраки.

HB - полупансион.

FB - полный пансион.

All Inc - питание в течение дня, включая напитки местного производства.

Ultra All Inc - All Inc + напитки импортного производства + набор услуг.

Continental breakfast - легкий завтрак (чай, сок или кофе, булочка, масло, джем).

English breakfast - полный завтрак (+ яичница с ветчиной, тосты).

A-la carte - меню, в котором каждое блюдо указано со своей ценой.

Brunch - прием пищи после завтрака, но до обеда, и заменяющий оба.

HotelGarni - отель без ресторана (даже без завтрака).

Общие:

BackoftheHouse - службы сервиса, расположенные так, чтобы не быть на виду

BedOccupancy - рациональное отношение количества спальных мест к количеству заявленных к продаже (средняя загрузка)

BlanketReservation - планирование какого-либо определенного числа комнат (блока) для групп

FrontDesk (фронтдеск) - стойка администратора гостиницы, где гости регистрируются.

Grandmaster - один ключ, который открывает все гостевые комнаты, которые закрыты снаружи.

GuestHistory (Card) - запись полной программы пребывания гостя, включающая занятие комнаты, оплату, особые нужды, кредит. (Такая запись осуществляется на карточках, в крупных гостиницах данные заносятся в компьютер).

Housekeeper'sreport - лист с записями, находящийся во фронтофисе, в котором отражены реальные сведения о состоянии комнат (уборка, ремонт и т. д.).

InclusiveTerms - тариф на размещение и питание (трехразовое).

LuggagePass - карта, дающая право туристу на вынос багажа из гостиницы.

MasterKey - один ключ, который заменяет все ключи от всех комнат на этаже. Так же называется этажный ключ.

No-ShowEmployees - персонал, который работает по распорядку, предусматривающему проведение работ строго в отсутствие гостя.

OutOfOrder - комната не готова к заселению по причине поломки, неисправности оборудования этой комнаты.

RackRate - полный тариф стоимости номера (без скидок).

Referral - система бронирования, когда в комнате остается что-то из личного имущества гостя до его следующего приезда.

ResidentialHotel - отель, долгое время занимаемый гостями, которые могут сделать своей собственностью этот дом или резиденцию.

RoomBoard - информация о гостиничном номере (условия, сервис, возможности).

Safe-DepositBoxes - индивидуальная секция в хранилище, где гости хранят ценности, наличные деньги.

Skipper - гость, который уехал тайком, оставив неоплаченный чек.

VeryImportantPassenger (очень важный пассажир (VIP)) - человек, которому предназначен особый сервис.

Американский план - такой метод расчета оплат за номер в отеле, когда в цену включены услуга по предоставлению комнаты и 3-разовое питание (пансион) или 2-разовое: завтрак + обед или завтрак + ужин (полупансион).

Беллмэн - служащий отеля, подносящий багаж и выполняющий поручения гостей.

Бермудский план - метод предоставления гостиничных услуг, при котором цена включает завтрак и комнату.

Время закрытия дня - произвольно выбранный менеджером отеля час, когда заканчивается один день и начинается другой.

Дата снятия брони - дата, когда невостребованная забронированная комната поступает в основную продажу.

Дневная норма - ограниченная цена для размещения не более чем на ночь или на день.

Европейский план - метод определения (назначения) цены за комнату, включающей только стоимость занятия комнаты (стоимость проживания).

Информационный чек - алфавитный листок, где зарегистрированные гости записаны соответственно номерам комнат.

Коммерческая норма - пониженная ставка для постоянного клиента, в котором заинтересован отель, для занятости номеров отеля.

Комнатный лист - лист с фамилиями, используемый в отеле для предрегистрации групп, а также для организации вечеров отдыха.

Комнатный сервис - наличие в отеле услуг по доставке в номер еды, напитков, корреспонденции.

Континентальный план - метод расчета стоимости комнаты в отеле, когда цена включает в себя континентальный завтрак - сладкую булочку и кофе, а также стоимость самой комнаты.

Негибкая цена - цена на комнаты в отеле без скидок (например, из соображений престижа), когда не принимается во внимание тот фактор, что все комнаты пустуют.

Пансион - полное содержание туриста в течение суток в гостинице (на маршруте).

Позднее прибытие - гость, который забронировал номер в отеле, но прибыл после часа снятия брони и предупредил о своем позднем прибытии.

Поздняя оплата - частичная оплата, которая передается на фронтдеск, когда гость уже выехал.

Поздний выезд - гость остается в гостинице после момента, когда он должен уехать. В этом случае он обязан оплатить 50 процентов дневной нормы.

Полупансион - предоставляется комната, завтрак и на выбор - обед или ужин.

Расчетный час - это время, в которое гость должен освободить комнату или оплатить проживание в определенный день.

Спина к спине - выгодная система заполнения отеля, при которой последовательность убытия и прибытия групп туристов организована туроператором таким образом, чтобы выделенные ему владельцем гостиницы номера не пустовали (интервал между заселениями только на уборку).

