



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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



СЕВАСТОПОЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Экономика предприятия»



ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Методические указания

к проведению практических занятий и самостоятельной работе
для обучающихся по направлению подготовки

38.03.01 – Экономика
дневной формы обучения

Севастополь
СевГУ
2025

УДК 338.48(076.5)
ББК 65.433я73
Э40

Р е ц е н з е н т:
Р.Р. Аблаев – канд. эконом. наук, доцент

Составители: Л. С. Абрамова, Е. П. Гармашова

Э40 Экономика туризма : методические указания к проведению практических занятий и самостоятельной работе для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 – Экономика дневной формы обучения / Севастопольский государственный университет ; сост. Л.С. Абрамова, Е.П. Гармашова. – Севастополь : СевГУ, 2025. – 49 с. – Текст : электронный.

Целью методических указаний является оказание студентам помощи при подготовке к практическим занятиям по дисциплине «Экономика туризма». Рекомендуется для использования преподавателями и обучающимися направления 38.03.01 - Экономика дневной формы обучения.

УДК 338.48(076.5)
ББК 65.433я73

Методические указания рассмотрены и утверждены на заседании кафедры «Экономика предприятия», протокол № 6 от 26 декабря 2024 г.

© Абрамова Л.С., Гармашова Е.П., сост., 2025
© ФГАОУ ВО «Севастопольский
государственный университет», 2025

СОДЕРЖАНИЕ

Цель и задачи дисциплины.....	4
Цель практических занятий.....	4
Программа курса «Экономика туризма» для студентов направления 38.03.01 – Экономика	4
Тема 1. Предмет и задачи курса экономики туризма.....	4
Тема 2. Особенности функционирования туристской индустрии.....	7
Тема 3. Основные характеристики туристского рынка.....	10
Тема 4. Экономическая модель туристского предприятия.....	13
Тема 5 Основной и оборотный капитал предприятий туризма.....	17
Тема 6 Экономика труда на предприятиях туризма.....	25
Тема 7. Издержки и ценовая политика на предприятиях туризма.....	30
Тема 8. Доходы и уровень рентабельности туристского предприятия.....	36
Тема 9. Оценка эффективности деятельности предприятий туризма	41
Список рекомендованной литературы.....	47
Приложение А. Вопросы к промежуточной аттестации по дисциплине «Экономика туризма»	48

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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.

ЦЕЛЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Проведение практических занятий по дисциплине «Экономика туризма» несет в себе цель – закрепление теоретико-методологических основ дисциплины изложенных в лекционном курсе, приобретение навыков решения конкретных экономических задач и обоснования принимаемых управленческих решений в сфере туризма.

ПРОГРАММА КУРСА «ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА»

- Тема 1. Предмет и задачи курса экономики туризма.
- Тема 2. Особенности функционирования туристской индустрии.
- Тема 3. Основные характеристики туристского рынка.
- Тема 4. Экономическая модель туристского предприятия.
- Тема 5. Основной и оборотный капитал предприятий туризма.
- Тема 6. Экономика труда на предприятиях туризма.
- Тема 7. Издержки и ценовая политика на предприятиях туризма.
- Тема 8. Доходы и уровень рентабельности туристского предприятия.
- Тема 9. Оценка эффективности деятельности предприятий туризма.

Тема 1. ПРЕДМЕТ И ЗАДАЧИ ЭКОНОМИКИ ТУРИЗМА

План занятия

1. Предмет и задачи экономики туризма.
2. Сущность и содержание туризма как вида экономической деятельности.
3. Экономика туризма и факторы ее влияния.
4. Типы и содержание туризма.

Контрольные тесты

1. Лимитирующие факторы в туризме это:
 - 1 – сезонность;
 - 2 – политические;
 - 3 – экономические;
 - 4 – культурные;
 - 5 – природные;
 - 6 – экологические.
2. Типы туризма это:
 - 1 – внешний;
 - 2 – внутренний;
 - 3 – выездной;
 - 4 – выходной;
 - 5 – въездной.
3. Турист – это индивидуум:
 - 1 – путешествующий с целью развлечения, по семейным причинам, по состоянию здоровья и другим подобным причинам;
 - 2 – выбирающий страну в качестве места постоянного проживания;
 - 3 – путешествующий с целью принятия участия в различных встречах или как представители (участники);
 - 4 – путешествующий с профессиональными целями;
 - 5 – приезжающий в страну назначения для обучения;
 - 6 – достигающий гавани страны на круизном судне, даже если период его пребывания в стране менее 24 часов.
4. В понятие «турист» не входят индивидуумы:
 - 1 – приезжающие в страну с или без контракта, на работу и имеющие возможность работать и отдыхать;
 - 2 – выбирающие страну в качестве места постоянного проживания;
 - 3 – посетители, которые осуществляют по меньшей мере одну ночевку в средстве размещения в стране;
 - 4 – проживающие в приграничных зонах в стране и работающие в соседней стране.
5. Всемирная туристская организация предложила путешественников всех типов, занимающихся туризмом определять, как:
 - 1 – туристов;
 - 2 – путешественников;
 - 3 – посетителей;
 - 4 – экскурсантов.
6. Отличительные особенности услуги как продукта, выберите 4 «не»:
 - 1 – неосязаемость услуги;
 - 2 – непрерывность услуги;
 - 3 – неразрывность производства и потребления;
 - 4 – необходимость услуги;
 - 5 – непостоянство качества;
 - 6 – несохраняемость услуги.

7. Оформление туристкой визы:
 - 1 – основной туристский продукт;
 - 2 – дополнительный туристский продукт;
 - 3 – сопутствующий туристский продукт;
 - 4 – вспомогательный продукт.
8. Туристский пакет включает обязательно:
 - 1 – дестинацию;
 - 2 – визирование;
 - 3 – средства доставки – транспорт
 - 4 – места размещения и питание
 - 5 – развлечения
 - 6 – медицинская страховка
 - 7 – трансферт
 - 8 – внутренние билеты до места отправления
9. Является ли предметом изучения курса «Экономика туризма»:
 - 1 – сущность самого предприятия как производственно-коммерческой организации;
 - 2 – основные производственные фонды, рабочая сила, оборотные средства, инвестиции, их взаимосвязи, взаимодействие и пути улучшения использования.
10. На макроуровне значение туризма оценивается:
 - 1 – по вкладу в доход государства;
 - 2 – предоставлению рабочих мест, уровню занятости;
 - 3 – доходу занятых в системе туризма;
 - 4 – туристскому спросу;
 - 5 – туристскому предложению;
 - 6 – роли туризма в платежном балансе страны и другим экономическим выгодам и др.
11. На микроэкономическом уровне значение туризма оценивается:
 - 1 – по развитости материально-технической базы туризма;
 - 2 – по объему и структуре предоставляемых услуг;
 - 3 – по уровню конкурентоспособности и туристскому балансу (соотношение въездной/выездной туризм);
 - 4 – по степени взаимодействия с другими отраслями экономики и другим экономическим выгодам.

Задачи

1. Определите эффект занятости населения на 20_год по республике Крым?
2. Определите эффект сглаживания? При условии, что среднегодовой доход субъекта РФ от туризма 1 млн руб., а среднегодовой доход от всех видов деятельности того же субъекта составляет 5 млн руб.
3. Определите эффект дохода на 20_ год в городе Севастополь?

Тема 2. ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

План занятия

1. Турпродукт и его классификация.
2. Составные части и характерные особенности туриндустрии.
3. Проблемы и цели туриндустрии.
4. Туристский кругооборот и туристские затраты.

Контрольные тесты

1. Туристской деятельностью является:

1 – туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий;

2 – 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;

3 – деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

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

1 – особая форма передвижения-людей по маршруту с целью посещения конкретного объекта или удовлетворения специализированного интереса;

2 – временные выезды (путешествия) граждан Р.Ф., иностранных граждан и лиц без гражданства 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;

3 – 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. На какие виды ВТО классифицировала туризм:

1 – в пределах страны, выездной и въездной;

2 – международный, национальный, в пределах страны;

3 – внутренний, выездной и въездной.

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

1 – международный;

2 – в пределах данной страны;

3 – национальный.

5. Согласно Закону РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» турист это:

1 – 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;

2 – лицо, путешествующее с целью развлечения, по семейным причинам, по состоянию здоровья и другим подобным причинам.

6. Выберите неверное утверждение.

В определение туриста входят следующие индивидуумы:

1 – путешественники или транзитные пассажиры, едущие без остановки, время пребывания которых при проезде через страну занимает больше 24 часов;

2 – достигающие гавани страны на круизном судне, период пребывания которых в стране меньше 24 часов;

3 – путешествующие с целью принятия участия в различных встречах или как представители (участники).

7. По классификации ВТО к посетителям относятся:

1 – рабочие, которые проживают в приграничных районах страны и работают в соседней стране;

2 – транзитные пассажиры, которые не покидают транзитной зоны аэропорта или порта, включая переезды между аэропортами и портами;

3 – лица, которые осуществляют, по меньшей мере, одну ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения в посещаемой стране;

4 – люди, которые не имеют постоянного места проживания.

8. Выберите неверное утверждение. К сопутствующему туристскому продукту относятся:

1 – оформление визы;

2 – оформление договора на тур. обслуживание;

3 – прокат автомобиля в стране пребывания.

9. К вторичным предприятиям, производящих продукты и услуги для туристов, относятся предприятия:

1 – предназначенные непосредственно для обслуживания туристов (санатории, пансионаты, турбазы и т.п.). В условиях замкнутого туристского и курортного центра почти все предприятия, находящиеся на данной территории, относятся к этой категории;

2 – предназначенные для обслуживания преимущественно туристов, хотя их услугами могут пользоваться и местные жители (предприятия общественного питания, культурные заведения и т.п.);

3 – предназначенные для обслуживания местных жителей, но их услугами также могут пользоваться для удовлетворения своих потребностей и туристы (общественный транспорт, почта и т.п.).

10. Турпакет это:

1 – это места размещения и питания;

2 – это путевка, выдаваемая туристу после заключения договора на туристское обслуживание;

3 – совокупность различного рода услуг по обслуживанию туристов.

11. Выберите неверное утверждение.

Оптовыми продавцами индустрии туризма выступают:

1 – туроператоры;

2 – брокеры;

3 – турагенты.

