МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ** **«Сибирский федеральный университет»**

**Институт торговли и сферы услуг**

**кафедра торгового дела и маркетинга**

### **Экономика гостиничного предприятия**

Методические указания и задания для выполнения контрольных работ по дисциплине «Экономика гостиничного предприятия» для студентов направление подготовки 43.03.01.31 Сервис в торговле

заочной формы обучения

КРАСНОЯРСК 2023

Экономика гостиничного предприятия Метод. указания по выполнению контрольной работы по дисциплине «Экономика гостиничного предприятия» для студентов заочной форм обучения направление подготовки 43.03.01.31 Сервис в торговле /СФУ ИТиСУ; сост. Подачина Л.И. В. – Красноярск, 2023 – 27 с.

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

|  |
| --- |
| **Содержание** |
|  |  | Стр. |
|  | Введение  | 3 |
|  | Порядок выполнения, содержание и распределение контрольных работ | 3 |
|  | Задания для выполнения контрольной работы | 4 |
|  | Глоссарий  | 19 |
|  | Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) | 26 |
|  | Приложение | 27 |

ВВЕДЕНИЕ

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

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

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

В процессе выполнения работы студент должен:

– показать умение решать экономические задания;

– использовать теоретические положения в решении конкретных вопросов экономики, планировании и организации работы гостиничного предприятия

*1. Порядок выполнения, содержание и распределение контрольных работ*

 Контрольная работа состоит из:

- теоретического вопроса;

- тестового задания.

К контрольной работе предъявляются следующие требования:

- объем работы должен составлять 15-20 страниц формата А4;

- необходимо четко определять категории и понятия;

- ответы на вопросы не должны полностью дублировать текст учебника

или других источников;

- работа должна быть напечатана шрифтом Times New Roman, 14 пт, с междустрочным интервалом – 1,5; страницы пронумерованы;

- решение задания должно сопровождаться пояснениями и выводами по полученным результатам;

- фактический и цифровой материал должен иметь цитаты, ссылки на источники;

- в конце работы необходимо привести список используемой литературы, который оформляется в соответствии с требованиями высшей школы;

- титульном лист контрольной работы представлен в приложении 1

- работа должна быть представлена на кафедру за месяц до сессии.

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

По дисциплине составлено 10 вариантов контрольных работ. Задание по контрольной работе устанавливается в зависимости от начальной буквы фамилии студента, согласно следующему распределению:

|  |  |
| --- | --- |
|  Начальные буквы фамилии | Номер варианта контрольной работы |
| А | Б |
| А, У П,  | 1 |
| Е, Ч, Д,  | 2 |
| Л, Ц, Щ | 3 |
| Б, Ж, О,  | 4 |
|  Ф, Г, И | 5 |
| М, Ш, З, | 6 |
| В, С, Ю | 7 |
| Н, Т, Э | 8 |
| К, Е, Ж | 9 |
| Р, Х, Я | 10 |

2. *ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ*

2.1 Теоретическая часть

|  |  |
| --- | --- |
| вариант | вопрос  |
| 1 | Современные тенденции развития гостиничной индустрии |
| 2 | История развития международных гостиничных цепей. |
| 3 | Характеристика и тенденции мирового гостиничного комплекса |
| 4 | Основной и оборотный капитал гостиничного предприятия |
| 5 | Организация и стимулирование труда в гостиничном предприятии |
| 6 | Расходы гостиничного предприятия |
| 7 | Пути повышения доходности гостиниц с учетом современных тенденций. |
| 8 | Ценообразование на гостиничном предприятии |
| 9 | Сущность и показатели эксплуатационной программы гостиничного комплекса |
| 10 | Оценка эффективности деятельности гостиничного предприятия |

2.2. Тесты

Вариант 1

1. Гостиница – это:

а) индивидуальное средство размещения;

б) коллективное средство размещения, имеющее единое руководство;

г) коллективное средство размещения, имеющее раздельное руководство.

**2. Новый гостиничный бизнес целесообразно создавать в случае наличия:**

а) неудовлетворенного спроса на гостиничные услуги;

б) эффективно работающих предприятий в данной отрасли;

в) достаточного стартового капитала, даже если рынок насыщен данным видом услуг.

**3. Коэффициент загрузки гостиницы - это**

а) количество мест, предложенных к продаже;

б) количество проданных мест;

в) количество проданных мест;

г) количество номеров, предложенных к продаже.

4. **При увеличении выручки гостиничного предприятия сумма переменных расходов:**

а) снижается;

б) увеличивается;

в) остается неизменной;

г) уменьшается в 2 раза.

