

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зекрин Фанави Хайбрахманович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.11.2023 11:31:16
Уникальный программный идентификатор:
8d1b39193cdad8918b8873b6591d9ef237c1a2d2

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧАЙКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ»
(ФГБОУ ВО «ЧГИФК»)

Кафедра Туризма и менеджмента

Методические материалы по выполнению контрольной работы по дисциплине
«Экономика рекреации и туризма»
Для обучающихся заочной формы обучения по направлению подготовки
49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм
профиль «Менеджмент рекреации и туризма»

Разработчик:
Борина Ю.Ю., к.п.н.,
доцент

Рассмотрено на
заседании кафедры ТиМ
Протокол от «26» марта
2019 г. № 10

Чайковский 2019

Сапогова С.В. Экономика рекреации и туризма: методические указания к выполнению контрольных работ /С.В.Сапогова – Чайковский: ФГБОУ ВО «ЧГАФКиС», 2019. – 12 с.

Настоящее издание является частью учебно-методического комплекса дисциплины «Экономика рекреации и туризма».

Методические указания определяют содержание работы, требования по оформлению и порядка защиты работы, список рекомендуемых литературных источников.

Методические указания адресованы бакалаврам заочной и очной формы обучения направления подготовки 49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм, профиль «Менеджмент рекреации и туризма».

Рецензент: к.п.н., доцент Шорохова Л.Б.

© Сапогова С.В., 2019

©Чайковская государственная академия физической культуры и спорта, 2019

Содержание

Введение	3
1 Содержание контрольной работы	4
2 Порядок предоставления и защиты контрольной работы	10
3 Критерии оценки самостоятельной работы	11
Литература	12

1 Содержание контрольной работы

Контрольная работа состоит из контрольного теста и практических заданий.

КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА»

1. В каком нормативном документе приведен полный перечень существенных условий договора на туристское обслуживание?

1. в Гражданском кодексе РФ;
2. в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
3. в Законе РФ «О защите прав потребителей».

2. Какое из ниже перечисленных положений не соответствует принципам государственного регулирования туристской деятельности?

1. содействие туристской деятельности
3. постепенный переход на полное государственное обеспечение туризма
4. создание благоприятных условий для развития туристской деятельности
3. определение приоритетных направлений туристской деятельности
4. формирование представления о РФ как стране, благоприятной для туризма
5. поддержка и защита российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений.

3. 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

4. Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом, называется:

1. исполнением туристского заказа
2. туроператорской деятельностью
3. турагентской деятельностью
4. деятельностью турфирм
5. торговлей турами
6. продвижением турпродукта

5. 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 договором, называется:

1. заключение договора купли – продажи
2. распродажа туристских путевок
3. реализация туристского продукта
4. торговля турами
5. продвижением туристского продукта
6. реализацией заказа на осуществление тура

6. Документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания, называется:

1. туристским ваучером
2. памяткой туриста
3. квитанцией об оплате услуг
4. туристским маршрутом
5. туристское требование

7. К сопутствующему туристскому продукту относятся:

1. оформление визы
2. оформление договора на тур. обслуживание
3. прокат автомобиля в стране пребывания
4. предоставление индивидуальных сейфов.

8. Туристский рынок можно рассматривать в качестве:

1. совокупности покупателей и продавцов туристского продукта
2. инструмента согласования интересов покупателей и продавцов турпродукта
3. совокупности материальных и нематериальных ресурсов предприятия
4. совокупности нематериальных ресурсов предприятия

9. Емкость туристского рынка - это...

1. его способность "поглотить" то или иное количество туристского продукта
2. возможный объем реализации отдельных туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения при существующих ценах и предложении
3. его способность произвести то или иное количество туристского продукта

10. Предложение на туристском рынке - это...