12. Входит ли в состав материально-техническая база туризма:

1 – средства размещения (гостиницы, мотели, лагеря для автотуристов, пансионаты и т.д.);

2 – предприятия общественного питания (кафе, рестораны, закусочные и т.д.);

3 – транспортные предприятия (воздушный и водный транспорт, поезда, автобусы и т.д.);

4 – организация путешествий (туроператоры, турагентства, организаторы экскурсий и т.д.);

5 – организации досуга и развлечений;

6 – информационный сектор (информационная туристическая сеть);

7 – дополнительные услуги и сервисная система;

8 – оптовый.

13. Включают ли первичные туристические ресурсы:

1 – природные ресурсы (климат, ландшафт, экосистемы);

2 – культурно-исторические ресурсы (архитектурное наследие, произведения искусства, археологические и научные ценности, традиции, субкультурные образования);

3 – социальные ресурсы (люди или организации, которые способствуют быстрому развитию туризма в регионе и обладают финансовым капиталом, способностями, знаниями; система охраны здоровья, окружающей среды и собственности; интересы местного населения и т.д.);

4 – инфраструктуру, необходимую для обеспечения туризма, включающую в себя энергоснабжение, водоснабжение, канализацию, дороги и железнодорожные пути, а также аэропорты, связь и т.д.

Задачи

1. Раскройте содержание каждого этапа эволюции турбизнеса и заполните предложенную ниже таблицу.

Этап	Характер предпринимательства	Преобладающая сфера предпринимательства	Преобладающая форма предпринимательства	Выдающиеся предприниматели	Эволюция терминологии
1	2	3	4	5	6

2. Определите факторы негативного влияния туризма на внешнюю среду и объясните их последствия.

3. Активное развитие туризма обусловило необходимость его правовой регламентации, т.е. выработки различных правовых институтов и создания специализированных туристских организаций.

Сделайте обзор и охарактеризуйте нормативно-правовую базу, регламентирующую туристскую деятельность:

- в республике Крым;
- на международном уровне.

4. Известно, что превышение выездов над въездами создаёт отрицательное сальдо. Эта ситуация характерна не только для РФ, но и таких развитых стран, как Германия, Дания, Голландия.

Определите и сформулируйте положительные и отрицательные стороны этого явления. Каковы, на ваш взгляд, пути его преодоления?

5. Туристская фирма специализируется на продаже индивидуальных туров на Карибские острова. Возможно ли достичь одновременной оценки благ со стороны потребителя и туристской фирмы? Объясните, почему такое возможно или невозможно. Приведите примеры.

Тема 3. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

План занятия

1. Спрос на продукцию туристской индустрии.
2. Факторы спроса и предложения на туристские услуги.
3. Структура и объем покупательского фонда.
4. Основные виды туристских рынков.

Контрольные тесты

1. Осязаемые туристские продукты – это:
 - 1 – снаряжение;
 - 2 – услуги гостеприимства;
 - 3 – сувениры;
 - 4 – развлечения.
2. 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:
 - 1 – пакетный тур;
 - 2 – независимый тур;
 - 3 – комплексный тур;
 - 4 – отдельный тур.
3. Основными составляющими тура являются:
 - 1 – размещение;
 - 2 – питание;
 - 3 – транспортное обслуживание;
 - 4 – экскурсии.

4. На принятие решения о потреблении влияют факторы. Отметьте те из них, которые:

- 1– относятся к экзогенным;
- 2– персональный доход;
- 3– физические факторы;
- 4– социальные обстоятельства;
- 5 – экономические обстоятельства.

5. Hard-составляющие услуги:

- 1– материально-техническая база;
- 2– развлечения;
- 3– сервис;
- 4– экскурсионное обслуживание.

6. Часть общего спроса, которая фактически удовлетворяется при обмене денежных средств на продукцию туриндустрии, называется:

- 1– реализованный спрос;
- 2– формирующийся спрос;
- 3– неудовлетворенный спрос;
- 4– специфический спрос.

7. К социальным факторам платежеспособного спроса относятся:

- 1– общая экономическая ситуация в стране;
- 2– уровень жизни населения;
- 3– климатические показатели;
- 4– условия быта.

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

- 1– индивидуальный туристский рынок;
- 2– популярный туристский рынок;
- 3– массовый туристский рынок;
- 4– международный туристский рынок.

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

- 1– дополнительные расходы;
- 2– видимые расходы;
- 3– невидимые расходы.

10. Факторами производства туристской продукции являются:

- 1– капитал;
- 2– человеческий фактор;
- 3– земля;
- 4– труд.

11. Являются ли следующие определения рынка правильными?

- 1– рынок – это обмен, организованный по законам товарного производства и обращения, совокупность отношений товарного обмена;
- 2– рынок – это механизм взаимодействия покупателей и продавцов, иными словами, отношение спроса и предложения;

3– рынок – это сфера обмена внутри страны и между странами, связывающая между собой производителей и потребителей продукции.

12. Выполняют ли рыночные отношения следующие функции?

- 1– информационная;
- 2– посредническая;
- 3– ценообразующая;
- 4– регулирующая;
- 5– санирующая.

13. Включают ли рынки по конкуренции следующие типы?

- 1– совершенный рынок;
- 2– олигопольный рынок;
- 3– монопольный рынок;
- 4– рынок с олигопсонией;
- 5– рынок с монопсонией.

14. Включает ли классификация по объектам купли продаж следующие рынки?

- 1– рынок рабочей силы;
- 2– рынок средств производства;
- 3– потребительский рынок;
- 4– финансовый рынок;
- 5– рынок услуг.

15. Включает ли классификация по времени использования рынок товаров и услуг следующие рынки?

- 1– товаров длительного пользования;
- 2– текущего пользования.

16. Включает ли классификация по географическому положению следующие рынки?

- 1– местный;
- 2– региональный;
- 3– национальный;
- 4– мировой рынки.

17. Включает ли классификация по видам продаж следующие рынки?

- 1– розничный;
- 2– оптовый.

Задачи

1. Турист приехал в национальный парк понаблюдать за редкими птицами. Собираясь в это путешествие, он купил рюкзак (300 руб.), палатку (700 руб.), спальный мешок (2000 руб.). На месте он приобрел бинокль для наблюдения (2000 руб.), карты местности (300 руб.). Определите чистые затраты туриста, отдохнувшего в национальном парке.

2. Рассчитать стоимость пакетного тура для отдыхающего в санатории. Известно, что он потратил на транспортное обслуживание – 3000 руб., размещение – 10000 руб., питание – 6600 руб., оздоровительные процедуры – 3800 руб., трансферт – 600 руб., экскурсии – 1800 руб.

3. В регионе К. вошла в моду новая тенденция отдыха – дайвинга в северных морях. Определите вид спроса на данную продукцию, если турфирмы региона в основном работают на направлениях Красного и Черного морей. Как специалисты в сфере туризма могут определить данный спрос и разрешить проблему

4. Для РФ очень популярен такой рынок туризма, как посещение знакомых и родственников. Объясните данную тенденцию, приведите примеры.

Тема 4. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

План занятия

1. Туристское предприятие как субъект хозяйствования.
2. Организационно-правовые формы и виды туристского бизнеса.
3. Основы организации предпринимательской деятельности в индустрии туризма.
4. Предпринимательские риски и контроль предпринимательской деятельности в туризме.

Контрольные тесты

1. Туристский бизнес – это:
 - 1– самостоятельная деятельность, направленная на организацию собственного дела;
 - 2–инициативная самостоятельная деятельность, направленная на систематическое получение прибыли;
 - 3–инициативная самостоятельная деятельность, направленная на обеспечение населения туристскими услугами.
2. В современных условиях хозяйствования турорганизации:
 - 1– освобождаются от государственного контроля;
 - 2– несут полную ответственность за все виды своей деятельности;
 - 3– не отвечают по обязательствам государства и других органов;
 - 4–управляют экономикой страны.
3. Новый турбизнес целесообразно создавать в случае наличия:
 - 1– неудовлетворенного спроса на туристские услуги;
 - 2–эффективно работающих предприятий в данной отрасли;
 - 3–достаточного стартового капитала, даже если рынок насыщен данным видом услуг.
4. Укажите случаи, когда турбизнес целесообразно прекратить:
 - 1– убыточность производства;
 - 2– экологическая опасность производства;
 - 3– отсутствие спроса на туристские услуги;
 - 4– повышение спроса на туристские услуги.
5. Главная цель турбизнеса:
 - 1– уплата налогов в бюджеты различных уровней;
 - 2– производство туристских услуг;

- 3– получение прибыли;
- 4– удовлетворение потребностей туристов.
- 6. Субъектами турбизнеса могут быть:
 - 1– только отдельные частные лица;
 - 2– только объединения партнеров;
 - 3– отдельные частные лица и объединения партнеров.
- 7. Коммерческие платные советы по вопросам управления турбизнесом относятся к следующей сфере предпринимательства:
 - 1– посредничество;
 - 2– производство;
 - 3– консалтинг.
- 8. Ответьте, верны ли утверждения:
 - 1–эффективность турбизнеса определяется экономическими, социальными и правовыми условиями (да, нет);
 - 2– коллективным турбизнесом занимаются физические лица (да, нет);
 - 3– консалтинг — это производство товаров народного потребления (да, нет).
- 9. Операции по купле-продаже услуг осуществляет следующий вид турбизнеса:
 - 1– производство;
 - 2– финансы;
 - 3– торговля;
 - 4– консалтинг.
- 10. Деятельность юридических лиц — это:
 - 1– индивидуальный турбизнес;
 - 2– коллективный турбизнес;
 - 3– индивидуальное и коллективное предпринимательство
- 11. Продолжите фразы:
 - 1– «Существует две базовых формы турбизнеса: ...»;
 - 2– «В качестве предмета купли-продажи в финансовом турбизнесе выступают...».
- 12. Преимуществом индивидуального турбизнеса является:
 - 1– неограниченная ответственность по обязательствам;
 - 2– ограниченная ответственность по обязательствам;
 - 3– льготное налогообложение.
- 13. Преимуществом коллективного турбизнеса является:
 - 1– неограниченная ответственность по обязательствам;
 - 2– ограниченная ответственность по обязательствам;
 - 3– система ведения бухгалтерского учета.
- 14. Наиболее распространенными организационно-правовыми формами туристских организаций являются:
 - 1– производственные и потребительские кооперативы;
 - 2– хозяйственные товарищества и общества;
 - 3– благотворительные фонды.
- 15. Разграничьте сферу коммерции и производственную сферу в туризме:

- 1– туроперейтинг;
 - 2– турагентская деятельность;
 - 3– организация досуга туристов;
 - 4– экскурсионное обслуживание туристов.
16. Целью предпринимательства в туризме является:
- 1– систематическое получение прибыли;
 - 2– продажа товаров и оказание услуг;
 - 3– удовлетворение потребностей туристов.
17. Оказание услуг в туризме относится:
- 1– к финансовому предпринимательству;
 - 2– к производственному предпринимательству;
 - 3– к коммерции.
18. Коммерция как сфера предпринимательства в туризме— это:
- 1– туроперейтинг;
 - 2– страхование недвижимости;
 - 3– турагентская деятельность.
19. Консалтинг в туризме — это:
- 1– страховое и финансовое обслуживание;
 - 2– юридические консультации по вопросам бизнеса;
 - 3– турагентская деятельность, торговля.
20. Включает ли предпринимательская деятельность следующие стадии:
- 1–накопление и отбор предпринимательской идеи, в которой могут быть совмещены возможности предпринимателя с потребностями рынка;
 - 2–планирование производственной и финансово-хозяйственной деятельности, маркетинга;
 - 3– определение потребностей в ресурсах (в том числе в денежных средствах) и в поставщиках;
 - 4– управление проектом;
 - 5– управление предприятием
21. Осуществляется ли предпринимательская деятельность в следующих условиях:
- 1– предпринимательская среда;
 - 2– экономические условия;
 - 3– социальные условия;
 - 4– правовые условия.
22. Вызывается ли необходимость государственного регулирования предпринимательской деятельности следующими причинами:
- 1–необходимостью создания условий добросовестной конкуренции, потому что конкуренция затрагивает интересы предпринимателей, и они пытаются создать себе конкурентные преимущества;
 - 2– необходимостью защиты потребителя от недобросовестной деловой практики (ложь в рекламе и др.);
 - 3– необходимостью защиты высших интересов общества от безнравственных действий некоторых предпринимателей.

Задачи

1. Рассчитайте общую потребность в денежных средствах на ведение турбизнеса, если потребность в денежных средствах, необходимых для оплаты наемных работников составляет 88 тыс. руб., в денежных средствах, необходимых для оплаты стоимости приобретенных сырья и материалов 100 тыс. руб., в денежных расходах, связанных с приобретением и использованием средств труда 175 тыс. руб., в денежных средствах, необходимых для оплаты приобретаемой информации 25 тыс. руб., в денежных средствах, необходимых для оплаты услуг сторонних организаций и лиц (строительные работы, транспортные услуги и др. 138 тыс. руб.

2. На основании данных предыдущей задачи рассчитайте прибыль туристской организации, если выручка от туристской деятельности составляет 750 тыс. руб.

3. Рассчитайте чистый дисконтированный доход туристской организации, если прибыль 265 тыс. руб., внереализационные доходы (расходы) 23 тыс. руб., налоги 77 тыс. руб., амортизация 44 тыс. руб., капитальные вложения в основные и оборотные средства 40 тыс. руб., уменьшение долгосрочной задолженности 115 тыс. руб.

4. Раскройте содержание каждого вида ответственности туристской организации или ее сотрудников, заполните предложенную таблицу.

Вид ответственности	Закон, нормативный акт	Состав правонарушений	Виды взысканий	Пример
1	2	3	4	5

5. Выберите параметры конкурентоспособности, заполните конкурентную карту (на примере данных гостиницы, турфирмы и др.), изучите сильные и слабые стороны туристской организации и оцените ее рыночную позицию, заполнив графы таблицы.

Параметры конкурентоспособности	Конкуренты					Туристская организация
	Фирма 1	Фирма 2	Фирма 3	...	Фирма n	
1	2	3	4	5	6	7

6. На основании результатов предыдущего задания разработайте комплекс мероприятий повышения конкурентоспособности туристской организации.

7. На основании Закона РФ «О страховании» разработайте программу профилактики рисков для конкретной туристской организации (гостиницы, турфирмы, транспортной компании и др.).

8. Раскройте содержание форм турбизнеса по предлагаемым признакам, чтобы заполнить предложенную таблицу.

Признаки	Индивидуальный турбизнес	Коллективный турбизнес
Сложность образования Способность мобилизации капитала Масштабы ответственности Налогообложение Другие		

9. Проведите сравнительный анализ индивидуальной и коллективной форм турбизнеса, выделите их преимущества и недостатки.

Тема 5. ОСНОВНОЙ И ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА

План занятия

1. Состав и структура основных средств в турбизнесе.
2. Показатели эффективности использования основных средств.
3. Пути совершенствования основных средств.
4. Состав, структура, нормирование и показатели эффективности использования оборотных средств в туризме.

Контрольные тесты

1. Основные средства – это часть имущества, используемого в качестве:
 - 1 – предметов труда;
 - 2 – средств труда;
 - 3 – рабочей силы.
2. В состав основных средств гостиницы включают:
 - 1 – здания и сооружения;
 - 2 – механизмы и оборудование;
 - 3 – измерительные приборы (весы);
 - 4 – вычислительную технику;
 - 5 – транспортные средства;
 - 6 – инструмент и хозяйственный инвентарь;
 - 7 – прочие основные фонды.
3. Денежная (или стоимостная) оценка основных средств необходима:
 - 1 – для определения их общего объема, динамики, структуры;
 - 2 – величины стоимости, переносимой на стоимость готовой продукции/услуг;
 - 3 – для расчетов экономической эффективности капитальных вложений
4. К нематериальным активам нельзя отнести:
 - 1 – ноу-хау;
 - 2 – торговая марка;
 - 3 – рента.
5. В состав основных средств туристского агентства можно отнести:
 - 1 – офисное помещение;

- 2 – автопарк, используемый в турах;
- 3 – труд экскурсовода.
- 6. Моральный износ определяется как:
 - 1 – потеря стоимости в результате снашивания оборудования;
 - 2 – устаревание оборудования;
 - 3 – потеря стоимости в результате НТП.
- 7. Первоначальная стоимость основных средств – это:
 - 1 – цена их приобретения, установки и монтажа;
 - 2 – цена оборудования по рыночным ценам на текущий момент времени;
 - 3 – цена оборудования по бухгалтерским документам на начало года.
- 8. Восстановительная стоимость основных средств определяется как произведение их первоначальной и:
 - 1 – индекса инфляции;
 - 2 – коэффициента переоценки;
 - 3 – коэффициент износа.
- 9. Срок полезного использования оборудования определяется:
 - 1 – по закону «О техническом регулировании»;
 - 2 – по техническому паспорту оборудования;
 - 3 – устанавливается предприятием после покупки оборудования.
- 10. Амортизация это:
 - 1 – перенесение стоимости средств труда на готовую продукцию;
 - 2 – процесс накопления денежных средств, предназначенных для компенсации стоимости изношенного оборудования;
 - 3 – а и б.
- 11. Денежное выражение амортизации заключается в:
 - 1 – амортизационных отчислениях;
 - 2 – амортизационном фонде;
 - 3 – амортизационных вложениях.
- 12. Лизинг в общем виде представляет собой:
 - 1 – куплю-продажу оборудования;
 - 2 – предоставление кредита;
 - 3 – отношения аренды.
- 13. Не существует следующей формы лизинга:
 - 1 – финансовой;
 - 2 – оперативной;
 - 3 – организационной.
- 14. Какое количество сторон обычно участвует в операциях по лизингу?
 - 1 – 1;
 - 2 – 2;
 - 3 – 3.
- 15. К отрицательным сторонам лизинга относят то, что:
 - 1 – выплаты по лизингу приходятся на себестоимость продукции;
 - 2 – он относительно дорог для лизингополучателя по сравнению с покупкой имущества в собственность за счет собственных средств;

3 – процедура по получению лизинга более сложная, нежели по договору кредитования.

16. Оборотные средства не включают в себя:

- 1 – оборотные производственные фонды;
- 2 – фонды накопления;
- 3 – фонды обращения.

17. Наиболее ликвидными являются средства:

- 1 – в виде запасов продукции на складе;
- 2 – краткосрочные финансовые вложения;
- 3 – дебиторская задолженность.

18. Скорость оборачиваемости оборотных средств зависит:

- 1 – исключительно от внутренних факторов;
- 2 – от внутренних и внешних факторов;
- 3 – от внешних факторов.

19. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств показывает:

- 1 – сколько раз за период обернулся оборотный капитал на предприятии;
- 2 – сколько времени потребовалось на один оборот;
- 3 – какая величина оборотного капитала приходится на каждую гривну выпускаемой продукции.

20. Для гостиничного предприятия оборотными не будут являться следующие средства:

- 1 – канцелярские товары;
- 2 – денежные средства, перечисляемые работникам в качестве заработной платы;
- 3 – чистящие средства.

21. К привлеченным средствам как источникам финансирования относят:

- 1 – задолженность по уплате налогов;
- 2 – краткосрочные кредиты;
- 3 – средства фонда накопления.

22. Включает ли цикл движения оборотного капитала следующие элементы?

- 1 – баланс денежных средств (кассовую наличность и средства на счетах в банке);
- 2 – кредиторскую задолженность;
- 3 – дебиторскую задолженность;
- 4 – запасы.

23. Входят ли в состав оборотных производственных фондов?

- 1 – предметы труда (сырье, расходные материалы, энергию, топливо, тару, запасные части и др.);
- 2 – средства труда (инструменты со сроком службы не более 12 месяцев, незавершенное производство/строительство, расходы будущих периодов).

24. Входят ли в состав оборотных средств?

- 1 – оборотные производственные фонды:

- предметы труда (сырье, расходные материалы, энергию, топливо, тару, запасные части и др.);
- средства труда (инструменты со сроком службы не более 12 месяцев, незавершенное производство/строительство, расходы будущих периодов).

2 – фонды обращения:

- средства предприятия, вложенные в запасы готовой продукции;
- средства в расчетах и денежные средства в кассе и на счетах.

25. Состоит ли кругооборот оборотных средств из следующих стадий?

- 1 – денежная стадия;
- 2 – производительная стадия;
- 3 – товарная стадия.

Задачи

1. Определите норму и сумму годовой амортизации автопарка туристского предприятия, если его первоначальная стоимость равна 1562 тыс. руб., а срок службы по техническому паспорту составляет 15 лет.

2. Первоначальная стоимость оргтехники, которой пользуется турфирма, равна 500 тыс. руб., а остаточная – 25 тыс. руб. Найдите сумму годовых амортизационных отчислений, если известно, что оборудование использовалось в течение 3 лет, и амортизация была прямолинейная.