5. Показатель «рентабельности основных фондов» - это:

а) прибыль от реализации основных фондов;

б) отношение выручки к среднегодовой стоимости фондов;

в) прибыль на 1 руб. реализованной продукции собственного производства и покупных товаров

г) отношение прибыли к средней стоимости основных фондов в процентном выражении;

6. **Для определения темпа роста выручки гостиничного комплекса необходимо:**

а) выручку отчетного периода разделить на выручку базисного периода и умножить на 100;

б) выручку отчетного периода разделить на индекс цен;

в) выручку отчетного периода умножить на индекс цен;

г) выручку базисного периода разделить на выручку отчетного периода и умножить на 100.

**7. На бланке туристической путевки обычно указывают вид питания туриста. Выберите то сокращение, которое в международной практике гостиничного обслуживания предполагает оплату и предоставление туристу только завтрака:**

а) FB;

б) НВ;

в) ВВ

**8. Основными методами расчета количественной потребности в персонале являются**

а) расчеты по трудоемкости производственной программы;

б) нормы выработки;

в) нормы обслуживания;

г) рабочие места

**Вариант2**

**1. Индустрия гостеприимства – это:**

а) индивидуальное предприятие, оказывающее определенный вид услуг;

б) предприятие, оказывающее услуги только по приему гостей;

в) совокупность предприятий, оказывающих различные услуги по приему и обслуживанию гостей.

**2. По каким признакам классифицируют гостиничные комплексы:**

а) по отраслевой принадлежности предприятия;

б) стационарность

в) по назначению готовой продукции;

г) по технологической общности;

д) сезонности эксплуатации,

е) величине;

ж) по специализации и масштабам производства продукции и услуг.

**3. Можно, ли использовать модель безубыточности при производстве двух и более гостиничных /услуг?**

а) да можно;

б) нет нельзя.

**4. В гостиничных комплексах применяются следующие формы оплаты труда:**

а) повременная;

б) сдельная;

в) авансовая;

г) премиальная.

**5. Делением выручки гостиницы на среднегодовую стоимость основных фондов рассчитывается:**

а) фондоемкость;

б) фондоворуженность;

в) фондоотдача;

г) рентабельность основных фондов.

**6. Доля прироста выручки гостиничного комплекса за счет ценового фактора определяется по формуле**

а) *Вотчд*.*ц*

*Тотчд*.*ц*.

б) *Вотчд*.*ц*.

*Вотч*.*д*.*ц*.

*Вбаз Тбаз Тотч*

*Вбаз*

100 ;

100 ;

в) *Вотч*.*д*.*ц*.

*Вотч*.*с*.*ц*.

*Вотч*.*д*.*ц*. *Вбаз*

100 ;

г)

*Вбаз*

*Вотч*.*с*.*ц*.

*Вотч*.*д*.*ц*. *Тбаз*

100 ,

где Вотч.д.ц. – выручка отчетного периода в действующих ценах; Вотч.с.ц. – выручка отчетного периода в сопоставимых ценах; Вбаз – выручка базисного периода;

Т – товарооборот отчетного периода.

**7.Определить коэффициент загрузки гостиницы, если число оплаченных место-суток составило 12085, максимальная пропускная способность гостиницы 25550 место-суток, возможная пропускная способность 25440 место-суток:**

а) 25500-25440

б) 12085:25550

в) 12085:25440

г) 25440:25550

1. **Как называется лагерь для автотуристов, расположенный в загородной местности или в зоне отдыха**

а) стойбище; б) кемпинг; в) парковка; г) пристанище.

**Вариант 3**

**1.Что является предметом изучения курса «Экономика гостиничного предприятия»:**

а) сущность самого предприятия как производственно-коммерческой организации;

б) основные и оборотные средства, рабочая сила;

в) экономические отношения, преобразованные в конкретные виды хозяйственной деятельности на рынке гостиничных услуг;

г) инвестиции, их взаимосвязи, взаимодействие и пути улучшения использования.

**2. Путевка-это документ:**

а) на основании, которого производиться обслуживание иностранных туристов и взаиморасчет с турфирмой;

б) подтверждающий оплату предусмотренных программой услуг;

в) на основании, которого производиться разработка маршрута тура;

г) на основании, которого производиться разработка туристскоэкскурсионной услуги.

**3. Рентабельность услуг гостиничного комплекса рассчитывается как отношение:**

а) балансовой прибыли к полной себестоимости реализованной продукции/услуг;

б) прибыли от производства и реализации продукции/услуг к общим затратам на производство;

в) прибыли от производства и реализации продукции/услуг к полной се себестоимости реализованной продукции;

г) прибыли от реализации продукции/услуг к выручке от реализации продукции/услуг.

4. **Бизнес-план:**

а) дает возможность определить жизнеспособность проекта в условиях конкуренции;

б) содержит ориентир, как должен развиваться проект (предприятие, компания);

в) служит важным инструментом получения финансовой поддержки от внешних инвесторов.