Семейный план - специальная система сдачи комнат в отеле туристам с детьми. В том случае, если дети живут в одной комнате с родителями, цена номера снижается.

Чрезвычайный ключ - один ключ, который открывает все комнаты отеля, включая те, которые закрыты изнутри.

Дорожная терминология

Complimentary Ticket - бесплатный проезд.

Commercially Important Persons (важная коммерческая персона) - покупатель специального документа, дающего право ему (ей) занимать привилегированное положение по отношению к другим пассажирам.

Duty-free Goods - товары, не облагаемые таможенным налогом.

Endorsment - полномочия, которые заключаются в возможности заменить или перерегистрировать авиабилет на другой самолет.

Revalidation Sticker - официальная надпись на летном купоне обозначает новую бронь, которая должна быть сделана.

Standby (ожидание) - пассажир, у которого нет подтвержденной брони, но который ждет в аэропорту возможности вылета, если посадочные места в самолете появятся в продаже в последнюю минуту. Многие авиакомпании предлагают очень низкие цены для таких пассажиров.

Декларация таможенная - документ, выдаваемый таможенными службами, содержащий сведения о багаже, наличии валюты у туриста и заполняемый туристом при пересечении границы.

Документы проездные групповые - транспортные бумаги, оформленные на группу туристов и подтверждающие право группы на проезд в данном транспорте (билеты, турпутевки с отрывным талоном и др.).

Летный купон - часть авиабилета, на которой указывается информация о бронировании места для пассажира.

Открытый билет - имеется в виду открытая дата отъезда. Пассажир может забронировать билет на более позднее время (день).

Пассажирский талон - карта для пассажира, вручаемая ему до посадки в самолет. Содержит сведения о багаже, подробную информацию о классе, которым летит пассажир, номере кресла в самолете.

Прямой полет - полет между двумя определенными пунктами без пересадки на другой самолет, даже если произойдет промежуточная посадка.

Транзит - провоз пассажиров из одной страны в другую через промежуточную.

Трансфер - встреча или проводы в аэропорту (на вокзале).

Чартер - оптовая покупка самолета для перевозки пассажиров или груза. Чартерные перевозки назначаются на конкретное время, в конкретный день, в конкретно заказанное место.

Чартерный рейс - рейс, заказанный эксклюзивно для специальной группы людей, которые принадлежат одной организации или их перелет организуется от одного имени (например, туроператором). Чартерные рейсы обычно намного дешевле, чем регулярные рейсы авиакомпаний по расписанию. Эти рейсы могут осуществляться дополнительными самолетами или самолетами, выполняющими регулярные рейсы.

Шатл-сервис - обозначение транспорта (самолета, автобуса, поезда), который совершает очень частые рейсы, в основном на очень короткое расстояние.

ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Определение туризма.
2. Основные понятия туризма в законодательстве РФ.
3. Турист как объект туризма.
4. Типология туристов.
5. Виды и формы туризма.
6. Предмет экономики туризма.
7. Значение туризма.
8. Динамичность экономической системы туризма.
9. Сущность услуг.
10. Сущность туристского продукта.
11. Туристский пакет.
12. Структура туристского продукта.
13. Валютный туристский продукт.
14. Понятие качества.
15. Требования к качеству туристского продукта.
16. Условия создания качественного сервиса на туристском предприятии.
17. Жизненный цикл туристского продукта.
18. Функции туристского рынка.
19. Структура и сегментация туристского рынка.
20. Оценка общего состояния рынка туризма в РФ.
21. Проблемы национального рынка туризма и пути их решения.
22. Тенденции развития туризма и рекреации в Крыму и Севастополе.
23. Туристская индустрия.
24. Туристское предприятие.
25. Туристская фирма.
26. Роль туроператора и турагента на туристском рынке.
27. Туроператоры.
28. Турагенты.
29. Туроператоры и турагенты на международном рынке.
30. Характер труда в сфере туризма.
31. Обеспечение трудовыми ресурсами.
32. Количественная характеристика трудовых ресурсов.
33. Показатели движения рабочей силы.
34. Рабочее время и его использование.
35. Сущность заработной платы.
36. Формы и системы оплаты труда на туристском предприятии.
37. Состав фонда заработной платы на туристском предприятии.
38. Производительность труда в сфере туризма.
39. Система показателей развития туризма.
40. Основные фонды туристского предприятия, их характеристика и показатели использования.
41. Оборотные средства туристского предприятия.
42. Сущность издержек производства туристского продукта.