3. Определите показатель фондоотдачи и фондоемкости, если известны следующие данные:

первоначальная стоимость основных средств на начало года – 9800 тыс. руб., в течение года вводилось и выбывало оборудование:

1 февраля ввели на сумму 840 тыс. руб.,

1 мая выбыло на сумму 170 тыс. руб.,

1 ноября ввели на сумму 255 тыс. руб.

Общий объем товарной продукции за год составил 3000 тыс. руб.

4. Сравните рентабельность двух предприятий, используя следующие данные:

Показатель	Предприятие	
	1	2
Объем производства, млн руб.	2	10
Фондоемкость, руб./руб.	0,5	0,15
Фонды обращения, млн руб.	0,25	3,75
Прибыль, млн руб.	0,06	1
Соотношение стоимости основных и оборотных средств	4	4

5. Деятельность туристского предприятия характеризуется следующими данными:

Показатели	Прошлый год (руб.)	Отчетный год (руб.)
Первоначальная стоимость основных средств	200 000	210 000
Стоимость поступивших основных средств	27 000	29 000
Стоимость выбывших основных средств	21 000	22 000
Стоимость основных средств на начало периода	180 000	186 000

Рассчитайте стоимость основных средств предприятия на конец прошлого года и отчетного года.

6. Стоимость поставки оборудования для гостиничного предприятия характеризуется следующими данными:

Показатели	Единица измерения
Стоимость оборудования у производителя (тыс. руб.)	350
Стоимость транспортировки оборудования (тыс. руб.)	15
Стоимость монтажа оборудования (тыс. руб.)	8

Рассчитайте первоначальную стоимость оборудования для постановки на балансовый учет предприятия.

7. Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными:

Вид основных средств	Первоначальная стоимость на начало года (тыс. руб.)	Прирост основных средств (тыс. руб.)	Срок ввода	Годовая норма амортизации (%)
Здания	9 800	230	апрель	5
Оборудование	570	160	июнь	20

Рассчитайте сумму амортизационных отчислений по гостинице на основе данных за отчетный период.

8. Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными:

Показатели	Единица измерения
Основные средства на конец года (тыс. руб.)	150
Степень износа основных средств (%)	10
Введены новые основные средства (тыс. руб.)	7

Определите коэффициенты:

- обновления;
- износа и годности средств на конец года.

9. Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными, тыс. руб.

Показатель	2014 год	2015 год
Объём продаж	5 280	5 710
Прибыль	2 035	2 180
Среднегодовая стоимость основных средств	2 820	2 980

Рассчитайте фондоотдачу, коэффициент и рентабельность использования основных средств. Выделите факторы, влияющие на повышение эффективности использования основных средств гостиничного предприятия.

10. Ресторан рассматривает вопрос о приобретении оборудования. Первый вариант – лизинг за 1600 тыс. руб. с рассрочкой платежа в течение четырех лет. Второй вариант – покупка на заводе-изготовителе за 4480 тыс. руб. Ставка налога на прибыль равна 20%. Предоплата и остаточная стоимость оборудования равны нулю. Можно получить кредит в банке 18% годовых. Используется равномерное начисление износа.

Определите, какой из вариантов является предпочтительным для ресторана.

11. Деятельность гостиничного предприятия в текущем году характеризуется следующими показателями:

Показатели	Ед. изм.
Планируемый объём гостиничных услуг (ночёвки в номерах)	29 200
Норма расхода туалетного мыла в день на номер (шт.)	2
Остаток на начало года	900
Нормативный запас на следующий год	1000

Рассчитайте потребность в туалетном мыле на предстоящий год.

12. Потребность гостиничного предприятия в расходных материалах (туалетное мыло) в отчётном году составила 58 300 (шт.). Определите эту потребность на следующий год, если коэффициент предоставляемых ночёвок составит 0,9 и коэффициент снижения норм расхода составит 0,95 от соответствующих показателей отчётного года.

13. На конец финансового года запасы ресторана равны 30 000 руб., а себестоимость реализованной продукции – 120 000 руб. Определите коэффициент оборачиваемости запасов.

14. Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными, тыс. руб.

Показатели	2013 год	2014год	Отклонение (+ -)
Объём продаж	483,6	578,7	+ 95,1
Валовая прибыль	51,9	63,5	+ 11,6
Среднегодовая стоимость основных средств	31,9	31,2	- 0,7
Среднегодовая стоимость оборотных средств	93,2	218,1	+ 124,9

На основе анализа общей рентабельности основных и оборотных средств за предыдущий и отчётный годы рассчитайте влияние на этот показатель стоимости основных средств, фондоотдачи, оборачиваемости оборотных средств и валовой прибыли.

15. Деятельность гостиничного предприятия в отчетном периоде характеризуется следующими показателями:

Показатели	2012 год	2013 год
Средняя цена за номер (руб.)	2 000	2 200
Объём продаж номеров за год (туродни)	58 400	58 150
Дебиторская задолженность (руб.)	445 000	430 000

Определите динамику оборачиваемости дебиторской задолженности гостиничного предприятия в днях.

16. Деятельность туристского предприятия характеризуется следующими данными:

Показатели	2013 год	2014 год
Объём продаж (тыс. руб.)	788,0	925,0
Прибыль (тыс. руб.)	11,7	13,2
Среднегодовая сумма оборотных средств (тыс. руб.)	36,8	38,8

Рассчитайте показатели эффективности использования оборотных средств. Определите абсолютную сумму высвобождённых или дополнительно привлечённых оборотных средств в результате изменения оборачиваемости, а также влияние изменения объёма продаж и среднегодовой суммы оборотных средств на оборачиваемость оборотных средств тур. предприятия.

17. Деятельность гостиничного предприятия в текущем году характеризуется следующими показателями:

Показатели	Ед. изм.
Планируемый объём гостиничных услуг (ночёвки в номерах)	29 200
Норма расхода туалетного мыла в день на номер (шт.)	2
Остаток на начало года	900
Нормативный запас на следующий год	1000

Рассчитайте потребность в туалетном мыле на предстоящий год.

18. Потребность гостиничного предприятия в расходных материалах (туалетное мыло) в отчётном году составила 58 300 (шт.). Определите эту потребность на следующий год, если коэффициент предоставляемых ночёвок составит 0,9 и коэффициент снижения норм расхода составит 0,95 от соответствующих показателей отчётного года.

19. На конец финансового года запасы ресторана равны 30 000 руб., а себестоимость реализованной продукции – 120 000 руб. Определите коэффициент оборачиваемости запасов.

20. Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными, тыс. руб.

Показатели	2013 год	2014 год	Отклонение (+ -)
Объём продаж	483,6	578,7	+ 95,1
Валовая прибыль	51,9	63,5	+ 11,6
Среднегодовая стоимость основных средств	31,9	31,2	- 0,7
Среднегодовая стоимость оборотных средств	93,2	218,1	+ 124,9

На основе анализа общей рентабельности основных и оборотных средств за предыдущий и отчётный годы рассчитайте влияние на этот показатель стоимости основных средств, фондоотдачи, оборачиваемости оборотных средств и валовой прибыли.

21. Деятельность гостиничного предприятия в отчетном периоде характеризуется следующими показателями:

Показатели	2013 год	2014 год
Средняя цена за номер (руб.)	2 000	2 200
Объём продаж номеров за год (туродни)	58 400	58 150
Дебиторская задолженность (руб.)	445 000	430 000

Определите динамику оборачиваемости дебиторской задолженности гостиничного предприятия в днях.

22. Проанализируйте эффективность использования капитала по туристскому предприятию. Рассчитайте рентабельность вложенного и собственного оборотного капитала.

Направления вложения капитала:

в основные средства – 138 млн руб.

в акции – 10 млн руб.

Ставка дивидендов по акциям – 130%.

Оборотные средства

собственные – 447 млн руб.,

заёмные – 232 млн руб.

Чистая прибыль – 190 млн руб.

23. Турфирма реализовала услуги в отчетном квартале на 400 тыс. руб. при средних остатках оборотных средств 100 тыс. руб. Определите ускорение оборачиваемости оборотных средств, если объем реализованных услуг возрастает на 13% при неизменной сумме оборотных средств

24. Деятельность туристского предприятия характеризуется следующими данными:

Показатели	20__ год	20__ год
Объём продаж (тыс.руб.)	788,0	925,0
Прибыль (тыс.руб.)	11,7	13,2
Среднегодовая сумма оборотных средств (тыс.руб.)	36,8	38,8

Рассчитайте показатели эффективности использования оборотных средств. Определите абсолютную сумму высвобождённых или дополнительно привлечённых оборотных средств в результате изменения оборачиваемости, а также влияние изменения объёма продаж и среднегодовой суммы оборотных средств на оборачиваемость оборотных средств тур. предприятия.

Тема 6. ЭКОНОМИКА ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИЗМА

План занятия

1. Сущность и особенности труда в туризме.
2. Понятие трудовых ресурсов туристского предприятия.
3. Кадровая политика на предприятиях туризма.
4. Формы и системы оплаты труда.

Контрольные тесты

1. Под кадрами туристского предприятия понимается:
 - 1- совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии и входящих в его учетный состав;
 - 2- основной (штатный, постоянный), квалифицированный состав работников предприятия или организации.
2. Показатель производительности труда – выработка рассчитывается:
 - 1- как количество продукции/услуг, произведенной в единицу рабочего времени;
 - 2- как количество продукции/услуг приходящейся на одного среднеучетного работника или рабочего за определенный период (час, смену, месяц, квартал, год).
3. Показатель трудоемкости:
 - 1- представляет собой затраты живого труда на производство единицы продукции/услуг;
 - 2- устанавливает прямую зависимость между объёмом производства и трудовыми затратами
4. Кто из перечисленных не относится к категории промышленно-производственного персонала?
 - 1- рабочие;
 - 2- профессионалы;
 - 3- работники столовой.
5. Что такое профессия?
 - 1- род трудовой деятельности, требующий специальной подготовки и являющийся источником существования;
 - 2- специальность, являющаяся источником существования;
 - 3- любая работа, которую может выполнять работник.
6. Какие физические лица являются рабочими?
 - 1- выполняющие любую работу;
 - 2- непосредственно занятые производством продуктов труда;
 - 3- руководители структурного подразделения.
7. Какие работники относятся к категории специалистов?
 - 1- преимущественно умственного труда, обеспечивающие управление производством продуктов труда;
 - 2- непосредственно занятые производством продукции;
 - 3- работники не промышленных хозяйств своего предприятия.

8. Какие из перечисленных должностей относятся к категории «руководитель»?