**5. Выручка гостиницы – это:**

а) реализация продукции собственного производства и покупных товаров;

б) реализация гостиничных услуг в стоимостном выражении;

в) выручка номерного фонда;

г) товарооборот.

**6.Средняя цена гостиничного места определяется по формуле:**

а) Вн.ф.: ЧО м/с; б) Вн.ф. х ЧО м/с; в) ЧО м/с : В н.ф.; г) ЧО м/с х В н.ф.,

где В н.ф.- выручка от эксплуатации номерного фонда гостиницы, ЧО м/с – число оплаченных место /суток.

**7. Разновидности сдельной формы оплаты труда:**

а) прямая сдельная;

б) сдельно-номинальная;

в) сдельно-прогрессивная;

г) вспомогательно-сдельная;

д) аккордная.

**8.Отдельная постройка, используемая для размещения туристов, часто предлагается в тропических и южных странах?**

а) апартаменты;

б) мотель;

в) бунгало;

г) пансион.

**Вариант 4**

**1. Лимитирующие факторы в гостиничной индустрии это:**

а) сезонность;

б) политические;

в) экономические;

г) культурные;

д) природные;

е) экологические.

**2. На макроуровне значение гостиничной индустрии оценивается:**

а) развитость инфраструктуры гостеприимства;

б) количество туристов (внутренних, иностранных, выехавших за границу);

в) доходу занятых в системе туризма и гостеприимства,

д) гостиничному предложению;

е) роли туризма в платежном балансе страны и другим экономическим

выгодам и др.

**3. Бизнес-план гостиничного предприятия предназначен для:**

а) менеджеров, являющихся создателями бизнес-плана, разработка которого позволяет получить очевидные преимущества от самого процесса планирования;

б) собственников, заинтересованных в составлении бизнес-плана с точки зрения перспектив развития фирмы;

в) кредиторов, обычно банков, для которых бизнес-план является обязательным документом, подтверждающим коммерческую привлекательность проекта.

4**. В активы (имущество, средства) гостиничных предприятий включаются:**

а) денежные средства;

б) внеоборотные активы;

в) недолгосрочные активы плюс краткосрочные активы;

г) выручка.

**5. Производительность труда работников гостиницы определяется:**

а) делением выручки на среднегодовую стоимость основных фондов;

б) делением выручки на среднесписочную численность работников гостиницы;

в) делением среднесписочной численности работников гостиницы на выручку;

г) умножением выручки на среднесписочную численность.

**6. Прибыль от реализации услуг гостиницы определяется:**

а) выручка гостиницы минус налоги и отчисления из выручки;

б) выручка гостиницы плюс себестоимость;

в) себестоимость минус выручка;

г) выручка гостиницы минус себестоимость;

**7. Повременная форма оплаты труда применяется:**

а) при невозможности или нецелесообразности установления количест-

венных параметров труда;

б) при этой форме оплаты труда работник получает заработную плату в

зависимости от количества произведенной продукции.

**8. Обслуживание «a la cart » - это...**

а) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню;

б) обслуживание по единому для всех туристов меню без права выбора

блюд;

в) свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание.

**Вариант 5**

**1. Важнейшими показателями оценки эффективности деятельности индустрии гостеприимства на макроуровне являются:**

а) по вкладу в доход государства;

б) предоставлению рабочих мест, уровню занятости;

в) доходы от предоставленных гостиничных услуг;

г) число рабочих мест;

д) доходы государственного бюджета, относящиеся к туризму и др.

**2. Какие разделы включаются в бизнес-план гостиничного предприятия?**

а) вводная часть;

б) предоставление рабочих мест, уровень занятости;

в) существо предлагаемого проекта;

г) анализ рынка;

д) план маркетинга;

е) предварительный план.

**3. Ваучер - это документ:**

а) на основании, которого производиться обслуживание иностранных

туристов и взаиморасчет с турфирмой;

б) подтверждающий оплату предусмотренных программой услуг;

в) на основании, которого производиться разработка маршрута тура;

г) на основании, которого производится разработка туристско-

экскурсионной услуги.

**4. Повышение производительности труда проявляется?**

а) в уменьшении доли живого труда в изготовляемой продукции/услугах;

б) в увеличении доли прошлого труда, при этом абсолютная величина затрат живого и овеществленного труда на единицу продукции сокращается.

**5. Прибыль от реализации услуг гостиницы определяется:**

а) выручка гостиницы минус налоги и отчисления из выручки;

б) выручка гостиницы плюс себестоимость;

в) себестоимость минус выручка;

г) выручка гостиницы минус себестоимость;

**6. Нерентабельной называют гостиницу:**

а) имеющую небольшую прибыль;

б) имеющую убытки;

в) если рентабельность товарооборота 0,1 %;

г) если доля собственного капитала в его общей величине составляет 1 %.

