


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт педагогики, физической культуры, спорта и туризма
Кафедра «Туризм и индустрия гостеприимства»

Утверждено на заседании кафедры
«Туризм и индустрия гостеприимства»
«30» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

 И.Ю. Пономарева

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по проведению практических (семинарских) занятий
по дисциплине (модулю)

«ЭКОНОМИКА ТУРИСТКОГО РЫНКА»

основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы магистратуры

по направлению подготовки
43.04.02 Туризм

с направленностью (профилем)
Проектирование экскурсионных услуг

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 430402-02-23

Тула 2023 г.

Разработчик(и) методических указаний

Королев А.В., доцент каф. ТИГ, к.т.н, доцент
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

Введение

Основной целью практических занятий является формирование у студентов не только теоретических знаний, но и практических навыков и умений в области экономики туризма.

Задачей практических занятий является отработка методик расчета отраслевых показателей.

Методические указания к практическим занятиям носят прикладной характер и связывает основную тематику теории и практики курса «Экономика отрасли туризма и гостеприимства». Каждая тема представлена основными понятиями, вопросами для самостоятельного изучения и практическими заданиями.

Тема 1. Экономическая природа туризма

1. Турист. Типология туристов.
2. Сущность и экономическое содержание туризма.
3. Формы, виды и разновидности туризма.
4. Основные факторы, вызывающие потребность в туризме.

Основной единицей туризма является турист. Туристов как потребителей туристского продукта можно разделить на отдельные категории. Такое деление представляет собой типологию. В зависимости от целей исследования могут применяться различные типологии туристов (табл. 1).

Таблица 1 Классификация туристов

| Цель исследования | Тип туриста |
|--|--|
| Турист как покупатель туристского продукта | - «экономные» покупатели туристского продукта; - «персонифицированные» покупатели туристского продукта; - «этичные» покупатели туристского продукта; - «апатичные» покупатели туристского продукта. |
| Вид предъявляемого | - люди с туристскими потребностями и желанием |

| | |
|------------------------------|--|
| спроса на туристский продукт | путешествовать; - люди с высокой покупательной способностью; - люди с покупательским поведением. |
| Активность во время отпуска | - любители спокойного отдыха; - любители удовольствий; - любители активного отдыха; - любители спортивного отдыха; - отдыхающие с целью познания, изучения; - любители приключений. |
| Стиль жизни | - любители наслаждений; - тенденциозные туристы; - семейные туристы; - всецело отдыхающие. |

Термин «туризм» прошел довольно длительную эволюцию, которая к настоящему времени еще не закончена. Туризм рассматривается как:

- активный отдых, влияющий на укрепление здоровья, физическое развитие человека, связанный с передвижением за пределами постоянного места жительства;
- отрасль национальной экономики;
- самостоятельный межотраслевой хозяйственный комплекс национальной экономики.

Но, несмотря на различие формулировок, многие авторы включают в понятие «туризм» туристские потребности и мотивации, особенности поведения туристов, их пребывание вне постоянного места жительства, экономические отношения, складывающиеся между туристами и производителями товаров и услуг, взаимодействие сферы туризма с окружающей природной средой.

Туризм можно импортировать в страну и экспортировать из нее. Экспорт туризма из страны означает активный туризм, а импорт туризма - пассивный туризм. Отношение между стоимостью туристского продукта, реализованного

иностранным туристам в принимаемой стране, и стоимостью туристского продукта, реализованного гражданами данной страны за рубежом, представляет собой туристский баланс данной страны. Положительным моментом, характеризующим туристскую деятельность страны, является преобладание ввоза валюты туристами над вывозом.

Вопросы для изучения

1. Перечислите существующие определения термина «турист».
2. Какие права и обязанности имеет турист?
3. Какие существуют типологии туристов?
4. Составьте классификацию типов туристов, используя специальную литературу.
5. Какие факторы вызывают у людей потребность в туризме?
6. Сущность и содержание туризма.
7. Виды и формы туризма.
8. Раскройте сущность категорий «туристский продукт» и «туристская услуга».

Практические задания по теме 1

1.1. Существует множество определений туризма. Каждый автор со своей позиции обосновывает подходы к толкованию этой категории. Все они в той или иной мере отражают суть этого понятия. Какова ваша позиция в данном вопросе?

Аргументируйте свой ответ, ссылаясь на полемику по этому вопросу в специальной литературе.

1.2. Согласно закону убывающей предельной полезности мере увеличения количества потребляемого блага происходит насыщение потребности, и полезность каждой дополнительной единицы блага уменьшается. Уменьшается ли потребность в отдыхе, путешествиях? Ответ аргументируйте.

1.3. Проанализировать, что отрицательно характеризует туристскую деятельность страны, а что положительно, используя следующие данные (табл. 2):

Таблица 2 Туризм в балансе движения наличной валюты страны

| Показатели | 2018 г. | 2019г. |
|---------------------------------|---------|--------|
| Вывоз валюты туристами Млрд.руб | 10 | 9 |
| В % к общей сумме вывоза валюты | 40 | 30 |
| Ввоз валюты туристами Млрд.руб | 2 | 3 |
| В % к общей сумме ввоза валюты | 6 | 6,5 |

1.4. Проанализировать, что отрицательно характеризует туристскую деятельность страны, а что положительно, используя следующие данные (табл. 3):

Таблица 3 Туризм в балансе движения наличной валюты страны

| Показатели | 2018 г. | 2019 г. |
|---------------------------------|---------|---------|
| Вывоз валюты туристами Млрд.руб | 2 | 4 |
| в % к общей сумме вывоза валюты | 20 | 30 |
| Ввоз валюты туристами Млрд.руб | 20 | 15 |
| в % к общей сумме ввоза валюты | 70 | 60 |

1.5. Определить тип туристов в зависимости от активности во время отпуска:

А). Г-н М. просыпается около полудня и идет в плавательный бассейн. Там он встречает веселую компанию, они беседуют, пьют в баре коктейль, немного плавают и слушают музыку. После полудня г-н М. играет с другим отдыхающим в теннис. На вечер у него есть договоренность на ужин. После ужина - посещение дискотеки, которая длится до утра.