43. Классификация затрат на производство и реализацию туристского продукта.
44. Управление издержками производства.
45. Условия рыночного ценообразования.
46. Факторы, влияющие на цену в туризме.
47. Структура цены на туристский продукт.
48. Финансы туристского предприятия.
49. Финансовые результаты деятельности туристского предприятия.
50. Оценка финансово-экономического положения предприятия.
51. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия.
52. Сущность бизнес-планирования на туристском предприятии.
53. Этапы разработки бизнес-плана туристского предприятия.
54. Типовые инвестиционные проекты в туризме.
55. Потенциальные ресурсы и источники инвестиций.
56. Коммерческая состоятельность инвестиционных проектов.
57. Туристская реклама в Р.Ф. и за рубежом.
58. Нормативно-правовая база рекламного бизнеса в РФ.
59. Виды туристской рекламы.
60. Рекламная компания туристской фирмы.
61. Нормативно-правовая база договорных отношений.
62. Типовые договора в туризме.
63. Структура договора о туристском обслуживании.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

№ п/п	Наименование изданий учебной литературы	Количество экземпляров
Основная литература		
1.	Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15216-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510100 (дата обращения: 31.10.2023).	<i>Индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
3.	Овчаров, А. О. Экономика туризма : учебное пособие / А. О. Овчаров. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 253 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — URL: https://znanium.com/catalog/product/1815956 (дата обращения: 31.10.2023). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-16-005335-6. — Текст : электронный.	<i>Индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
Дополнительная литература		
2.	Степанова, С. А. Экономика предприятия туризма : учебник / С. А. Степанова, А. В. Крыга. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 346 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — URL: https://znanium.com/catalog/product/1010104 (дата обращения: 31.10.2023). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-16-005445-2. — Текст : электронный.	<i>Индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>

Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «интернет», необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование ресурса, краткое описание	Ссылка
1	Библиотека экономической и деловой литературы Содержатся учебники и учебные пособия по теоретическим и прикладным экономическим дисциплинам, учебно-методические материалы для студентов; подборка словарей, энциклопедий, справочников по разнообразным направлениям экономики и смежных дисциплин.	http://ek-lit.narod.ru
3.	Справочная правовая система КонсультантПлюс. Законы РФ, указы Президента, постановления Правительства и другие нормативные акты.	http://www.consultant.ru/
4.	Федеральная служба статистики. Основные статистические показатели, Интерактивные статистические сервисы; Открытые данные; Энциклопедия статистических терминов; Статистический инструментарий, методология и нормативно-справочная информация; Переписи и обследования; Опросы.	http://www.gks.ru/

5.	Официальный сайт Министерства курортов и туризма Республики Крым. Нормативно - правовая база в сфере туризма.	http://mtur.rk.gov.ru
6.	Сайт Российской гостиничной ассоциации.	http://www.rha.ru
7.	Турбизнес». [Электрон. ресурс]. Журнал для специалистов туристической отрасли.	http://tourbus.ru

Электронно–библиотечные системы (ЭБС)

№	Наименование ресурса, краткое описание	Ссылка
1.	Электронно- библиотечная система «Издательство «Лань» Содержатся учебник и учебные пособия по теоретическим и прикладным экономическим дисциплинам, учебно-методические материалы для студентов; подборка словарей, энциклопедий, справочников по разнообразным направлениям экономики и смежных дисциплин.	https://e.lanbook.com//
2.	Электронно - библиотечная система ZNANIUM.COM Содержатся учебник и учебные пособия по теоретическим и прикладным экономическим дисциплинам, учебно-методические материалы для студентов; подборка словарей, энциклопедий, справочников по разнообразным направлениям экономики и смежных дисциплин.	http://znanium.com/
3.	Образовательная платформа «ЮРАЙТ» Содержатся учебник и учебные пособия по теоретическим и прикладным экономическим дисциплинам, учебно-методические материалы для студентов; подборка словарей, энциклопедий, справочников по разнообразным направлениям экономики и смежных дисциплин.	https://urait.ru/
4.	Электронная библиотека научных публикаций в РФ «eLIBRARY» Крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций, обладающая богатыми возможностями поиска и получения информации. Библиотека интегрирована с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ) - созданным по заказу Минобрнауки РФ бесплатным общедоступным инструментом измерения и анализа публикационной активности ученых и организаций. eLIBRARY.RU и РИНЦ разработаны и поддерживаются компанией "Научная электронная библиотека".	http://elibrary.ru/
5.	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» Научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии и повышение цитируемости российской науки.	https://cyberleninka.ru/

ПРИЛОЖЕНИЕ А**Образец оформления титульного листа**

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
Институт финансов, экономика и управления
Кафедра «Экономика предприятия»

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА
по дисциплине «Экономика туризма»

Выполнил: студент
(Ф.И.О., группа, № зачетной книжки)

Проверил: Л.С. Абрамова,
канд. эконом. наук, доц. кафедры ЭП

Севастополь
202_

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

*Методические указания
к выполнению контрольной работы*

Составители: **Абрамова** Лариса Сергеевна,
Пунга Дарья Владимировна

В авторской редакции

Изд. № 199/2023. Объем 2,25 п.л. Усл. печ. л. 2,09. Уч.-изд. л. 2,205.
РИИЦМ ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»