**7. Различают следующие системы повременной формы оплаты труда:**

а) простая повременная;

б) повременно-косвенная;

в) аккордная;

г) окладная;

**Вариант 6**

**1. Отличительные особенности гостиничной услуги как продукта, выберите 4 «не»:**

а) неосязаемость услуги;

б) непрерывность услуги;

в) неразрывность производства и потребления;

г) необходимость услуги;

д) непостоянство качества;

**2. Индустрия гостеприимства и туризма:**

а) это сфера предпринимательства, состоящая из таких видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям;

б) это способ предоставления услуг промышленным способом;

в) структура и состав предприятий, предоставляющих услуги гостеприимства и туризма.

**3. Содержание бизнес-плана:**

а) анализ положения дел в отрасли;

б) транспортный план;

в) план маркетинга;

г) подготовительный план;

д) организационный план, управление персоналом.

**4. Факторы роста производительности труда включают:**

а) повышение технического уровня производства;

б) изменение оперативного времени;

в) изменение объема производства и структурные изменения в производстве;

г) изменение внешних, природных условий;

д) прочие факторы.

**5. При увеличении товарооборота ресторана гостиничного предприятия сумма переменных расходов:**

а) снижается;

б) увеличивается;

в) остается неизменной;

г) уменьшается в 2 раза.

**6. Для определения темпа роста выручки гостиничного предприятия необходимо:**

а) выручку отчетного периода разделить на выручку базисного периода и умножить на 100;

б) выручку отчетного периода разделить на индекс цен;

в) выручку отчетного периода умножить на индекс цен;

г) выручку базисного периода разделить на выручку отчетного периода и умножить на 100.

**7.Показатель рентабельность выручки (рентабельность гостиничных услуг) – это:**

а) относительная величина, характеризующая отношение прибыли от реализации к выручке, умноженная на 100

 б) относительная величина, характеризующая отношение выручки к прибыли, умноженная на 100;

в) относительная величина характеризующая отношение прибыли к себестоимости, умноженная на 100;

г) относительная величина, характеризующая отношение прибыли к товарообороту, умноженная на 100;

**8. Оплата труда в условиях рынка основана на принципах:**

а) оплата труда за созданный продукт;

б) прибыль становится высшим критерием оценки количества и качества труда;

в) прибыль является основным источником личных доходов работников гостиничных предприятий.

**Вариант 7**

**Верно ли утверждение, что:**

а) дополнительные средства размещения способствуют развитию внутреннего туризма;

б) дополнительные средства размещения способствуют понижению разнообразия услуг;

в) дополнительные средства размещения понижают приток туристов вдестинацию;

г) разгружают переполненные гостиницы в период наибольшей активности – в туристский сезон.

**2. Объектами калькулирования в гостинице являются?**

а) гостиничный номер;

б) единица услуги;

в) блюдо, напиток;

г) предоставление помещения для деловых встреч, выставок, банкетов и т.п.

**3.Финансовый план включает:**

а) отчет о прибыли

б) прогноз потока реальных денег

в) планирование себестоимости услуг;

г) прогноз точки безубыточности.

**4.Норма численности работников гостиничного предприятия:**

а) это установленная численность работников определенного профессионально-квалификационного состава;

б) необходима для выполнения конкретных производственных, управленческих функций или объемов предоставляемых услуг;

в) определяет затраты труда по профессиям, специальностям, группам

или видам работ, отдельным функциям, в целом по гостиничному предприятию, или его структурному подразделению;

г) ведется раздельно по группам производственного и иепроизводственного персонала.

**5. Пассивы (источники образования средств) гостиничного предприятия состоят из:**

а) собственных средств;

б) основных активов;

в) собственные средства плюс заемные средства;

г) кредиторской задолженности.

6. Как влияет снижение себестоимости на прибыль гостиничного комплекса:

а) прибыль увеличивается;

б) прибыль уменьшается;

в) прибыль остается неизменной;

г) прибыль уменьшается в два раза.

**7. Для определения товарооборота ресторана гостиничного предприятия в сопоставимых ценах необходимо:**

а) товарооборот отчетного периода разделить на индекс цен;

б) товарооборот базисного периода разделить на индекс цен;

в) товарооборот отчетного периода умножить на индекс цен;

г) товарооборот отчетного периода минус товарооборот базисного периода.

**8. Плановая величина расходов на оплату труда, или фонд оплаты труда определяться:**

а) укрупненно;

б) дифференцированно;

в) аддитивно

**Вариант 8**

**1.Дополнительные бесплатные услуги, предоставляемые гостиничным предприятием это:**

а) лечебная диагностика;

б) услуги предприятий питания;

в) вызов врача скорой помощи:

г) услуги размещения.