Б). Проснувшись, г-жа Н. завтракает в самом престижном ресторане на побережье. Затем идет позагорать, а после на косметические процедуры в салон красоты. Обедает в том же ресторане. Посещает выставку картин.

1.6. Определить тип туристов в зависимости от стиля жизни:

А). Г-жа Н. собралась по-настоящему отдохнуть во время отпуска. Она отправляется в небольшой пансионат. Днем она много катается на велосипеде и ходит в походы. Некоторое время она посвящает тому, чтобы насладиться одиночеством, ландшафтом. Если не позволяет погода, то по вечерам она остается в

пансионате, - читает, общается с другими отдыхающими. Вечером она посещает концерты.

Б). Члены семьи С. проводят свой отпуск в Альпах. Они размещаются в гостинице в комфортабельных апартаментах с самым лучшим видом. Днем они занимаются серфингом и парусным спортом, для разнообразия играют в гольф и теннис. Для них важно, чтобы за ужином их хорошо обслужили и предложили разнообразное меню. После ужина они иногда ходят на дискотеку или встречаются со знакомыми в баре.

В). Семья К. сняла на время отпуска домик для отдыха на берегу моря. Семья состоит из четырех человек. Чаще всего их можно найти на улице. Они играют в мяч, читают, загорают, купаются. Все домашние обязанности распределены: дети ходят за хлебом, каждый убирает за собой кровать, за покупками ходят всей семьей. Вечером они идут ужинать в ресторан или готовят сами. Если остаются дома, то все помогают готовить ужин.

1.7. Определить тип туристов исходя из ориентации туристов как покупателей туристского продукта:

А). Заказной тур господина К. включает следующие услуги: номер люкс в отеле 5 звезд, питание полный пансион, аренда автомобиля высокого класса, индивидуальные экскурсии, досугово-развлекательные услуги высокого класса.

Б). Господин С. проживал в трех местном номере, питался в столовой самообслуживания, несколько раз посетил групповые экскурсии, все свободное время проводил у моря.

1.8. Самостоятельно составьте примеры типов туристов для аудитории.

Тема 2. Экономическая эффективность туризма

1. Экономика туризма как часть туристики.
2. Основной критерий оценки эффективности туризма.
3. Показатели и методы оценки эффективности туризма.
4. Воздействие туризма на платежный баланс страны, международную торговлю, занятость, экологию, социально-культурную сферу.

Эффективность туризма следует рассматривать в трех аспектах: на уровне общества (как народного хозяйства в целом), на уровне отрасли (региона) и на уровне отдельной туристской фирмы.

Основным критерием эффективности туризма является минимум затрат денежных, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы на единицу туристского продукта.

Туризм оказывает на экономику страны (региона) прямое и косвенное влияние.

Прямое влияние - это результат расходов туриста на покупку услуг и товаров туризма. Косвенное влияние проявляется в «эффекте мультипликации». Мультипликатор - это соотношение отклонения от равновесного чистого национального продукта и исходного изменения в расходах на инвестиции, вызвавшего данное изменение реального чистого национального продукта:

$$M = \Delta \text{ЧНП} / \Delta I \quad (1)$$

где М - мультипликатор,

$\Delta \text{ЧНП}$ - изменение чистого национального продукта,

ΔI - изменение в инвестициях.

Развитие туризма как отрасли характеризуется системой следующих экономических показателей:

- объем туристского потока;
- состояние и развитие материально-технической базы;
- показатели финансово-экономической деятельности туристской фирмы;

- показатели развития международного туризма.

К показателям, характеризующим объем туристского потока, относятся: общее количество туристов, в том числе организованных и самостоятельных; количество туродней (количество ночевок, койко-дней); средняя продолжительность (среднее время) пребывания туристов в стране, регионе. Количество туродней определяется путем умножения общего количества туристов на среднюю продолжительность (в днях) пребывания одного туриста в стране (регионе).

Для характеристики неравномерности туристского потока применяют коэффициент неравномерности. В зависимости от цели и задачи анализа динамики туристского потока используют три способа расчета коэффициента неравномерности.

$$1) \quad K_n = (D_{\text{макс}}/D_{\text{мин}}) * 100\% \quad , \quad (2)$$

где K_n - коэффициент неравномерности туристского потока, %;

$D_{\text{макс}}$ - количество туродней в месяце максимального туристского потока, чел.-дней;

$D_{\text{мин}}$ - количество туродней в месяце минимального туристского потока, чел.-дней.

$$2) \quad K_n = (D_{\text{макс}}/D_{\text{год}}) * 100\% \quad , \quad (3)$$

где K_n - коэффициент неравномерности туристского потока, %;

$D_{\text{макс}}$ - количество туродней в месяце максимального туристского потока, чел.-дней;

$D_{\text{год}}$ - годовое количество туродней, чел.-дней.

$$3) \quad K_n = (D_{\text{макс}}/D_{\text{ср}}) * 100\% \quad , \quad (4)$$

где K_n - коэффициент неравномерности туристского потока, %;

$D_{\text{макс}}$ - количество туродней в месяце максимального туристского потока, чел.-дней;

$D_{\text{ср}}$ - среднемесячное количество туродней, чел.-дней.

$$D_{\text{ср}} = D_{\text{год}} / 12 \quad (5)$$

Показатели, характеризующие состояние и развитие материально-технической базы туризма, определяют ее мощность в данной стране (регионе).

К ним относятся: коечный фонд домов отдыха, пансионатов, турбаз, гостиниц,

санаториев и т.п., число мест на предприятиях питания для туристов; число мест на предприятиях развлечений

Мощность коечного фонда определяется по формуле:

$$M_k = K_z * 365 + K_c * t \quad (6)$$

где М - общее количество койко-мест, ед

К_г - число койко-мест круглогодичного использования;

К_с - число койко-мест сезонного использования, ед.,

t - число дней сезонного использования, дней.