1. вся масса предназначенных для продажи туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения
2. вся масса произведенных услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения

11. Конъюнктура рынка - это:

1. организация процесса продвижения турпродукта до потребителя
2. соотношение спроса и предложения
3. сфера реализации турпродукта
4. экономическая эффективность

12. Туристский рынок можно рассматривать в качестве:

1. совокупности покупателей и продавцов туристского продукта
2. инструмента согласования интересов покупателей и продавцов турпродукта
3. совокупности материальных и нематериальных ресурсов предприятия
4. совокупности нематериальных ресурсов предприятия

13. Система показателей развития туризма для регионов включает:

1. среднюю величину туристских расходов в месяц
2. среднюю величину туристских расходов в сутки
3. среднюю величину туристских расходов в год

14. Основное отличие «отдыха» от «рекреации»

1. рекреация – часть досугового времени, направленная на восстановление сил человека на специализированных территориях
2. рекреация- это любая человеческая деятельность, которая является разновидностью досуговой деятельности
3. рекреация- совокупность однотипных действий, имеющих определенную функциональную нагрузку
4. рекреация- совокупность однотипных действий, имеющих определенную функциональную нагрузку
5. рекреация- это предметы разнообразной деятельности людей, которые удовлетворяют какие-либо материальные или духовные потребности людей различных социальных групп в сфере досуга

15. Туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий называется:

1. деятельностью турфирм
2. досуговой деятельностью
3. организацией путешествий
4. организацией отдыха
5. туристической деятельностью

6. предпринимательством.

16. Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов – переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия, называются:

1. туристским сервисом;
2. сферой обслуживания;
3. социально – культурным комплексом;
4. туристским продуктом;
5. гостинично – туристским предприятием;

17. Документ, подтверждающий факт передачи туристского продукта, называется:

1. квитанцией;
2. чеком
3. справкой
4. ваучером
5. туристской путевкой
6. туром.

18. Документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания, называется:

1. туристским ваучером
2. памяткой туриста
3. квитанцией об оплате услуг
4. туристским маршрутом
5. туристское требование.

19. Система взаимоотношений по поводу производства и продажа туристских товаров и услуг – это:

1. инфраструктура туристских услуг
2. инфраструктура туризма
3. гостиничный рынок
4. туристский рынок
5. рынок рекреационных услуг

20. Укажите схему, которая чаще всего встречается на туристском рынке РФ:

1. туроператор- турагент - турист
2. туроператор-турагент - турист
3. турагент - турист
4. транспортная компания - туроператор - турагент - турист
5. транспортная компания - туроператор – турист

21. Туристская фирма являющаяся посредником и работающая за комиссионные называется :

1. туроператором
2. турагентом
3. брокером
4. дилером
5. коммивояжером

22. К факторам , определяющим спрос на туристские услуги относятся:

1. мотивации
2. покупательская способность
3. социальные и культурные факторы
4. демографическая ситуация; социальные и культурные факторы мотивации цены, покупательская способность населения
5. платежеспособность населения

23. Тенденция, не характерная для российского рынка туроператоров:

1. активное внедрение авиакомпаний на рынок туризма в качестве туроператоров
2. падение темпов роста спроса на туруслуги в сегменте въездного туризма , стагнации спроса на шоппинг
3. специализируются только на определенном сегменте туристского рынка
4. заключение договоров туроператорами об аренде чартерных рейсов
5. усиление конкурентной борьбы на рынке организованного туризма в основном в секторе малого бизнеса

24. Функции, которые не относятся к туроператору:

1. проведение тура
2. выпуск путевок
3. выпуск туров
4. подготовка кадров на маршрут
5. обеспечение виз

26. Инфраструктура туристских услуг включает в себя:

1. транспорт , гостиницы, рестораны, коммуникации
2. туроператоры и турагенты
3. гостиницы туристские фирмы
4. транспорт , гостиницы, рестораны, коммуникации, развлекательные и тематические парки, турфирмы
5. транспорт, гостиницы, туристские фирмы, рестораны, коммуникации

27. Вид туризма, улучшающий платежный баланс страны:

1. пассивный туризм
2. внутренний туризм
3. рекреационный
4. выездной туризм
5. активный туризм

28. Туризм характеризуется:

1. высоким уровнем эффективности
2. медленной окупаемостью инвестиций
3. низким уровнем эффективности
4. быстрой окупаемостью инвестиций