**2. Наличие каких ресурсов в гостиничном продукте гарантирует ему абсолютную конкурентоспособность:**

а) экономических;

б) временно действующих;

в) демографических;

г) туристско-рекреационных.

**3. Основные показатели финансового плана гостиничного предприятия:**

а) объем производства и продаж;

б) выручка от реализации;

в) внеоборотные активы;

г) чистый оборотный капитал;

д) себестоимость.

**4. Численность работников измеряется показателями:**

а) списочная численность;

б) арифметическая;

в) явочная численность;

г) среднесписочная численность работников.

**5. Валовой товарооборот ресторана гостиничного комплекса рассчитывается по формуле:**

а) товарооборот по продукции собственного производства плюс товарооборот по обеденной продукции;

б) розничный товарооборот плюс оптовый товарооборот;

в) товарооборот по покупным товарам плюс оптовый товарооборот по

продукции собственного производства;

г) розничный товарооборот минус оптовый товарооборот.

**6. Показатель «рентабельность активов» - это:**

а) относительная величина, характеризующая отношение активов к совокупной прибыли, умноженное на 100;

б) относительная величина, характеризующая отношение совокупной

прибыли к активам, умноженное на 100

в) относительная величина, характеризующая отношение дохода к активам, умноженное на 100;

г) относительная величина, характеризующая отношение активов к товарообороту, умноженное на 100.

**7. Если уровень дохода от реализации кафе возрастет на 2 % к товарообороту, а уровень расходов увеличится на 2 %, то уровень рентабельности**

а) снизится на 2 %;

б) повысится на 2 %;

в) не изменится;

г) снизится на 4 %.

**8. Фонд оплаты труда (ФОТ) гостиницы состоит из:**

а) плановый;

б) бестарифный;

в) дневной;

г) месячный;

е) годовой.

**Вариант 9**

**1.Транзитная гостиница это:**

а) гостиница, предоставляющая большой выбор услуг;

б) гостиница, предоставляющая только питание и ночлег;

в) гостиница, предоставляющая отдых и развлечения;

г) только размещение.

**2.Какие факторы влияют на прибыль гостиничного предприятия?**

а) цены на гостиничные номера;

б) доходы номерного фонда;

в) цены в меню предприятий общественного питания;

г) доходы предприятий общественного питания;

д) расходы на основную заработную плату;

е) расходы по дополнительной оплате труда (премии и переработки);

ж) расходы на рекламу;

з) стоимость продовольственного сырья и напитков и т.д.

**3. Рассчитать товарооборачиваемость в днях по ресторану гостиничного предприятия, если средний запас сырья и товаров за первый квартал 720 млн руб., товарооборот первого квартала 2120 млн руб.:**

а) 720:2120

б) 2120х720:90

в) 2120:720

г) 720х90:212

4.Исходными данными для определения численности работников гостиничного комплекса являются:

а) производственная программа;

б) нормы времени, выработки и обслуживания;

в) номинальный (реальный) бюджет рабочего времени за год;

г) мероприятия по сокращению затрат труда и т.д.

**5. Показатель «Чистая прибыль» - это:**

а) доход от реализации за вычетом расходов на реализацию;

б) прибыль от финансовой деятельности;

в) операционная прибыль;

г) прибыль, остающаяся в распоряжении гостиничных комплексов после уплаты налогов и отчислений, уплачиваемых из прибыли.

**6. Определить срок окупаемости капитальных вложений, если планируемая чистая прибыль гостиничного предприятия 500 млн руб., капитальные вложения 1500 млн руб.:**

а) 1500–500

б) 1500:500

в) 500:1500

г) 500х1500

**7.Финансовый план гостиничного предприятия - это**

а) товарный (продуктовый) баланс;

б) бухгалтерский баланс;

в) документ, отражающий объемы поступления и расходования денежных средств, представленный в виде баланса доходов и направлений расходов предприятия на планируемый год;

г) прогноз движения потока денежных средств.

**8. Фонд потребления на предприятии формируется за счет:**

а) фонда оплаты труда (ФОТ) — средства, начисленные для оплаты труда всех работников;

б) доходов (дивиденды, проценты), выплачиваемые по акциям трудового

коллектива и вкладам членов трудового коллектива в имущество предприятия, учреждения, организации;

в) денежных выплат и поощрений.

**Вариант 10**

**1.Назовите одно из условий подъема гостиничного хозяйства:**

а) восстановление и стабилизация внутреннего туризма;

б) стабилизация въездного туризма;

в) стабилизация выездного туризма.