Показатели финансов-экономической деятельности туристской фирмы включают: выручку от реализации услуг туризма, показатели использования рабочей силы (производительность труда, уровень расходов на оплату труда и др.), показатели использования производственных фондов (фондоотдача, оборачиваемость оборотных средств и др.), себестоимость услуг туризма, прибыль, рентабельность, показатели финансового состояния туристской фирмы (платежеспособность, ликвидность, финансовая устойчивость).

Отдельно выделяются показатели, характеризующие состояние и развитие международного туризма. К ним относятся: количество туристов, посетивших зарубежные страны (определяется по числу пересечений государственной границы); количество туродней по иностранным туристам; суммарные денежные затраты, поступления в национальной и иностранной валюте.

Вопросы для изучения

1. Объясните механизм действия мультипликатора доходов от туризма.
2. Каким образом проявляется воздействие туризма на международную торговлю, занятость, экологию, социально-культурную сферу?
3. Сформулируйте положительные и отрицательные аспекты туристской деятельности.
4. Определите факторы негативного влияния туризма на внешнюю среду и объясните их последствия. Какие меры можно предпринять для его полного или частичного снижения?

Практические задания по теме 2

2.1. Мультипликатор для региона равен 2. Первоначальный рост инвестиций в туристскую индустрию составил 50 млн. руб., Каким будет прирост ЧНП от туристского обслуживания в регионе.

2.2. Проанализировать туристский оборот России (определить долю въездного и выездного туризма, изменения в туристском потоке в 2007 г. По сравнению с 2005 и 2006 гг.), используя следующие данные (табл. 4).

Таблица 4

Показатели характеризующие российский туристский рынок в 2005-2007 гг.
(тыс.чел)

| Показатель | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. |
|-------------------|---------|---------|---------|
| Выездной поток | 11711,1 | 12630,9 | 18370,6 |
| Въездной поток | 15805,2 | 18495,6 | 21169,1 |
| Туристский оборот | 27516,3 | 31126,5 | 39539,7 |

2.3. В 2007 г. Турцию посетило 700 тыс. человек. Определить количество туродней если продолжительность туров варьировалась от 10 до 20 дней.

2.4. В 2007 г. Болгарию посетило 500 тыс. человек. Определить количество туродней если продолжительность туров варьировалась от 10 до 30 дней.

Определить какое количество туристов посетило Египет, если количество туродней в 2008 г. составило 14000000, а туры длились от 10 до 30 дней.

Число койко-мест гостиничного комплекса региона составляет 3000, число койко-мест на турбазах составляет 2000 мест. Сезон длится с июня по август. Определить мощность коечного фонда в регионе.

Определить число койко-мест на турбазах в период с июня по сентябрь, если число койко-мест гостиничного комплекса региона составляет 10 000, а мощность коечного фонда региона - 4138000 койко-мест.

Рассчитать коэффициенты неравномерности туристского потока за 1 год первым способом, за 2 год вторым способом, за третий год третьим способом (табл. 5).

Таблица 5 Туристский поток

| Годы | Количество туродней | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| | я | ф | м | а | м | и | и | а | с | о | н | д |
| 1 год | 30 | 39 | 45 | 59 | 68 | 80 | 98 | 104 | 91 | 75 | 61 | 43 |
| 2 год | 38 | 45 | 51 | 67 | 74 | 86 | 110 | 118 | 106 | 92 | 55 | 45 |
| 3 год | 36 | 42 | 51 | 68 | 77 | 95 | 107 | 119 | 108 | 86 | 62 | 48 |

Тема 3. Туристский рынок

1. Сущность, содержание и функции туристского рынка.
2. Особенности туристского рынка как рынка услуг.
3. Сегментация туристского рынка.
4. Особенности функционирования туроператора и турагента.
5. Механизм функционирования туристского рынка.
6. Сезонность функционирования туристского рынка.

Туристский рынок - своеобразный инструмент согласования интересов производства и потребления, который для туристского хозяйствующего субъекта представляет собой совокупность потребителей, заинтересованных в туристском продукте этого хозяйствующего субъекта и имеют денежные средства купить его сегодня или завтра, а для потребителей - представляет совокупность фирм, предлагающих туристические услуги.

Субъекты туристского рынка - юридические и физические лица, являющиеся производителями и потребителями туристского продукта. Потребители туристского продукта - граждане, желающие путешествовать, т.е. туристы. Производители туристского продукта - туристские фирмы (туроператоры и турагенты), которые работают с целью получить прибыль и удовлетворить потребности туристов.

Туроператор - организация или индивидуальный предприниматель, осуществляющий деятельность по формированию, продвижению и реализации тура.

Инициативные туроператоры - это операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями.

Рецептивные туроператоры - это туроператоры на приеме, которые комплектуют туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договоры с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, досугово-развлекательными учреждениями и т.д.)

Турагент - организация или индивидуальный предприниматель, осуществляющий деятельность по продвижению и реализации тура.

Сущность туристского рынка проявляется во взаимосвязи понятий туристского спроса и предложения, имеющих основополагающее значение для понимания туризма как экономической системы и механизма его функционирования.

Спрос в туризме представляет собой форму проявления потребности населения в туристском продукте, обеспеченную денежными средствами.

Предложение на туристском рынке - количественный объем и разнообразный ассортимент туристского продукта, обусловленный уровнем развития туристской индустрии и объемом туристских ресурсов.

Емкость туристского рынка - количественное соотношение туристского спроса и предложения, регулируемое платежеспособностью населения, уровнем развития экономики и туристской индустрии.

Функционирование туристского рынка подвержено резким сезонным колебаниям спроса на туристский продукт. Соответственно и объем реализованных услуг туризма имеет явно выраженный сезонный характер. Поэтому в процессе анализа и планирования объема реализованных услуг туристской фирмы необходимо учитывать закономерность отклонений показателей отдельных месяцев от среднегодовых показателей.

Эти расчеты производятся на основе коэффициентов сезонности, которые рассчитываются как процентное отношение средних месячных уровней за ряд лет к среднемесячному объему реализованных услуг за весь расчетный период по формуле

$$K_c = U_1 / U_c * 100\%, \quad (7)$$

где K_c - коэффициент сезонности, %

U_1 - средний уровень объема реализованных услуг отдельного месяца, руб. U_c - среднемесячный объем реализованных услуг за расчетный период, руб.