29. Обобщающие показатели эффективности деятельности турфирм

1. уровень удовлетворения потребностей рынка
2. предоставление услуг на единицу затрат ресурсов
3. чистая прибыль
4. прибыль на единицу общих затрат
5. себестоимость
6. затраты на единицу услуг
7. рентабельность туристического продукта или оказания услуг

30. Рентабельность туристского продукта определяется:

1. цена туристского продукта - себестоимость туристского продукта
2. цена туристского продукта / себестоимость туристского продукта
3. цена туристского продукта – себестоимость туристского продукта/ цена туристского продукта

31. Рентабельность услуг турфирмы определяется:

1. как соотношение суммы прибыли до налогообложения к полной себестоимости реализованных туров
2. как соотношение суммы чистой прибыли к полной себестоимости реализованных туров
3. как соотношение суммы выручки к полной себестоимости реализованных туров

32. Производительность труда в натуральном выражении показывает:

1. сколько туров обслуживает один среднесписочный работник туристской индустрии (туристской фирмы)

2. сколько туристов обслуживает один среднесписочный работник туристской индустрии (туристской фирмы)

Практические задания

Задача 1.

1. Определить структуру и динамику закупа и валового дохода турфирмы
2. Сделать соответствующие выводы

Таблица 1 – Структура закупа ООО «Виктория»

Направление	Предыд. год		Отчетный год		Абсол. прирост	Темп прироста, %
	Доходы, тыс.руб.	Доля продаж, %	Доходы, тыс.руб.	Доля продаж, %		
Турция	159,61		192,61			
Египет	114,73		136,73			
Европа (Скандинавия, Чехия)	170,61		192,61			
Школьные туры:	110		111,1			
Китай (остров Хайнань)	165		212,3			
ОАЭ, Тайланд	159,61		168,63			
Гоа	110,77		132,77			
Местные базы отдыха и санатории	80,52		67,54			
Итого	1070,85		1214,29			

Таблица 2 – Структура валового дохода ООО «Виктория» в 2019 году

Направление	Доходы (тыс.рублей)	Доля в продажах (%)
Турция	145,1	
Египет	104,3	
Европа (Скандинавия, Чехия)	155,1	
Школьные туры: на черноморское побережье; по «Золотому Кольцу»;	100	
Китай (остров Хайнань)	150	
ОАЭ, Тайланд	145,1	
Гоа	100,7	
Местные базы отдыха и санатории Урала	73,2	
Итого	973,5	

Задача 2.

Рассчитайте валовую прибыль, прибыль от реализации услуг, прибыль до налогообложения, чистую прибыль малого отеля. Исходные данные: выручка от реализации услуг (без НДС) 64 000 тыс. руб., производственная себестоимость продукции 45 000 тыс. руб., коммерческие расходы 800 тыс. руб., управленческие расходы 3000 тыс. руб. Налог на прибыль – 18%.

Задача 3.

Таблица 1 -Экономические показатели турагенства «Найс Тур»

Показатель	Предыдущий период	Отчетный период	Абсолютный прирост	Темп прироста, %
1.Объем выручки от реализации, тыс. руб.	10292	9253		
2.Объем реализации в натуральном измерении, путевки	143	127		
3.Среднесписочная численность работников, чел.	4	3		
4.Производительность труда, тыс. руб./чел.				
5.Фонд оплаты труда, тыс. руб.	1456	1372		
6.Среднемесячная заработная плата, тыс. руб.				
7.Себестоимость путевок, тыс. руб.	7270	7186		
8.Доходы ТА, тыс. руб.				
9.Уровень доходов ТА, %				
10.Средняя цена реализации, тыс. руб.	64,9	64,9		
11.Расходы ТА, тыс. руб.	1769	1656		
12.Уровень расходов ТА, %				
13.Прибыль от реализации услуг, тыс. руб.				
14.Налог на прибыль, тыс. руб. (18%)				
15.Чистая прибыль, тыс. руб.				
16.Рентабельность продаж, %				
17.Рентабельность услуг, %				

Задание:

1. Рассчитать основные экономические показатели турагенства и их динамику
2. Сделать соответствующие выводы

Задача 4

Расчет стоимости тура

Рассчитать стоимость тура без учета авиаперелета при следующих условиях:

- сроки: Москва 3 дня/2 ночи; Санкт-Петербург 2 дня/1 ночь;
- количество туристов в группе, включая переводчика – 12 чел.;
- питание – полный пансион (завтрак, обед, ужин);

- проживание – двухместные номера со всеми удобствами;
- транспорт – комфортабельный автобус;
- трансфер – аэропорт-гостиница.