**2. Чистая прибыль гостиничного предприятия определяется как:**

а) разница между балансовой прибылью и обязательными отчислениями от прибыли в бюджет и фонды предприятия;

б) разница между валовым доходом предприятия и совокупными издержками на производство и реализация продукции/услуг предприятия;

в) разница между балансовой прибылью и прибылью от внереализационных доходов;

г) разница между выручкой и совокупными затратами на производство и реализацию продукции/услуг.

**3. Обеспечение потребности в кадрах гостиничного предприятия предполагает:**

а) определение численности работников предприятия;

б) сопоставление численности с имеющейся потребностью в рабочей силе; оценку оборота, текучести кадров;

в) определение дополнительной потребности или избытка кадров.

**4. Исходная информация для подготовки бизнес-плана включает:**

а) информацию о спросе;

б) производственную информацию;

в) финансовую информацию;

г) информацию об издержках.

**5. Величина постоянных расходов ресторана гостиничного предприятия:**

а) зависит от изменения объема товарооборота;

б) не зависит от величины потребляемых ресурсов;

в) не зависит от изменения объема товарооборота;

г) не зависит от стоимости сырья и товаров.

6. **Как рассчитать доходность номерного фонда гостиницы:**

а) выручку гостиницы разделить на количество проданных номеров;

б) выручку номерного фонда разделить на число гостей;

в) выручку номерного фонда разделить на количество проданных номеров;

г) выручку номерного фонда разделить на количество проданных мест.

**7. Кадровая политика гостиничного предприятия подразумевает:**

а) планирование затрат труда

б) наем и размещение рабочей силы;

в) обучение, подготовку и переподготовку работников; продвижение по службе и организацию карьеры;

г) условия найма, труда и его оплату;

**8. Нестабильность спроса на гостиничный продукт продукт зависит от:**

а) инвестиций капитала в единицу продукции;

б) сезонных колебаний;

в) наличия конкуренции между поставщиками.

**3. Вопросы для подготовке к зачету**

По дисциплине «Экономика гостиничного предприятия»

1 Определение понятия «гостиницы».

2 Основные этапы развития мировой гостиничной индустрии.

3 Национальные системы классификации.

4 Классификация средств размещения, рекомендуемая ВТО.

5 Характеристика и тенденции развития мирового гостиничного комплекса

6 Характеристика и тенденции развития гостиничного хозяйства России.

7 Понятие о гостиничной сети.

8 Структура типового гостиничного комплекса.

9 Основные службы современного отеля.

10 Деятельность службы приема и размещения гостиничного комплекса.

11 Деятельность службы питания ресторана гостиничного комплекса.

12 Сущность эксплуатационной программы гостиничного предприятия.

13 Основные оперативные показатели в средствах размещения, методика их

14 Эффективность использования номерного фонда гостиничного предприятия.

15 Себестоимость услуг гостиницы, факторы, влияющие на ее величину.

16 Классификация себестоимости услуг.

17 Резервы снижения себестоимости гостиничных услуг.

18 Планирование себестоимости услуг гостиницы.

19 Анализ расходов на производство и реализацию услуг гостиничного предприятия

20 Сущность, значение прибыли гостиничного предприятия

21 Источники образования прибыли гостиничного предприятия

22 Методика расчета рентабельности гостиничного предприятия

23 Анализ прибыли и рентабельности гостиничного предприятия

24 Методы планирования прибыли гостиничного предприятия

25 Анализ дохода от производства и реализации продукции собственного производства и покупных товаров ресторана гостиничного комплекса. Резервы роста.

26 Особенности ценообразования в сфере гостеприимства.

27 Методы формирования цены на услуги гостиничного предприятия

28 Классификация показателей эффективности хозяйственной деятельности гостиниц и ресторанов.

29. Методика расчета обобщающих, частных и специфических показателей эффективности гостиничного предприятия

 30. Система показателей эффективности использования персонала гостиничного предприятия

31. Структура основных средств гостиничного комплекса.

32.Показатели эффективности использования основных средств гостиничного

комплекса.

33. Особенности структуры оборотных средств гостиничного комплекса.

34. Показатели эффективности использования оборотных средств гостиничного

35. Структура гостиничных услуг.

36. Ресурсы гостиничного комплекса.

37.. Методы планирования доходов номерного фонда, других видов доходов

гостиничного комплекса.

**4. ГЛОССАРИЙ**

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

БАНКЕТ - торжественный званый обед или ужин, устраиваемый в честь кого-либо, чего-либо. По форме обслуживания различают: банкет с полным обслуживанием, когда все участники банкета сидят за сервированным столом, на который предварительно не ставят закусок, блюд, напитков, а их подачу осуществляют официанты в обнос, и банкет с частичным обслуживанием, когда на стол предварительно ставится часть закусок, но участников банкета обслуживают официанты.