Вопросы для изучения

1. Туристский рынок, его сущность и специфика.
2. Механизм функционирования туристского рынка.
3. Сегментация туристского рынка.
4. Каковы основные различия между турагентом и туроператором.

Практические задания по теме 3

3.1. Постройте кривую спроса на туры в Болгарию, если:

| Цена одного тура | Количество проданных туров |
|------------------|----------------------------|
| 20000 | 600 |
| 22000 | 400 |

На основании полученной кривой спроса, определите эластичность спроса по цене. Как изменится положение кривой спроса при росте доходов потребителей? Ответ обоснуйте.

3.2. Определите коэффициент эластичности спроса от доходов на туристские товары и услуги и объем спроса населения города на планируемый год, если:

объем спроса на душу населения города в базисном году составил 40 тыс. р., в отчетном - 52 тыс. р.;

денежные доходы населения в базисном году - 7 млн р., в отчетном - 8,8 млн р.;

- в планируемом году денежные доходы возрастут на 5 %; численность населения города составит 500 тыс. человек.

3.3. Определите объем спроса на отдых в Турции по городу в планируемом году на основе следующих данных:

численность населения города в текущем году составляет 220 тыс. чел.;

численность населения в планируемом году увеличится на 4 %;

спрос на отдых в Турции на душу населения в текущем году по стоимости составил 23 тыс. р.;

коэффициент эластичности спроса на отдых в Турции равен 1,3;

денежные доходы на душу населения в планируемом году возрастут на 3%.

3.4. Рассчитать сезонность выручки от реализации туристского продукта в

регионе на основе следующих данных (табл.6):

Таблица 6 Выручка от реализации туристского продукта в регионе (млн.руб.)

| Годы | Сумма выручки в месяц | | | | | | | | | | | | Итого |
|-------|-----------------------|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|-------|
| | я | ф | м | а | м | и | и | а | с | о | н | д | |
| 1 год | 30 | 38 | 43 | 58 | 66 | 80 | 97 | 103 | 90 | 75 | 60 | 42 | |
| 2 год | 37 | 44 | 50 | 65 | 73 | 85 | 110 | 118 | 105 | 90 | 55 | 45 | |
| 3 год | 36 | 42 | 51 | 67 | 76 | 94 | 106 | 120 | 107 | 85 | 63 | 47 | |
| Итого | | | | | | | | | | | | | |
| У1 | | | | | | | | | | | | | |
| Кс | | | | | | | | | | | | | |

3.5. Рассчитать сезонность выручки от реализации туристского продукта в регионе и длительность туристского сезона на основе следующих данных (табл.7):

Таблица 7 Выручка от реализации туристского продукта в регионе (млн. руб.)

| Годы | Сумма выручки в месяц | | | | | | | | | | | |
|-------|-----------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | я | ф | м | а | м | и | и | а | с | о | н | д |
| 1 год | 20 | 19 | 23 | 28 | 41 | 47 | 62 | 61 | 61 | 55 | 50 | 30 |
| 2 год | 22 | 20 | 25 | 26 | 43 | 48 | 64 | 63 | 64 | 56 | 52 | 31 |
| 3 год | 21 | 21 | 26 | 29 | 44 | 50 | 66 | 65 | 67 | 57 | 53 | 31 |

3.6. Самостоятельно проведите исследования рекламы туроператоров по средствам массовой информации и определите среди рекламы предложения инициативных и рецептивных туроператоров. По каким параметрам это можно определить?

Тема 4. Деятельность туристского предприятия

1. Организационно-правовая форма туристского предприятия.
2. Виды деятельности туристского предприятия.

3. Создание привлекательного туристского продукта. Факторы, влияющие на организацию тур пакета.

4. Проектирование тура. Программа обслуживания.

5. Поставщики услуг. Договорной план.

6. Туристская документация.

Задачей деятельности туроператорских фирм и целой сети турагенств является организация комплексного обслуживания туристов. Комплексное обслуживание включает набор туристских услуг (турпакет). Услуги в туризме разнообразны: перевозки, размещение, питание, экскурсии, досугово-развлекательные и бытовые услуги и т. д. Пакет услуг на туре формируется в зависимости от цели путешествия и потребностей туристов по выбранному ими виду туристского отдыха.

При формировании тура и его пакета возможны два варианта работы с туристами: реализация заказных туров и реализация инклюзив-туров.

При продаже заказных туров формирование программы и комплектование состава услуг производятся по желанию и при непосредственном участии туриста. Ему предлагают на выбор разные варианты обслуживания по каждому из видов услуг в предполагаемом им месте отдыха:

Инклюзив-тур - это тур с жестким, заранее спланированным (до контакта с клиентом) набором услуг, сориентированным на определенный вид отдыха или туризма, а также на социальный класс туристов и их возраст.

Основой для проектирования тура является его краткое описание, то есть набор требований, выявленных в результате исследования рынка услуг, согласованных с заказчиком, и учитывающих возможности исполнителя услуг. Краткое описание конкретизируется в программе обслуживания туристов.

Программа обслуживания - это набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура.

Предварительная программа обслуживания составляется, согласовывается и утверждается сторонами при заключении договора между

туроператором и тур агентом (либо при реализации индивидуального тура) в виде набора услуг (списком), без распределения по конкретным дням обслуживания.

Конкретная программа обслуживания по дням составляется непосредственно перед заездом, примерно за 3 дня (по договоренности), Индивидуальный турист получает такую программу в агентстве одновременно с получением путевки.

Программа обслуживания должна быть оптимальна, то есть должна учитывать потребности клиентов и тематику обслуживания с точки зрения содержания, состава услуг, их количества и порядка предоставления.

При решающей организационно-комплектующей роли туроператора нельзя переоценить и роль поставщиков услуг в обслуживании туристов, так как в итоге контакт с туристами на турах происходит именно на уровне обслуживания, т. е. восприятие туристом тура как качественного товара во многом зависит от качества каждой отдельной услуги, от ее соответствия уровню потребностей определенной группы туристов. Поэтому при составлении программ туров особое внимание уделяется поставщикам услуг.