- 1- директор;
- 2- заместитель директора;
- 3- главные специалисты;
- 4- старшие инженеры;
- 5- начальники цехов.

9. Заработная плата - это:

1- совокупность материальных благ и услуг, полученных из общественных фондов потребления;

2- абсолютная сумма денежных средств, полученных работниками пропорционально количеству и качеству их труда;

3- денежное вознаграждение, которое по трудовому договору собственник выплачивает работнику за выполненную им работу.

10. Дополнительная заработная плата определяется в процентах от:

- 1- основной заработной платы;
- 2- премий;
- 3- суммы основной заработной платы и премий;
- 4- целевых расходов.

11. Размер премиальных доплат рабочим определяется в процентах от:

- 1- дополнительной заработной платы;
- 2- сумм основной и дополнительной заработной платы,
- 3- внутрифирменных расходов;
- 4- тарифной заработной платы.

12. Заработная плата регулируется:

- 1- уровнем квалификации работника;
- 2- значением отрасли;
- 3- сложностью работы;
- 4- вредностью производства;
- 5- национальными особенностями;
- 6- географическим положением предприятия.

13. Какая из основных форм заработной платы является экономически выгодной:

- 1- сдельная;
- 2- повременная;
- 3- сдельная или почасовая в зависимости от условий производства?

14. Рост какого показателя стимулирует заработная плата, являющаяся формой вознаграждения за труд?

- 1- производительность труда;
- 2- фондоотдачи;
- 3- материалоемкости.

15. Какие формы оплаты труда вы знаете?

- 1- сдельная;
- 2- повременная;
- 3- окладная;

4- аккордная.

16. Назовите основные элементы тарифной системы оплаты труда.

1- тарифные сетки;

2- тарифные ставки;

3- должностные инструкции;

4- тарифно-квалификационные справочники;

5- доплаты к тарифным ставкам.

17. Что такое сдельно-премиальная оплата труда?

1- заработок плюс премия;

2- заработок плюс повышенная премия;

3- заработок плюс пониженная премия.

18. Как определяется плановая величина фонда заработной платы?

1- произведением численности работающих на заработную плату одного работающего;

2- делением численности работающих на тарифную ставку одного работающего;

3- произведением тарифной ставки на тарифный коэффициент соответствующего разряда.

Задачи

1. Деятельность ресторана характеризуется следующими данными:

Показатель	Значение показателя
Запланированный объем продукции собственного производства (условные блюда)	2 700 000
Норма выработки на одного работника в день (условные блюда)	360
Эффективный фонд рабочего времени (дней) при пятидневной рабочей недели	225

Определите численность работников рабочих профессий (повара/официанты).

2. Деятельность турфирмы характеризуется следующими данными:

Показатели	Прошлый год	Отчётный год
Объём продаж (руб.)	54 000	58 700
Численность работников (чел.)	45	48

Определите, как изменилась выработка на одного работника на предприятии и темп прироста производительности труда.

3. Деятельность гостиницы характеризуется следующими данными:

Показатели	Значение показателя
Фонд заработной платы в месяц (тыс.руб.)	600
Количество руководителей (чел.)	2
Коэффициент трудового участия (КТУ)	1,1

Квалификационный коэффициент	4,5
Количество работников	150
Коэффициент трудового участия (КТУ)	1,0
Квалификационный коэффициент	1,0
Продолжительность рабочего дня/смены (час.)	8
Число рабочих дней в месяце (дней)	21
Плановые потери рабочего времени (%)	7

Определите размер ежемесячной оплаты труда для руководителей и работников предприятия.

4. Определите величину прироста объёма продаж за счёт повышения производительности труда и численности работающих турфирмы.

Показатель	Прошлый год	Отчётный год	Изменения (+ -)	Темп изменения
Объём продаж, тыс.руб.	540	587		
Численность работающих, чел.	15	18		

5. Проанализируйте влияние трудовых факторов на объём продаж в туристском комплексе:

Показатель	Прошлый год	Отчётный год	Изменения (+ -)	Темп изменения
Объём продаж, тыс. руб.	214	225		
Среднеучетная численность человек, чел.	23	20		
среднегодовая выработка одного работника				
Отработано чел.-дней в среднем одним работником	264	275		

6. Определите относительную экономию численности работающих и фонда оплаты труда за счёт сокращения потерь рабочего времени по временной нетрудоспособности в связи с улучшением условий труда. В автопарке туристского комплекса, имеющего в своей структуре блок питания, планируется с 1-го октября осуществить ряд мероприятий по улучшению условий труда и охране здоровья, что позволит сократить потери рабочего времени по временной нетрудоспособности в среднем с 14 до 8%. Общая численность работающих – 20 человек. Средняя заработная плата на одного работающего 12500 руб.

7. Имеются следующие данные о численности и движении персонала по туристско-экскурсионному комплексу «Крым» за год.

Численность персонала на 1 января отчётного года (чел)	50
Уволено за год всего	8
Принято	10
Из них уволено	2
Из общего числа уволенных выбыло по причинам текучести	4
Переведено в другие категории персонала	1

Определите:

1. среднеучетную численность персонала за год;
2. коэффициент постоянства кадров;
3. коэффициент оборота по приёму, выбытию, текучести.

Проанализируйте причины текучести кадров. Разработайте рекомендации, способствующие снижению коэффициента текучести кадров турпредприятия.

8. На основе следующих данных рассчитайте показатели движения кадров:

Показатель	Прошлый год	Отчётный год	Отклонения человек
Среднеучетная численность	108	105	
Принято работников	4	6	
Уволено	3	4	
В том числе			
за нарушение трудовой дисциплины	1	1	
По собственному желанию	2	3	

9. Произведите расчёт показателей по труду и заработной плате и определите влияние основных факторов (изменение объёма продаж, производительности труда и средней заработной платы) на фонд оплаты труда в отчетном году:

Показатель	Прошлый год	Отчётный год	Изменения
Объём продаж, тыс. руб.	439	580	
Среднеучетная численность работников, чел.	28	26	
Средний объём продаж на одного работника, тыс. руб.			
Фонд оплаты труда, тыс. руб.	90,2	86,7	
В том числе переменная часть	3,8	5,1	
Фонд оплаты труда, в % к объёму			
Средняя заработная плата на одного работника			
В том числе удельный вес переменной части ФОТ			

10. Определить заработную плату работника турфирмы, который в течение месяца 5 дней находился на больничном. Его месячная тарифная ставка составляет 12300 руб. За основу взять фонд времени текущего месяца. Предприятие работает 5 дней в неделю.

Тема 7. ИЗДЕРЖКИ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИЗМА

План занятия

1. Общая характеристика затрат предприятия туризма
2. Номенклатура калькуляционных статей турпродукта.
3. Дифференциация издержек и пути снижения затрат на производство и реализацию туруслуг.
4. Методы ценообразования и факторы, влияющие на уровень цен в туризме.

Контрольные тесты:

1. Что представляет собой себестоимость, или издержки производства турпродукта?
 - 1- расходы, непосредственно связанные с производством турпродукта;
 - 2- затраты на подготовку производства турпродукта;
 - 3- суммарные затраты на производство и реализацию турпродукта, выраженные в денежной форме;
 - 4- затраты, связанные с совершенствованием турпродукта, повышением квалификации работников.
2. Как подразделяются затраты по отношению к объему производства туруслуг?
 - 1- производственные и непроизводственные;
 - 2- прямые и косвенные;
 - 3- переменные и постоянные;
 - 4- текущие и единовременные.
3. Как подразделяются затраты по способу отнесения на себестоимость турпродукта?
 - 1- производственные и непроизводственные;
 - 2- прямые и косвенные;
 - 3- переменные и постоянные;
 - 4- текущие и единовременные.
4. Какие затраты всегда изменяются в расчете на единицу туруслуги при изменении объема производства?
 - 1- постоянные;
 - 2- переменные.
5. Включает ли процесс калькулирования себестоимости продукции/ услуг следующие действия?
 - 1- разграничение затрат на производство основной и вспомогательной продукции и услуг;
 - 2- распределение затрат между видами продукции и услуг;
 - 3- определение суммы расходов, относящихся к готовой продукции и незавершенного производства;
 - 4- оценку отходов производства;
 - 5- расчет себестоимости единицы продукции/услуг.

6. Являются ли объектами калькулирования в гостинице?

- 1- гостиничный номер;
- 2- единица услуги;
- 3- блюдо, напиток;
- 4- предоставление помещения для деловых встреч, выставок, банкетов

и т.п.

7. Предусматривает ли нормативный метод учета затрат и калькулирования себестоимости продукции/услуг?

- 1- составление нормативной (плановой) калькуляции по действующим на начало календарного периода нормам;
- 2- выявление в течение производственного цикла отклонений от этих норм и нормативов.

8. Выполняет ли цена следующие основные функции в экономике?

- 1- функцию учета затрат при производстве товаров и услуг;
- 2- стимулирующую функцию. Более высокая цена увеличивает заинтересованность в производственном процессе;
- 3- распределительную функцию цены способствует организации сбыта товаров и услуг предприятия.
- 4- функцию рационального распределения размещения производства товаров и услуг на рынке;
- 5- функцию сбалансирования спроса и предложения. Чем выше спрос, тем выше цена, и наоборот.

9. Является ли цена?

- 1- индикатором рынка, отражающим весь комплекс ценообразующих факторов, их зарождение, развитие, взаимодействие;
- 2- маркетинговым регулятором рынка, с помощью которого осуществляется воздействие на поведение субъектов и факторы рынка.

10. Являются ли основными целями ценовой политики предприятия?

- 1- обеспечение выживаемости;
- 2- максимизация прибыли;
- 3- удержание рынка.

11. Под влиянием каких факторов формируется рыночная цена?

- 1- спроса и предложения;
- 2- издержек производства;
- 3- цен конкурентов и др.

12. Какими способами может государство воздействовать на цены.

- 1- прямыми способами – это установление определенного порядка ценообразования;
- 2- косвенными способами, направленными на изменение конъюнктуры рынка, создание определенного положения в области финансов, валютных, налоговых операций, оплаты труда.

13. Включает ли структура цены на услуги туризма следующие составляющие?

- 1- цена наземного обслуживания;
- 2- цена транспортных услуг;

3- постоянные и переменные издержки туроператора;
4- косвенные налоги по отдельным видам услуг (налог на добавленную стоимость, акцизы и др.).

5- прибыль;

6- торговая скидка по отдельным видам услуг;

7- комиссионное вознаграждение в пользу турагента.