БАНКЕТ-ФУРШЕТ - форма обслуживания банкета, когда гости едят и пьют, стоя у столов, к которым не ставят стульев; закуски подают маленькими порциями «под вилку», т.е. чтобы можно было есть без помощи ножа.

ВАУЧЕР (ТУРИСТИЧЕСКАЯ ИЛИ МАРШРУТ) - документ, на основании которого предоставляется обслуживание иностранным туристам и производятся расчеты с фирмами

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

ГОРНИЧНАЯ - работник службы гостиничного фонда (обслуживания номерного фонда), в обязанности которой входит уборка гостиничных номеров (жилых помещений и ванных комнат).

ГОСТИНИЦА - средство размещения, предоставляющее людям, находящимся вне дома, комплекс услуг, основными (комплексообразующими) из которых является услуга размещения и питания; кроме того, могут оказываться дополнительные услуги.

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

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

ГОСТЕВОЙ ЧЕК - квитанция, предъявляемая хозяину ресторана или бара, часто используется как часть ваучера.

ДВОРЕЦКИЙ – управляющий домашним хозяйством в усадьбах и городских особняках, то же, что и домашний менеджер в современной терминологии; (в гости нице) постоянный помощник гостя в отеле высшей категории. В обязанности дворецкого входит оказание помощи гостю на территории отеля (знакомство со службами отеля, персональная помощь в решении различных вопросов, возникающих у гостя во время размещения в гостинице).

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

ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ - это установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов.

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

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

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

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

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

КАТЕГОРИЯ ГОСТИНИЦ - утвержденная в ряде стран, в том числе в РФ классификация средств размещения. В РФ установлены категории - «без звезд», «одна звезда», «две звезды», «три звезды», «четыре звезды», «пять звезд».

КЛАССИФИКАЦИЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ - процедура, проводимая на добровольной основе и включающая осуществление оценки соответствия средства размещения требованиям, установленным в данном государстве, и аттестацию его на соответствующую категорию.

КОМФОРТ – условия жизни, пребывания, обстановка, обеспечивающие удобство, спокойствие и уют; совокупность благ и удобств, получаемых человеком в процессе его производственной и бытовой жизнедеятельности при использовании отдельной вещи или некоторой совокупности вещей, а также совокупность услуг сервиса, удовлетворяющих потребностям и желаниям человека. Психологический комфорт, основанный на закономерностях психофизиологической и психологической реакции человека на окружающую обстановку, обеспечивается, если предметная среда (интерьер, рабочее место и др.) стимулирует у человека положительную эмоциональную реакцию в процессе его деятельности.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА (организационная культура предприятия) - свод наиболее важных положений деятельности организации, определяемых ее миссией и стратегией развития и находящих выражение в совокупности социальных норм и ценностей, разделяемых большинством работников.

МЕНЮ - ассортиментный минимум блюд, перечень закусок, напитков, мучных кондитерских изделий (с указанием цены и выхода продукта), расположенных в определенном порядке и предлагаемых гостям ресторана в течение всего рабочего дня.

МЕТРДОТЕЛЬ - администратор зала, руководящий работой официантов, уборщиков, а также швейцара и гардеробщика.

ОБЩЕНИЕ - взаимодействие двух субъектов или более, состоящее в обмене между ними сообщениями, имеющими предметный и эмоциональный аспекты. Общение основано на реализации особой потребности в контакте с др. субъектами, об удовлетворении которой свидетельствует возникновение «радости общения».

ОТЕЛЬ - средство размещения высокой категории, обычно предоставляющее полный комплекс основных и дополнительных услуг.

ОФИЦИАНТ - работник предприятия общественного питания, службы питания гостиничного предприятия, занимающийся обслуживанием гостей (сервировка стола, размещение гостей, предоставление меню, помощь в выборе блюд и напитков, их подача, предъявление счета и расчет с посетителями, уборка стола и др. операции).

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

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

ОФЕРТА - формальное предложение на заключение сделки с указанием услоПАЖ - посыльный, работник службы приема и размещения гостиницы, в обязанности которого входит выполнение мелких поручении, например, доставка почты в номер гостя.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ - маркетинговая стратегия по продвижению организацией своей продукции или своего имиджа с целью занять выгодное положение в сознании целевой группы потребителей, отличное от др. аналогичных предложений конкурентов.

ПОРТЬЕ - работник службы приема и размещения гостиницы, осуществляю щий оформление гостей при заселении и выезде, ответственный за возврат и выдачу ключей, выполняющий другие виды работ, относящихся к компетенции работников данной службы.

ПОТРЕБИТЕЛЬ - объект (человек, организация) сервиса, по отношению к которому осуществляются те или иные сервисные мероприятия, являющийся посредственным участником этих мероприятий.