Каждому периоду разработки тура предшествует договорная кампания, во время которой заключаются договора. Перед договорной кампанией обычно составляется договорный план, включающий следующие разделы: наименование партнера, основной предмет договора, срок действия договора, сроки заключения договоров, особые сведения. Этот план позволяет составить реальную картину - схему действия работников туристской фирмы по обеспечению услуг на туре.

На каждый разработанный тур составляется специальная технологическая документация, которая полностью описывает сам тур, процессы его производства и услуги, предоставляемые туристам.

В набор технологической документации для каждого тура обязательно включаются: технологическая карта туристского путешествия по маршруту; график загрузки туристских предприятия группами туристов; информационный листок к путевке туристского путешествия; туристская путевка формы ТУР-1; лист бронирования; договор с клиентом на приобретение тура; договора с партнерами - поставщиками услуг; калькуляция, или расчет стоимости тура; описание маршрута;

график движения по маршруту; карта-схема маршрута; описание технологических особенностей тура; тексты памяток для туристов; справочные материалы по маршруту; рекламные проспекты и буклеты; прайс-листы; листовки; развернутые ценовые предложения.

Все технологические документы комплектуется в папки туров или маршрутов.

Вопросы для изучения

1. Туристское предприятие как субъект хозяйствования.
2. Организационно-правовые формы туристских предприятий.
3. В чем состоят преимущества и недостатки заказных и инклюзив туров?
4. Что такое комплексное соответствие предлагаемых услуг определенному клиенту?
5. Основные положения договоров с поставщиками услуг.

Практические задания теме 4

Самостоятельно проведите анализ рекламы турфирм по средствам массовой информации и найдите среди рекламных предложений инклюзив-туры и заказные туры.

Составьте набор основных услуг инклюзив-тура.

Составьте проект программы обслуживания туристов на автобусном маршруте Москва-Воронеж. Определите:

маршрут путешествия;

перечень туристских предприятий - исполнителей услуг; период предоставления услуг каждым таким предприятием; перечень экскурсий и достопримечательных объектов, туристских походов и прогулок;

комплекс досуговых мероприятий;

продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута; количество туристов, участвующих в путешествии; потребность в гидах, экскурсоводах;

необходимое количество транспортных средств и вид транспорта для внутренних перевозок;

формы и количество рекламных, информационных материалов, а также листов к туристским путевкам с описанием путешествия.

4.4. На основании проекта программы обслуживания, составленного при выполнении задания 5.3, соблюдая принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия, составьте:

А) предварительную программу обслуживания для партнера, направляющего к вам туристов;

Б) программу обслуживания туристов по дням, которая составляется непосредственно перед заездом;

В) разные по уровню (классу) обслуживания программы.

4.5. Составьте предварительную и конкретную программу обслуживания туристов по любому маршруту на 5 дней:

А) познавательный тур;

Б) деловой тур;

В) развлекательный тур;

Г) конгресс-тур;

Д) спортивный тур.

4.6. Представьте, что ваша фирма организует туры по Москве. Назовите для ниже представленных туров поставщиков услуг для вашей фирмы.

а) Программа обслуживания ДЕЛОВОЙ ТУР (3-дневный тур)

1-й день: Завтрак в гостинице.

Свободное время для деловых встреч и переговоров.

Обед в ресторане гостиницы «Россия».

Обзорная экскурсия по Москве с посещением Кремля.

Спектакль в Большом театре.

Ужин в гостинице.

2-й день: Завтрак в гостинице.

Свободное время для деловых встреч и переговоров.

Обед в гостинице.

Экскурсия в Третьяковскую галерею. Ужин в ресторане «Прага». 3-й день:

Завтрак в гостинице.

Экскурсия в Сергиев Посад с посещением Троице-Сергиевой лавры. Обед в Сергиевом Посаде

Свободное время для деловых встреч и переговоров. Ужин в гостинице.

б) Программа обслуживания

ФОЛЬКЛОРНО-ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУР (3-дневный тур)

1-й день: Завтрак в гостинице.

Обзорная экскурсия по Москве.

Обед в ресторане гостиницы «Россия».

Экскурсия в Кремль с посещением Оружейной палаты.

Спектакль в Большом театре (опера или балет национального характера).

Ужин в гостинице.

2-й день: Завтрак в гостинице.

Фольклорный праздник в Коломенском.

Обед на природе.

Экскурсия с прогулкой в Коломенском. Ужин в гостинице.

3-й день: Завтрак в гостинице.

Экскурсия в Сергиев Посад с посещением Троице-Сергиевой лавры,

Музея игрушки.

Обед в Сергиевом Посаде

Спектакль в Фольклорно-этнографическом театре. Ужин в гостинице

4.7.Ваша туристская фирма разрабатывает новый деловой тур. Программа обслуживания тура дана в предыдущем задании. Срок действия Делового тура - круглый год.

Составьте договорной план фирмы по организации данного тура (табл.8).

Таблица 8 Договорной план

| № п/п | Наименование партнера | Основной предмет договора | Срок действия договора | Сроки заклю- чения договора | Особые сведения |
|-------|--------------------------|---------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|--------------------|
| | | | | | |

4.8. Составьте договорной план фирмы по организации тура, разработанного вами в задании 5.5.

4.9. Даются маршрут, перечень услуг на туре и программа обслуживания: Маршрут: Москва (3 дня) - Тула (2 дня) – Ясная поляна (2 дня)- Москва. Программа обслуживания:

1 день: Прибытие группы и размещение в гостинице, обзорная экскурсия по Москве.

2 день: Экскурсии в Московский Кремль с посещением соборов и спектакль в Большом театре

3 день: Выезд в Тулу. Прибытие в г.Тулу и размещение. Прогулки, шопинг.

4 день: Обзорная экскурсия по городу. Спектакль в театре.

5 день: Выезд в Ясную поляну, прибытие в Ясную поляну и размещение. Обзорная экскурсия по Ясной поляне, экскурсия в музей.

6 день: Экскурсия на катере по реке Оке в Поленово с посещением музея. Выезд в г.Москву.