14. Обусловлено ли влияние следующих причин на формирование цен туристского продукта?

1- потребление туристского продукта происходит в свободное время, которое имеет для туриста (для потребителя турпродукта) самостоятельную ценность и которого у него не так уж много;

2- между моментом продажи туристского продукта и актом его потребления имеется значительный разрыв во времени;

3- цена на туристский продукт складывается из цен на различные виды услуг, а также расходов турфирмы и прибыли за оказание посреднических услуг.

15. Включает ли практика туристского бизнеса следующие виды комиссионных вознаграждений посредникам?

1- комиссия для туроператоров, которые разрабатывают программы и реализуют их самостоятельно или через посредника (комиссия для оптовиков);

2- розничная комиссия выплачивается турагентам, которые перепродают программы туроператорам или сами бронируют гостиничные номера;

3- комиссия для других организаций, которые выступают в качестве посредников между турагентом, туристом (клиентом) и гостиницей.

16. В зависимости от вида комиссии различаются ли цены на «брутто» и «нетто» в туризме?

1- цена «брутто» - цена до вычета комиссии;

2- цена «нетто» - цена за вычетом розничной комиссии.

17. Исходит ли туроператор при заключении договора с турагентами на реализацию своих туров из следующих позиций?

1- туроператор продает турагенту туристский пакет по цене, которую он должен получить с турагента. В этом случае турагент делает надбавку в свою пользу на цену туроператора. Туроператор не вмешивается в размер установления этой надбавки;

2- в условиях конкуренции на туристском рынке в целях полной продажи турпакетов и для сохранения своего имиджа туроператор предоставляет турагенту турпакет для реализации по твердо фиксированной цене. В этом случае турагент получает комиссионное вознаграждение в форме скидки со стоимости турпакета.

18. Имеют ли практическое значение следующие особенности ценообразования на турфирме?

1- цены на определенные виды услуг туризма (экскурсии, фотоуслуги и т.п.) могут не входить в стоимость турпакета. Они оплачиваются каждым туристом в отдельности в соответствии с его вкусами, интересами и запросами;

2- цена тура на одного человека зависит от количества туродней. Чем продолжительнее тур, тем при прочих равных условиях дороже он будет стоить;

3- цена тура на одного человека зависит от вида тура: индивидуальный или групповой. Цена индивидуального тура при прочих равных условиях выше, чем цена группового тура в расчете на одного человека;

4- при групповом туре цена тура на одного человека зависит от численности туристов в группе. Чем больше численность группы, тем ниже стоимость тура в расчете на одного человека;

5- цена тура зависит от возрастного состава туристов, так как на многие услуги туризма (проживание в гостинице, экскурсии) детям и школьникам предоставляются скидки с цены. Обычно детям до 7 лет - скидка 50%, школьникам - 40%.

19. Что входит в структуру цены?

1- себестоимость (издержки производства);

2- косвенные налоги;

3- прибыль;

4- рентабельность.

Задачи

1. Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными: совокупные затраты равны 1 000 тыс. руб., число проданных ночевочек — 500. Определить средние затраты на единицу проданной продукции (номеров).

2. Рассматривается вопрос об открытии ресторана в одном из трех районов города: А, В, С. Исследование показало, что постоянные затраты (за год) в этих районах города равны 200 000, 500 000 и 800 000 руб. соответственно, а переменные затраты – 65, 45 и 30 руб. за единицу продукции соответственно. Ожидаемый годовой объем обслуживания - 50 000 чел. Определим место строительства с учетом полных затрат.

3. Туристская фирма в г. Севастополь заключила выгодный для нее контракт с иностранным партнером в Болгарии на обслуживание детских групп (2 недели) в летний период. Стоимость обслуживания в Болгарии одного человека (питание, проживание, экскурсионная программа) – 195 дол.

При количестве детей в группе 40 человек болгарская сторона принимает на бесплатное обслуживание двух руководителей.

Рассчитайте стоимость одной путевки пребывания в Болгарии:

Исходные данные	дол.
Необходимое количество преподавателей – воспитателей на группу 40 человек, чел.	3
Аренда автобуса	20
Страховка на одного человека	5
Оплата проезда по автобану и платные стоянки	10
Таможенные расходы	30
Затраты, связанные с оформлением документов для выезда за границу	10
Командировочные расходы на преподавателя	50

Зарботная плата специалиста	50
Прочие расходы на одного человека	5
Рентабельность тура, %	40

В расчетах используйте установленный курс доллара на момент решения задачи.

4. Рассчитайте затраты турфирмы по обслуживанию группы (одного туриста), имея в виду, что маршрут 2-дневный, детский с ночевкой в г. Севастополь:

Исходные данные	руб.
Группа, чел.	12
Руководитель, чел.	1
Водитель, чел.	1
Аренда автобуса	1500
Обслуживание в г. Севастополь	
В том числе:	
Проживание	2000
Питание	1000
Экскурсионная программа	1500

5. Рассчитайте стоимость тура на одного человека:

Исходные данные

Группа: 40 чел. + 1 руководитель группы + 2 водителя, причем 2 туриста обслуживаются партнером бесплатно.

Маршрут: Севастополь – Венгрия.

Длительность тура – 10 дней (9 ночей).

Стоимость 1 туродня – 150 дол.

Аренда автобуса с учетом страховки – 1800 дол. + командировочные водителям – 20 дол.

Страховка каждого туриста – 5 дол.

Разработкой и реализацией программы тура занимаются 2 специалиста с месячной оплатой труда 500 дол.

Аренда помещения турфирмы – 200 дол. в месяц.

Затраты по рекламе – 800 дол.

В расчетах используйте курс доллара, установленный на момент решения задачи.

6. Разработайте программу экскурсионного тура «По столицам Европейских государств» и рассчитайте его стоимость, исходя из требований заказчика, предъявляемых к туру:

Продолжительность экскурсии – 12 дней.

Отправление из Симферополя.

Количество туристов – 20 человек. Состав группы: взрослые, дети. Руководитель группы – 1.

Средство передвижения – автобус типа «Неоплан», аренда.

Программой должно быть предусмотрено посещение следующих городов: Варшава (с ночевкой), Берлин (две ночевки), Люксембург (без ночевки), Париж (3 ночевки), Вена (3 ночевки).

Рентабельность тура – 25%.

Для расчета полной стоимости тура введите необходимые данные, используя существующие ставки налогов, тарифы заработной платы, курс доллара.

7. Туристская фирма «А» имеет определенный опыт работы на рынке. Довольно устойчивое ее финансовое положение, а также специфика работы, заключающаяся в организации экскурсионных туров по Европейским странам, заставили руководство задуматься о приобретении собственного автобуса. Изучив все возможные варианты, было принято решение о реализации идеи посредством лизинга. Был приобретен комфортабельный автобус «Ивеко». Тогда у туристской фирмы «А» и возникли новые проблемы, связанные с его эксплуатацией и эффективным использованием, так как лизинг был рассчитан на 3,5 года.

Представьте себя в роли руководителя турфирмы. Как и каким образом вы организуете это дело, т.е. каким службам и какие распоряжения будут вами отданы? Составьте маркетинговое предложение по использованию автобуса. Рассчитайте тариф стоимости автобуса в случае эксплуатации его самостоятельно и отпускную цену в случае сдачи в аренду. Какими нормативными документами в данном случае необходимо пользоваться? Программа загрузки и эксплуатации автобуса должна быть составлена и обоснована экономическими расчетами таким образом, чтобы в течение 3,5 лет он себя окупил, фирма вернула долг лизингодателю и получила прибыль порядка 35–50 %.

8. Туристское предприятие "Дортур" специализируется на продаже туров – отдых в Болгарии (авиа перелет). Одновременно оно является монополистом в определении цены авиа билетов и квоты их продажи туристским фирмам, выступающим в данном случае в качестве тур-агентов. В данной ситуации ясно, что условия будет диктовать ТП "Дортур". Тем не менее, какие условия и аргументы вы можете выдвинуть с целью получения максимально допустимых низких цен? Зная окончательную цену на авиа перелет по маршруту Симферополь–Бургас (за основу возьмите цену летнего сезона), рассчитайте стоимость путевки на одного взрослого и на семью из четырех человек, двое – дети несовершеннолетнего возраста. В расчете руководствуйтесь нормативными документами, используйте ставки налогов, пошлин, страховки, существующие на момент решения задачи.

9. Взаимоотношения туристских фирм России с зарубежными партнерами регулируются контрактами. Контракт – юридический документ, в котором отношения участников по взаимным обязательствам в международной сделке надлежаще составлены, закреплены и оформлены. В любом контракте на туристские услуги отражены необходимые атрибуты, часть из которых являются существенными и без их наличия он может быть признан недействительным. Таковыми являются разделы ценообразования, условия предоставления скидок и наценок, порядок взаиморасчетов и платежей.

Изучите международный опыт составления вышеобозначенных разделов на примере работы 3–5 туристских фирм на основе обзора и составьте свой вариант, выбрав предварительно условного партнера в условной стране.

10. Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными:

Показатель	млн. руб.
Затраты постоянные за год	7,0
Затраты переменные за год	3,0
Норма прибыли в %	20,0
Количество номеров	100

Рассчитайте продажную цену за стандартный номер при условии, что точка безубыточности гостиницы достигается при коммерческой загрузке номеров в 80%.

Определите продажные цены на все категории номеров в гостинице, исходя из планируемой разницы в цене:

- номер «студия» – надбавка 50%;
- номер «люкс» – надбавка 100%;
- номер апартамент – надбавка 200%.

Тема 8. ДОХОДЫ И УРОВЕНЬ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

План занятия:

1. Источники формирования дохода туристского предприятия.
2. Валовый доход и валовая прибыль турпредприятия.
3. Управление прибылью и рентабельностью на турпредприятии.