Цены на услуги приведены в расчете на 1 человека, за 1 час аренды автобуса.

Москва:

- проживание – 40 у.е. /чел за сутки;
- питание: 25 у.е./чел в день;
- экскурсионно-культурная программа (обзорная экскурсия по городу на автобусе, экскурсии в Кремль, на Красную площадь, посещение музеев, Большого театра)– 60 у.е. на человека,

Санкт-Петербург:

- проживание – 40 у.е./чел за сутки;
- питание – 20 у.е./чел в день;
- экскурсионно-культурная программа (обзорная экскурсия по городу на автобусе, экскурсии в Эрмитаж, Петродворец, посещение музеев, Царского села, Мариинского театра). – 80 у.е. с человека;
- транспорт арендуется на 3 дня по 8 часов по 15 у.е. в час.

Группа комплектуется в г. Пермь.

Маршрут : Пермь -Москва- Санкт-Петербург –Пермь

Стоимость одного железнодорожного билета:

Санкт-Петербург- Москва – 30 у.е. на человека,

Пермь -Москва – 25 у.е на человека,

Санкт-Петербург – Пермь – 35у.е

Стоимость услуг турфирмы составляет 5% от величины расходов.

Прибыль турфирмы устанавливается в размере 8% от общей величины расходов, включая услуги турфирмы.

2 Порядок предоставления и защиты контрольной работы

Готовую работу для проверки студент представляет преподавателю дисциплины в электронном виде и размещена в электронной информационно-образовательной среде ЧГАФК.

Если работа выполнена правильно и соответствует предъявляемым требованиям, она считается зачтенной.

Студент, не представивший в установленный срок контрольную работу или не защитивший ее, к зачету по дисциплине не допускается.

3 Критерии оценки контрольной работы

Подготовленная и оформленная в соответствии с требованиями контрольная работа оценивается преподавателем по следующим критериям:

Оценка		Критерии оценки
зачтено	«отлично»	В контрольном тесте нет ошибок, правильно определены основные категории. В практической части все расчеты выполнены верно и сделаны правильные, логичные и обобщающие выводы. Работа сдана в установленный срок
	«хорошо»	В контрольном тесте не более 5 неверных ответов. В практической части все расчеты выполнены верно и сделаны правильные выводы. Работа сдана в установленный срок
	«удовлетворительно»	В контрольном тесте более 5 неверных ответов. В практической части все расчеты выполнены, но выводы сделаны не в полном объеме или неверно. Работа сдана в установленный срок
Не зачтено	«неудовлетворительно»	Большая часть требований не выполнена

При неудовлетворительной оценке работа возвращается на доработку (с указанием замечаний и рекомендаций) с последующим представлением на повторную проверку с приложением замечаний, сделанных преподавателем.

Студент, не подготовивший контрольную работу, считается не выполнившим учебный план и не может быть допущен к зачету.

Литература

1. Степанова С.А., Крыга А.В. Экономика предприятия туризма: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2013. – 346 с.
2. Боголюбов В.С. Экономика туризма: Учеб. Пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С. Боголюбов, В.П. Орловская. - М.: «Академия», 2005, 2007 - 192 с.
3. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 1999. -176 с.
4. Гуляев В.Г. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие [Текст]: учебник / В.Г. Гуляев, И.А. Селиванов; Российская международная академия туризма. - М.: Советский спорт, 2008. -280 с.
5. Темный Ю.В., Темная Л.Р. Экономика туризма: учебник / Ю.В. Темный, Л.Р. Темная. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА – М, 2010. – 448 с.: ил.
6. Темный Ю.В., Темная Л.Р. Экономика туризма: Учебник.- М.: Советский спорт, 2003. – 416 с.