7 день: Возвращение в г.Москву, свободное время, отдых.

Отъезд - на следующий день рано утром. Питание - полный пансион. Размещение в 2-местных номерах гостиниц туристского уровня. Срок действия тура - май - сентябрь. Число человек в группе - 20. Всего групп - 10

Подготовьте технологическую карту тура, туристскую путевку и лист бронирования. Заполните эти документы.

4.10.Тур, разработанный вами в практическом задании 5.5, действует круглый год. Вы отправляете туристов по этому туру два раза в месяц. Подготовьте «папку маршрута» по данному туру составив и заполнив необходимую технологическую документацию тура.

Тема 5. Особенности ценообразования в туризме

1. Ценообразование в туризме.

2. Цена на туристский продукт.

Ключевой фактор, влияющий на успех туристского пакета, - это цена, по которой тот или иной тур предлагается на рынок

Величина цены на туристский продукт определяется себестоимостью туристского продукта и спросом на этот продукт.

На цену туристского продукта влияет целый ряд факторов: класс обслуживания, вид туристского путешествия (по используемым транспортным средствам: авиационный, железнодорожный, автобусный и др.), формы обслуживания (групповой или индивидуальный), конъюнктура рынка на услуги туризма, сезонный характер предоставления услуг.

Структура цены на услуги туризма включает следующие элементы:

- стоимость сырья (например, продуктов для приготовления пищи и др.);
- текущие расходы на производство, реализацию и организацию потребления услуг;
- налоги;
- прибыль туроператора
- скидки для отдельных групп туристов по отдельным видам услуг;
- надбавка или скидка (комиссионное вознаграждение в пользу турагента)

Цена турпакета на одного туриста, т.е. стоимость туристской путевки, определяется по формуле

$$Ц = (И + Н + П - С \pm К) / (Ч + Г) \quad , (8)$$

где Ц - цена турпакета на одного туриста, руб.;

И - себестоимость услуг, входящих в турпакет, составленный туроператором, руб.

Н - косвенные налоги (НДС) по отдельным видам услуг туризма, руб., П - прибыль туроператора, руб.,

С - скидка, предоставленная туроператором туристу с цены отдельных видов услуг, входящих в турпакет, руб

$\pm К$ - комиссионное вознаграждение турагента, реализующего турпакет (знак

«+» означает надбавку к цене турпакета; знак «—» означает скидки с цены туроператора в пользу турагента), руб.;

Ч - количество туристов в группе, чел.;

Г - количество лиц, сопровождающих группу туристов по определенному маршруту, чел.

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.

Туристская фирма для осуществления приема иностранных туристов и отправки российских туристов за рубеж может заключать договор с иностранной туристской фирмой. Это сотрудничество может иметь две формы: валютный и безвалютный обмен туристскими группами на двухсторонней основе.

Для учета количества услуг партнеры выбирают расчетную единицу.

Наиболее простой вариант предусматривает использование в качестве расчетной единицы одного туриста с одинаковым качеством услуг. Варианты расчета:

по количеству туродней, т.е. календарных комплексных дней обслуживания;

по количеству туродней с разбивкой комплексного дня обслуживания по питанию (завтрак - 0,3; обед - 0,4; ужин - 0,3, всего 1 туродень);

по количеству туродней с разбивкой комплексного дня обслуживания по питанию и размещению (завтрак - 0,1; обед - 0,2; ужин - 0,2; ночлег - 0,5, всего - 1 туродень).

Для того чтобы определить наиболее приемлемый для конкретного туристского хозяйствующего субъекта вариант расчетов, необходимо сопоставление по количеству услуг и групп туристов.

Стоимость предоставленных услуг рассчитывается путем умножения количества туродней на стоимость туродня, определенную для данного класса обслуживания.

В условиях рыночной экономики производитель туристского продукта должен иметь обоснованный уровень цен на этот продукт. С этой целью на основе маркетинговых исследований разрабатывается политика цен, которая является

существенным элементом общей стратегии сбыта продукции.

Политика цен - это система стандартных правил определения цен для типовых сделок продажи туристского продукта фирмы. По существу, она представляет собой общее руководство по установлению цен и включает в себя основные принципы и правила, используемые для установления цен.

Вопросы для изучения

1. Ценовая политика в туризме.
2. Порядок и методика расчета цены на туристский продукт.
3. Факторы, влияющие на цену туристского продукта.

Практические задания по теме 5

5.1. Туристская фирма в г. Москве заключила выгодный контракт с иностранным партнером в Болгарии на обслуживание летом детских групп. Стоимость обслуживания в Болгарии одного человека (питание, проживание, экскурсионная программа) — 200 дол. При количестве детей в группе 30 человек болгарская сторона принимает на бесплатное обслуживание двух руководителей. Рассчитайте стоимость одной путевки пребывания в Болгарии: Исходные данные:

Необходимое количество преподавателей-воспитателей на группу 40 человек - 3 человека

| | |
|---|------|
| Аренда автобуса | 3000 |
| Страховка на одного человека | 10 |
| Командировочные водителю | 150 |
| Оплата платных стоянок | 100 |
| Таможенные расходы | 200 |
| Затраты, связанные с оформлением документов | |
| для выезда за границу | 100 |
| Заработная плата-специалиста | 50 |
| Прочие расходы на одного человека | 5 |

| | |
|---------------------|-------|
| Рентабельность тура | 20 %. |
|---------------------|-------|

5.2. Рассчитайте затраты турфирмы по обслуживанию группы и стоимость обслуживания одного человека по 10-дневному маршруту Москва – София (значения показателей условные).

| Исходные данные | |
|----------------------------------|-----------|
| Группа, чел. | 40 чел. |
| Руководитель группы, | 1 чел |
| Водители | 2 чел |
| Аренда автобуса | 4000 руб. |
| В том числе: | |
| Командировочные | 500 руб. |
| оплата топлива и аренда автобуса | 3000 руб. |
| страховка автобуса | 500 руб. |
| Обслуживание: | |
| в том числе | |
| проживание | 100 руб. |
| питание | 150 руб. |
| экскурсионная программа | 50 руб. |

5.3. Рассчитайте стоимость тура на одного человека. Исходные данные: Группа 40 чел. + 1 рук. группы + 2 водителя, причем 2 туриста обслуживаются партнером бесплатно

Маршрут - Москва - Чехия. Длительность тура — 10 дней (9 ночей).

| | |
|------------------------------------|-------------|
| Стоимость 1 туродня | 350 |
| Аренда автобуса с учетом страховки | 45 000 руб. |
| Командировочные водителям | 600 руб. |
| Страховка каждого туриста | 200 руб. |
| Услуги турфирмы | 10 000 руб. |
| Прибыль турфирмы | 15 % |

5.4. По сотрудничеству на безвалютной основе туристская фирма «ПАНОРАМА» принимает группу иностранных туристов численностью 10 человек на срок с 1 по 21 августа. Первая услуга - завтрак 1 августа. Последняя услуга - обед 21 августа.