Контрольные тесты

1. Прибыль как экономическая категория отражает:
 - 1- заработную плату работников, величина которой определяется необходимостью воспроизводства рабочей силы;
 - 2- доход, рассчитанный на основе объема реализованной продукции/услуг, исходя из действующих цен, налогов и скидок;
 - 3- сумму прибылей и убытков от реализации продукции/услуг, не связанных с их производством и реализацией;
 - 4- финансовый результат деятельности предприятия и является основным элементом финансовых ресурсов предприятия.
2. Прибыль является показателем:
 - 1- экономического эффекта;
 - 2- экономической эффективности;
 - 3- рентабельности производства;
 - 4- доходности бизнеса.
3. Входят ли в состав основных факторов, влияющих на прибыль турпредприятия такие показатели, как?
 - 1- цены на гостиничные номера;
 - 2- доходы номерного фонда;

- 3- цены в меню предприятий общественного питания;
 - 4- доходы предприятий общественного питания;
 - 5- расходы на основную заработную плату;
 - 6- расходы по дополнительной оплате труда (премии и переработки);
 - 7- расходы на рекламу;
 - 8- стоимость продовольственного сырья и напитков и т.д.
4. Как определить величину фактической прибыли турфирмы?
- 1- разница между активами и пассивами баланса;
 - 2- разница между доходами и издержками отчетного периода.
5. Каким отношением можно определить рентабельность турпродукта?
- 1- выручка от реализации к материальным затратам;
 - 2- абсолютная величина прибыли к себестоимости;
 - 3- прибыль к материальным затратам;
 - 4- прибыль к фонду оплаты труда.
6. Порог рентабельности отражает:
- 1- чистый доход предприятия в денежной форме, необходимый для расширенного воспроизводства;
 - 2- сумму выручки от реализации, при которой предприятие не имеет ни убытков, ни прибылей;
 - 3- минимально необходимую сумму выручки для возмещения постоянных затрат на производство и реализацию продукции/услуг;
 - 4- величину отношения полученной прибыли к затратам на производство;
 - 5- отношение прибыли от реализации к выручке от реализации без налогов.
7. Ответьте, верны ли следующие утверждения:
- 1- получение денежной выручки от реализации туристских услуг означает получение прибыли (да, нет);
 - 2- при затратах, превышающих выручку, туристская организация получает прибыль (да, нет).
8. Валовая прибыль – это:
- 1- чистая прибыль минус налоговые платежи;
 - 2- валовой доход (выручка от реализации) минус валовые затраты;
 - 3- валовой доход (выручка от реализации) плюс валовые затраты.
9. Чистая прибыль – это:
- 1- валовая прибыль минус налоговые платежи;
 - 2- сметная стоимость минус сметная себестоимость;
 - 3- валовой доход (выручка) плюс валовые затраты.
10. Фонд накопления, образуемый за счет прибыли, используется:
- 1- на развитие бизнеса;
 - 2- на финансирование социальных нужд туристской организации;
 - 3- на оказание материальной помощи сотрудникам организации;
 - 4- на покрытие балансовых убытков.
11. Фонд потребления, образуемый за счет прибыли, используется:
- 1- на развитие бизнеса;

- 2- на финансирование социальных нужд предприятия;
 - 3- на покрытие непредвиденных потерь.
12. Резервный фонд, образуемый за счет прибыли, используется:
- 1- на развитие бизнеса;
 - 2- на финансирование социальных нужд предприятия;
 - 3- на покрытие непредвиденных потерь.
13. Рентабельность – это сопоставление:
- 1- прибыли и затрат, обеспечивающих эту прибыль;
 - 2- убытка и затрат, обеспечивающих этот убыток;
 - 3- прибыли и убытка.
14. Повысить рентабельность туристского бизнеса можно посредством:
- 1- перерасхода затрат на заработную плату;
 - 2- экономии текущих затрат;
 - 3- увеличения складских запасов.
15. Ответьте, верны ли следующие утверждения:
- 1- налог - это обязательный взнос в бюджет соответствующего уровня, осуществляемый в порядке и на условиях, определяемых плательщиком (да, нет);
 - 2- налоговые ставки определяются законом и могут пересматриваться правительством (да, нет);
 - 3- налоговые льготы должны быть «адресными» и действовать автоматически (да, нет).

Задачи

1. Рентабельность реализованных услуг по валовой прибыли составила за квартал 19%. Чистая прибыль 970 тыс. руб. При этом известно, что предприятие уплатило штрафов за квартал 80 тыс. руб., в том числе 50 тыс. руб. за нарушение условий выполнения хозяйственных договоров и 30 тыс. руб. за превышение сбросов отравляющих веществ в море. Материальные затраты в составе отчетной себестоимости услуг составили 37%.

Определите: 1. выручку от реализации продукции за квартал; 2. себестоимость продукции; 3. валовую прибыль, налогооблагаемую прибыль и прибыль, оставшуюся в распоряжении предприятия; 4. НДС, уплачиваемый предприятием в бюджет.

2. Определить порог рентабельности для туристического предприятия «Альфа-тур».

Показатель	Сумма, тыс. руб.	В процентном или относительном выражении
Выручка от реализации	55 000	100 %, или 1
Переменные затраты	46 500	84,5 %, или 0,85
Валовая маржа	8500	15 %, или 0,15
Постоянные затраты	7480	
Прибыль	1020	

3. В результате реализации услуг туристская фирма получила выручку в размере 100 тыс. руб., при этом затраты составили 80 тыс.руб. Определите чистую прибыль и рентабельность турфирмы, если известно, что налоговые платежи составляют 24% валовой прибыли.

4. Чистая прибыль туристской организации составила 100 тыс. руб., отчисления в фонд накопления равны 25% чистой прибыли, норматив отчислений в фонд потребления равен 50% фонда накопления, норматив отчислений в резервный фонд – 6% чистой прибыли. Определите размер отчислений от чистой прибыли в каждый из фондов и общую сумму отчислений, а также размер нераспределенной прибыли.

5. Турфирма оказывает одну услугу. Средние переменные издержки на ее производство и реализацию составляют 190 руб. Цена единицы туруслуги равна 1120 руб. Постоянные издержки составляют 30 тыс.руб.

Рассчитайте, какую прибыль получит турфирма при реализации 1 тыс., 3 тыс. и 5 тыс. единиц этой услуги.

6. Турфирма производит и реализует одну услугу. Ее деятельность характеризуется следующими показателями:

Показатели	руб.
Цена единицы услуги	600
Переменные издержки на единицу этой услуги (руб.), в т.ч.	480
сырье, топливо и другие предметы труда	200
заработная плата	160
переменные производственные накладные расходы	80
переменные сбытовые накладные расходы	40
Постоянные издержки	136

Определить, сколько единиц услуги должна реализовать фирма, чтобы обеспечить получение прибыли в размере 32 тыс. руб.

7. Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными, усл. единицы:

Показатель	Услуги	
	Номера	Ресторан
Объем продаж (единиц услуг)	6 000	4 000
Цена реализации единицы услуги	520	900
Переменные издержки на единицу услуги, в т.ч.	440	770
сырье и другие предметы труда	200	350
заработная плата	140	200
переменные производственные накладные расходы	50	100
переменные сбытовые накладные расходы	50	120
Постоянные издержки	900	
административные	180	
производственные	500	
сбытовые	220	

Рассчитайте:

а) размер прибыли, получаемой гостиницей за месяц;

б) среднюю величину покрытия для каждой услуги;

в) коэффициент покрытия для каждой услуги;

г) размер прибыли, которую получит гостиница, если расширит продажу номеров до 7 000 единиц, а ресторана до 4 500 единиц.

8. Ресторан планирует обслужить 10 тыс. чел. Средние переменные издержки на один счет клиента составляют 150 руб., постоянные издержки - 2 500 тыс. руб. Ресторан планирует получить прибыль в размере 500 тыс. руб. Какова должна быть средняя сумма счета?

9. Турфирма оказывает одну услугу. Ее деятельность характеризуется следующими данными:

Показатели	(тыс. руб.)
выручка от реализации	150
переменные издержки	100
постоянные издержки	40
прибыль	10

Определить пороговую выручку.

10. Турфирма оказывает два типа услуг: А и Б. Ее деятельность характеризуется следующими данными (тыс. руб.):

Показатель	Услуга А	Услуга Б	Всего
Выручка	910	740	1650
Переменные издержки	700	680	1380
Постоянные издержки			230
Прибыль			40

Оцените положение турфирмы, рассчитав пороговую выручку и запас прочности.

11. Фирма оказывает один вид услуг. Имеются следующие исходные данные: постоянные издержки - 300 тыс. руб.; цена единицы услуги - 600 руб.; средние переменные издержки - 450 руб.

Определить: а) пороговую выручку (критический объем продаж); б) объем продаж, обеспечивающий прибыль фирмы в размере 150 тыс. руб.

12. Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными, руб.

Показатели	Значение
Выручка от реализации номеров	386 000
Переменные затраты	251 000
Постоянные затраты	100 000 .
Прибыль	35 000
Цена за номер	1386
Средние переменны затраты на один номер	251
Объём реализации, номеров	1000

Определите пороговый (критический) объем реализации, порог рентабельности, запас финансовой прочности и маржу безопасности.

13. В первом квартале гостиничное предприятие реализовало 15 000 ночевков по цене 3000 руб. за номер. При этом удельные переменные затраты составили 2000 руб. за номер, а постоянные на квартал – 900 000 руб. Определите величину чистой прибыли в первом квартале, силу производственного рычага и экономическую рентабельность.

14. Деятельность ресторана характеризуется следующими данными: выручка от реализации услуг составляет 400 тыс. руб.; переменные затраты — 250 тыс. руб.; постоянные затраты — 100 тыс. руб.

Определите валовую маржу, операционный (производственный) рычаг и как изменится прибыль при изменении объема реализации.

15. Небольшая гостиница предоставила ночевков в январе 1200 ноч./ ном., в феврале — 1900 ноч./ ном., в марте — 1800 ноч./ ном. Цена одного номера составляет 1700 руб. Себестоимость одного номера составляла: в январе — 550 руб., в феврале — 570руб., в марте — 520руб.

Сравните рентабельность продукции, выпущенной за три месяца.

16. Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными:

Показатели	Значение
Цена на номер в сутки, руб	1300,0
Объём реализации номеров (ночёвок) за год	29 200
Выручка от реализации (млн. руб.)	8,8
Издержки производства (млн. руб.)	6,3
Капитальные вложения (млн. руб.)	12,9

Определите прибыль, рентабельность единицы продукции, рентабельность инвестиций, рентабельность на вложенный капитал.

Тема 9. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА

План занятия

1. Основные показатели эффективности функционирования предприятий туризма.
2. Абсолютная экономическая эффективность турбизнеса.
3. Финансовая устойчивость и деловая активность предприятий туризма.
4. Особенности формирования туристской ренты.