Туристская фирма «ПАНОРАМА» отправляет группу российских туристов из 10 человек на срок с 2 по 22 августа. Первая - обед 2, последняя завтрак - 22. Определить наиболее приемлемый для фирмы вариант расчетов.

5.5. Рассчитайте стоимость тура разработанного вами в задании 5.4.

5.6. Определить наиболее приемлемый для фирмы вариант расчетов при сотрудничестве на безвалютной основе. Если турфирма отправляет туристов численностью 5 человек на срок с 1 по 6 августа (первая услуга - завтрак 1 августа, последняя - завтрак 6 августа), а принимает туристов численностью 5 человек с 6 по 11 августа (первая услуга - обед 6 августа, последняя - ужин 11 августа).

Тема 6. Спрос и ценообразование в отрасли туризма

1. Спрос в отрасли туризма.

2. Эластичность спроса в отрасли.

Спрос на туристские услуги претерпел за последние 30 лет значительные изменения, и на современном этапе тенденции в спросе таковы:

- переход от активного к пассивному отдыху;
- специализация и индивидуализация в спросе;
- экспансия выездного туризма;
- экологизация мышления потребителя;
- расщепление основного отпуска;
- интенсификация туристского отдыха.

Вопросы для изучения

1. Какие параметры характеризуют структуру туристского спроса?
2. Перечислите факторы, влияющие на темпы роста международного туризма.

Практические задания по теме 6

6.1. Музей реализует по цене 15 денежных единиц за одну экскурсию 4500 туров в год, при этом коэффициент прямой эластичности спроса $e^d = -5$, а коэффициент прямой эластичности предложения $e^s = 2$.

Как изменится цена одной экскурсии, если спрос на них снизится на 30 %?

Каков будет объем продаж, если при исходном спросе музей будет предлагать на 500 экскурсий больше?

6.2. Турагентство реализует туры по цене 300 условных единиц. В месяц продается в среднем 600 туров. Коэффициент прямой эластичности спроса $e^d = -2$, а коэффициент прямой эластичности предложения $e^s = 2$.

Как изменится цена тура, если спрос в летнее время поднимается на 30 %?

Как необходимо отрегулировать объем предложений, чтобы не повышать цену одного тура?

Тема 7. Определение прибыли от автотранспорта

1. Транспорт, как неотъемлемая часть тура.
2. Эффективность содержания транспорта на предприятии.

Объекты туристского интереса достопримечательности, природные объекты и природно-климатические зоны, социально-культурные объекты показа и иные, способные удовлетворить потребности туриста в процессе осуществления туристской поездки или путешествия и потребления туристских услуг.

Однако для того, чтобы эти объекты были бы реально использованы в целях туризма, необходима надлежащая инфраструктура и индустрия туризма, которая обеспечит:

- доведение до туриста информации о данном туристском объекте, необходимой и достаточной для уверенной мотивации выбора путешествия именно в эту местность и к этому объекту;
- достаточно комфортную и безопасную доставку туриста к этой местности;
- размещение;
- питание;
- развлечение.

Вопросы для изучения

1. Какие характеристики влияют на оценку эффективности работы предприятия в отрасли?
2. Поясните сущность и значение комфортной и безопасной доставки туриста к рекреационным ресурсам.

Практические задания по теме 7

7.1. Определить расходы предприятия туризма на эксплуатацию автобуса (значения параметров условные).

1. Эксплуатационные расходы.

а) заработная плата водителей за год:

$$З_B = (З_{м.в.} \cdot n_B \cdot M) \left(1 + \frac{K_{дон}}{100\%}\right)$$

б) заработная плата гидов за год:

$$З_Г = (З_{м.г.} \cdot n_Г \cdot M) \left(1 + \frac{K_{дон}}{100\%}\right),$$

где $З_{м.в.}$, $З_{м.г.}$ - месячная зарплата водителя и гида, руб.; $n_B, n_Г$ - количество водителей и гидов; $K_{дон}$ - коэффициент доплаты, %; M - количество месяцев.

в) стоимость дизельного топлива

$$C_{д.т.} = L_n \cdot P_{км} \cdot C_m,$$

где L_n - планируемый годовой пробег, км.; $P_{км}$ - расход дизельного топлива на 1 км, л/км; C_m - стоимость 1 л дизельного топлива, руб.

г) смазочные материалы

$$C_{с.м.} = L_n \cdot P_{км} \cdot \frac{K_{см}}{100\%},$$

где $K_{см}$ - процент расхода смазочных материалов на 1 л дизельного топлива, %

д) амортизация на полное восстановление

$$A = C_n \cdot \frac{H_a}{100\%} L_n,$$

где C_n - первоначальная стоимость автобуса, руб.; H_a - норма амортизации, %.

е) эксплуатация, ремонт и износ шин

$$C_{э} = L_n \cdot C_{км} \cdot K_{э},$$

где $C_{км}$ - стоимость эксплуатации, ремонта и износа шин на 1 км пробега, руб./км; $K_{э}$ - коэффициент расходов на эксплуатацию, ремонт и износ шин.

ж) накладные расходы

$$P_H = (З_B + З_Г + C_{д.т.} + C_{с.м.} + A + C_{э}) \frac{k_{нр}}{100\%},$$

где $K_{нр}$ - процент накладных расходов, %.