Контрольные тесты

1. Показатель экономической эффективности функционирования турпредприятия определяется как:

1- отношение полученного результата к затратам, необходимым для достижения этого результата;

2- отношение полученного результата к доходам;

- 3- отношение полученного результата к выручке от реализации.
2. В зависимости от целей анализа показатели эффективности делятся на:
 - 1- внутренние/внешние;
 - 2- глобальные/ локальные;
 - 3- положительные/отрицательные.
3. Трудоемкость туристских услуг определяется отношением
 - 1- количества труда, затраченного в сфере туризма, к общему объему произведенных туруслуг;
 - 2- объема производства туруслуг к количеству труда;
 - 3- выручки от реализации к объему производства.
4. Материалоемкость турпродукта определяется отношением
 - 1- общих объемов материальных затрат к чистой прибыли;
 - 2- общих объемов материальных затрат на производство турпродукта в стоимостном выражении к общему количеству произведенных туруслуг;
 - 3- общего количества произведенных услуг к объему материальных затрат.
5. Капиталоемкость турпродукта определяется отношением
 - 1- общих объемов капитальных вложений к объему произведенных услуг;
 - 2- общего объема затрат к объему произведенных услуг;
 - 3- объема произведенных услуг к затратам.
6. К абсолютным показателям эффективности деятельности турпредприятия относят:
 - 1- показатели рентабельности;
 - 2- показатели прибыли (в денежном эквиваленте);
 - 3- показатели оборачиваемости.
7. К относительным показателям эффективности деятельности тур. предприятия относят:
 - 1- показатели прибыли;
 - 2- показатели оборачиваемости;
 - 3- показатели рентабельности (исчисляются в процентах).
8. К специфическим показателям оценки эффективности деятельности предприятия туризма не относятся:
 - 1- коэффициент заповняемости гостиницы;
 - 2- показатель загрузки;
 - 3- время реализации одного гостиничного номера.
9. Важнейшими показателями оценки эффективности деятельности туризма на макроуровне являются:
 - 1- развитость инфраструктуры туризма;
 - 2- количество туристов (внутренних, иностранных, выехавших за границу);
 - 3- доходы от предоставленных туристских услуг;
 - 4- туристский баланс въездного/выездного туризма и его воздействие на платёжный баланс страны;
 - 5- число рабочих мест;

6- доходы государственного бюджета, относящиеся к туризму и другим экономическим выгодам.

10. Важнейшими показателями оценки эффективности деятельности туризма на микроуровне являются:

- 1- объем обслуживания туристов;
- 2- объем обслуживания;
- 3- объем обслуживания экскурсантов;
- 4- выручка от реализации туристского продукта;
- 5- прибыль;
- 6- рентабельность.

11. Финансовая устойчивость – это:

- 1- состояние счетов предприятия, гарантирующее его постоянную платежеспособность;
- 2- показатель высокой конкурентоспособности предприятия;
- 3- стабильное состояние предприятия.

12. К коэффициентам платежеспособности относятся:

- 1- коэффициент текущей ликвидности;
- 2- коэффициент собственности;
- 3- коэффициент оборачиваемости.

13. Коэффициент оборачиваемости относится к группе

- 1 - показатели деловой активности;
- 2 - показатели платежеспособности;
- 3 - показатели финансовой устойчивости.

14. Туристская рента – это

- 1- форма аренды;
- 2- факторный доход использования туристских ресурсов;
- 3- показатель финансовой устойчивости.

15. Непосредственные участники рынка туристских услуг – как продавец (туристская организация), так и покупатели (туристы, путешественники) – сталкиваются с так называемыми внешними эффектами. Они называются:

- 1- трансакции
- 2- экстерналии
- 3- интерналии.

16. Процесс анализа и оценки эффективности туристского бизнеса состоит из трех этапов. Расставьте правильный порядок действий

- 1- определение эффективности использования отдельных видов мощностей и ресурсов на основе расчета и анализа частных показателей;
- 2- оценка общего уровня эффективности на основе расчета и анализа показателей общей экономической эффективности;
- 3- оценка эффективности деятельности туристской организации в динамике и сопоставление результативности бизнеса организации с успехами конкурентов.

17. Эффективность производства обеспечивается за счет:

- 1- оптимизации затрат на производство;
- 2- минимизации затрат на производство;

- 3- максимизации затрат;
 - 4- правильные все ответы.
18. Назовите виды рентабельности:
- 1- рентабельность производства;
 - 2- чистая рентабельность;
 - 3- расчетная рентабельность;
 - 4- балансовая рентабельность;
 - 5- общая рентабельность;
 - 6- рентабельность изделия.
19. Укажите правильный ответ:
- 1- уровень рентабельности зависит от величины прибыли
 - 2- прямо пропорционально;
 - 3- уровень рентабельности зависит от величины прибыли
 - 4- обратно пропорционально;
 - 5- уровень рентабельности не зависит от величины прибыли.
 - 6- уровень рентабельности зависит от величины прибыли
 - 7- обратно пропорционально;
 - 8- уровень рентабельности не зависит от величины прибыли.
20. Взаимодействие между уровнем рентабельности продукции и величиной ее себестоимости:
- 1- прямой;
 - 2- обратный;
 - 3- взаимосвязи нет.
21. Взаимосвязь между уровнем рентабельности производства и стоимостью основных средств являются:
- 1- прямой;
 - 2- обратный;
 - 3- взаимосвязи нет.

Задачи

1. На основе отчетности турпредприятия за предыдущий год проведите анализ и дайте оценку финансового состояния предприятия. Разработайте и предложите комплекс мероприятий по укреплению финансового положения предприятия.

С целью решения задачи необходимо провести анализ:

- объема и структуры имущества предприятия;
- источников формирования имущества;
- эффективности использования активов и финансовых ресурсов предприятия;
- обеспеченности собственными оборотными средствами;
- платежеспособности предприятия;
- рентабельности хозяйственной деятельности.

2. Предпринимателем планируется продажа плакатов для туристов по 35 руб. за штуку. Оптовая цена одного плаката – 20 руб. Аренда торгового киоска определена стоимостью в 1700 руб. в неделю.

Произведите соответствующие расчеты и ответьте на вопросы:

1. Каков порог рентабельности?
 2. Каким станет порог рентабельности при увеличении аренды торгового киоска до 2100 руб.?
 3. Каким будет порог рентабельности при увеличении цены реализации плаката за штуку с 35 руб. до 43 руб.?
 4. Каким будет порог рентабельности, если увеличится закупочная цена с 20 руб. до 23 руб. за штуку?
 5. Какое количество плакатов необходимо продать для получения прибыли в сумме 4900 руб. в неделю?
 6. Какую прибыль можно ожидать при различных уровнях продаж?
 7. Каков запас финансовой прочности имеет бизнес предпринимателя при сумме прибыли 4900 руб. в неделю?
 8. Изучив спрос на другой вид плакатов, предприниматель решил продолжать продавать обычные плакаты в количестве 400 шт. при закупочной цене (оптом) – 20 руб., цене реализации – 35 руб. и новые плакаты – в количестве 500 шт. при закупочной цене – 28 руб., цене реализации – 40 руб. Чему будет равен порог рентабельности каждого из видов плакатов и общий порог рентабельности всего предприятия?
 9. Что больше способствует снижению порога рентабельности и повышению запаса финансовой прочности: торговля одним видом плакатов или двумя?
3. Определите, при каком объеме выпуска туристского продукта предприятие достигнет состояния безубыточности:

Исходные данные:

Оптимальная цена на рынке, руб.	2500
План продаж в расчете на год, путевок	1000
Переменные затраты в цене, %	60
Общая величина постоянных расходов, руб.	15 000

4. Определите запас финансовой устойчивости туристского предприятия:

Выручка от реализации, тыс. руб.	700
Переменные затраты, тыс. руб.	490
Постоянные затраты, тыс. руб.	110

5. Дайте оценку состава и структуры источников финансовых ресурсов туристского предприятия на основе данных бухгалтерского баланса:

Источник финансовых ресурсов	На начало года		На конец года		Изменение	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	
Собственные средства	67, 4		68, 3			
Заемные средства	7,3		5,9			
Привлеченные средства	58, 6		71, 0			

6. Рассчитайте чистый дисконтированный доход, индекс доходности, срок окупаемости инвестиций за четыре года функционирования проекта на основе следующих данных, млн руб.

Показатель	Год реализации проекта			
	1	II	III	IV
Капитальные вложения	120	140	200	250
Результаты	-	250	370	600

Затраты равны капитальным вложениям, норма дисконта – 0,15.

7. На основе данных определите срок окупаемости и коэффициент эффективности капитальных вложений на реконструкцию гостиницы.

Показатель, тыс.руб.	До реконструкции	После реконструкции
Выпуск продукции	580	695
Себестоимость готовой продукции	440	490
Производственные фонды	310	540

8. Предприятие анализирует два инвестиционных проекта:

Год	Оценка чистых денежных поступлений (млн руб.)	
	Проект А	Проект Б
1	0,9	0,8
2	1,6	1,1
3	-	0,6
Размер инвестиций (млн. руб.)	2,0	2,0
Альтернативные издержки по инвестициям (%)	12	12 или 15

Определите чистую приведенную стоимость и внутреннюю норму доходности для проекта Б.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

№ 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. — 7-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20740-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/558670	Доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ
2.	Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16985-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/563337	Доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ
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 . - ISBN 978-5-16-005335-6. - Текст: электронный.	Доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ
Дополнительная литература		
1.	Восколович, Н. А. Экономика платных услуг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 423 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14124-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/558483	Доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ
2.	Андросова, Г. А. Экономика туризма / Г. А. Андросова, И. В. Енченко. — Санкт-Петербург: Лань, 2022. — 84 с. — ISBN 978-5-507-44808-1. — Тек : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/266708)	Доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ
3	Сизенева, Л. А. Экономика предприятия туризма : учебно-методическое пособие / Л. А. Сизенева. — Волгоград: Волгоградский ГАУ, 2022. — 76 с. — ISBN 978-5-4479-0335-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/339290	Доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Вопросы к промежуточной аттестации по дисциплине «Экономика туризма»

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, их характеристика и показатели использования.

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 РФ 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.

64. Источники формирования дохода туристского предприятия.

65. Сущность, источники формирования и механизм распределения прибыли.

66. Сущность, критерии, система показателей и виды эффективности функционирования предприятий туризма.

67. Рентабельность предприятий туризма.

68. Методы расчета цены на туристские услуги.

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

*Методические указания
к проведению практических занятий
и самостоятельной работе*

*Составители: **Абрамова** Лариса Сергеевна,
Гармашова Елена Петровна*

В авторской редакции

Изд. № 167/2025. Объем 3,25 п. л. Усл. печ. л. 3,02. Уч.-изд. л. 3,185.
Издательский центр ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»