з) суммарные эксплуатационные расходы

$$P_{экс} = З_B + З_Г + C_{д.т.} + C_{с.м.} + A + C_{э} + P_H$$

2. Потенциальные доходы.

$$D_{\Pi} = D_1 \cdot n_{нас} \cdot F_k \cdot k_{вып},$$

где D_1 - плановый доход на одного туриста за один туро-день, руб.; $n_{нас}$ - число пассажирских мест; F_k - годовой календарный фонд времени, дней; $k_{вып}$ - коэффициент выпуска автобуса на линию.

3. Налоги, обязательные платежи и сборы.

налоги и сборы в дорожные фонды

а) налог на пользователей автомобильных дорог

$$N_{ДОР} = D_n \cdot \frac{K_{дор}}{100\%},$$

где $K_{дор}$ - процентная ставка налога на пользователей автомобильных дорог, %

б) налог с владельцев транспортных средств

$$N_{ВЛ} = W_{дв} \cdot S_w,$$

где $W_{дв}$ - мощность двигателя, л.с.; S_w - ставка налога с владельцев транспортных средств, руб./л.с.

в) местный налог на загрязнение окружающей среды

$$N_{СРЕД} = P_{год} \cdot S_{сред} \cdot K_{подв},$$

где $P_{год}$ - годовой базис израсходованного топлива, т.; $S_{сред}$ - ставка налога на загрязнение окружающей среды, руб./т; $K_{подв}$ - коэффициент типа подвижного состава

налог на содержание объектов жилищного фонда и соцкультбыта

$$N_{ЖИЛ} = D_n \cdot \frac{S_{жил}}{100\%},$$

где $S_{жил}$ - ставка налога на содержание объектов жилищного фонда и соцкультбыта, %.

Всего налогов с дохода : $N_{ДОХ} = N_{ДОР} + N_{ВЛ} + N_{СРЕД} + N_{ЖИЛ}$

налог на имущество

$$N_{ИМ} = C_n \cdot \frac{S_{им}}{100\%},$$

где C_n - среднегодовая стоимость имущества (стоимость автобуса), руб.; $S_{им}$ - ставка налога на имущество, %.

налог с прибыли.

валовая прибыль: $B_{П} = D_{П} - (P_{ЭКС} + C_n)$

$$N_{П} = \left[B_n - \left(N_{дох} + B_n \cdot \frac{10\%}{100\%} + S_{рез} \right) \right] \cdot \frac{S_{пр}}{100\%},$$

где $S_{рез}$ - сумма резервного фонда, руб.; $S_{пр}$ - ставка налога на прибыль, %.

- 1) налог на приобретение транспортных средств

$$N_{ПРИОБР} = C_n \frac{S_{приобр}}{100\%},$$

где $S_{приобр}$ - ставка налога на приобретение транспортного средства, %.

- 2) прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия

$$\Pi = B_{\Pi} - (N_{\Pi} + N_{ПРИОБР} + N_{ИМ})$$

Исходные данные

| <i>показатели</i> | <i>данные</i> |
|---|----------------------|
| Первоначальная стоимость автобуса, тыс. руб. | 5800 |
| Число пассажирских мест | 40 |
| Планируемый годовой пробег, тыс.км | 135 |
| Коэффициент выпуска автобусов на линию | 0,75 |
| Число водителей | 2 |
| Число гидов | 2 |
| Зарплата водителя в месяц, руб. | 23000 |
| Зарплата гида в месяц, руб. | 17000 |
| Коэффициент доплат, % | 42 |
| Расход дизельного топлива, л/км | 33 л/ 100 км. |
| Стоимость 1 л дизельного топлива, руб. | 20 |
| Норма амортизации, % | 0,19% на 1000 км. |
| Процент расхода смазочных масел на 1 л дизельного топлива, % | 3,2 |
| Стоимость эксплуатации, ремонта и износа шин на 1 км. пробега, руб/км. | 0,45 |
| Коэффициент расходов на эксплуатацию, ремонт и износ шин | 1,45 |
| Процент накладных расхода, % | 10 |
| Плановый доход на 1 туриста за один туро-день, руб. | 250 |
| Процентная ставка налога на пользователей автомобильных дорог, % | 0,8 |
| Мощность двигателя, л.с. | 250 |
| Ставка налога с владельцев транспортных средств, руб./л.с. | 0,7 |
| Годовой базис израсходованного топлива, т | 41 |
| Ставка налога на загрязнение окружающей среды, руб./т | 0,95 |
| Коэффициент типа подвижного состава | 17 |
| Ставка налога на содержание объектов жилищного фонда и соцкультбыта, % | 1,5 |
| Ставка налога на имущество, % | 2 |
| Сумма резервного фонда, тыс. руб. | 94 |
| Ставка налога на прибыль, % | 32 |
| Ставка налога на приобретение транспортного средства, % | 40 |

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Драчева Я.В. Экономика туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Драчева Я.В., Лазовская С.В.— Электрон. текстовые данные.— Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012.— 78 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9766>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

2. Черевичко Т.В. Экономика туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Черевичко Т.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 264 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6003>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Дополнительная литература

1. Боголюбов, В. С. Экономика туризма : учеб. пособие для вузов / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская .— 3-е изд., стер. — М. : Академия, 2008 .— 191 с. 31 экз.

2. Драчева, Е.Л. Экономика и организация туризма. Международный туризм: учеб. пособие для вузов / Е.Л.Драчева [и др.]; под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой; Моск. академия турист. и гостин.-ресторан. бизнеса .— 2-е изд., стер. — М.: Кнорус, 2006 .— 576 с. 1 экз.

3. Сорокина, Т. Д. Экономика предприятия отрасли. Экономика организации : метод. пособие / Т. Д. Сорокина ; БНТУ, Каф. менеджмента .— Минск : БНТУ, 2011.

4. Поздняков, В. Я. Экономика отрасли : учеб. пособие для вузов / В. Я. Поздняков, С. В. Казаков .— М. : ИНФРА-М, 2010 .— 309 с. 3 шт.