ПРОЗВОДСТВЕННЫЙ ПРОЦЕСС ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ -

совокупность всех действий и работ по созданию потребительской стоимости, удовлетворяющей личные, коллективные (корпоративные) или общественные потребности. Результатом производственного процесса является услуга.

ПРОТОКОЛ - совокупность правил, условностей и традиций.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА - есть совокупность моральных норм, определяющих отношение человека к своему профессиональному долгу, а посредст вом его к людям, с которыми он связан в силу характера профессии, и к обществу в целом. Профессиональная этика обусловлена особенностями некоторых профессий, корпоративными интересами, профессиональной культурой. Люди, выполняющие одинаковые или близкие профессиональные функции, вырабатывают специфические традиции, объединяются на основе профессиональной солидарности, поддерживают репутацию своей социальной группы.

РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ - языковая норма. Представление о правильной, культурной, нормированной речи включает в себя и определенные представления о норме в области речевого этикета.

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

СЕРВИС - деятельность субъекта (организации) по качественному удовлетворению потребностей и интересов индивида (предприятия) в различных сферах повседневной жизни путем предоставления ему услуг.

СЛУЖБА ROOM-СЕРВИС ГОСТИНИЦЫ - структурное подразделение службы питания (F&B) гостиниц высокой категории, работники которого осуществляют обслуживание гостей в номерах (доставка блюд, сервировка, уборка).

СЛУЖБА ГОСТИНИЦЫ АДМИНИСТРАТИВНАЯ - структурное подразделение гостиницы, работники которого отвечают за организацию управления всеми службами гостиничного комплекса, решают финансовые вопросы, вопросы кадрового обеспечения, занимаются созданием и поддержанием необходимых условий труда для персонала предприятия, контролируют соблюдение установленных норм и правил по охране труда, технике безопасности, противопожарной и экологической безопасности.

СЛУЖБА ГОСТИНИЦЫ БАНКЕТНАЯ - подразделение службы питания гостиницы, специализирующееся на организации и проведении специального обслуживания массовых мероприятий на территории гостиницы.

СЛУЖБА ГОСТИНИЦЫ КОММЕРЧЕСКАЯ (служба маркетинга и продаж) - структурное подразделение гостиницы, работники которого занимаются маркетингом услуг, рекламой гостиницы, устанавливают контакты с партнерами и клиентами, планируют использование помещений.

СЛУЖБА ГОСТИНИЧНОГО ФОНДА (обслуживания номерного фонда) - структурное подразделение гостиницы, которое обеспечивает обслуживание гостей в номерах, поддерживает необходимое санитарно-гигиеническое состояние номеров и уровень комфорта в общественных помещениях (холлах, фойе, коридорах), занимается оказанием бытовых услуг.

СЛУЖБА ИНЖЕНЕРНАЯ (техническая) ГОСТИНИЦЫ – структурное подразделение гостиницы, которое создает условия для функционирования таких систем жизнеобеспечения, как кондиционирование, теплоснабжение, санитарно-техническое оборудование, системы телевидения и связи, ремонта и строительства.

СЛУЖБА КЕЙТЕРИНГА ГОСТИНИЦЫ – структурное подразделение службы питания гостиницы, работники которого оказывают услуги выездного обслуживания.

СЛУЖБА КОНСЬЕРЖЕЙ ГОСТИНИЦЫ - структурное подразделение гостиницы высшей категории, в функции которого входит организация персонального обслуживания гостей. В обязанности консьержей входит заказ такси, столика в ресторане, билетов в театр и т.п.

СЛУЖБА ПИТАНИЯ ГОСТИНИЦЫ - структурное подразделение гостиничного предприятия, функцией которого является оказание услуг питания.

СЛУЖБА ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ ГОСТИНИЦЫ - структурное подразделение гостиницы, которое занимается бронированием номеров, приемом и регистрацией гостей оформлением гостей при выезде, оказанием различных дополнительных услуг.

СРЕДСТВО РАЗМЕЩЕНИЯ - помещения, используемые организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для временного проживания туристов.

СУПЕРВАЙЗЕР - специалист по контролю и надзору за деятельностью различных объектов: как производственных, так и торговых, руководитель группы, звена.

СЕЗОННЫЕ НОРМЫ - разнообразие цен на различные услуги, меняющиеся в зависимости от сезона.

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

ТЕХНОЛОГИЯ (от греческого «Techne» – искусство и «Logos» – учение) включает в себя методы, приемы, режим работы, последовательность операций и процедур. технология тесно связана с применяемыми средствами, оборудованием, инструментами, используемыми материалами.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС В ГОСТИНИЦЕ - это упорядоченная совокупность операций по изменению размеров, формы, качества, внешнего вида или свойства услуги, например, разработка комплекса мероприятий по повышению качества услуги в гостиничном предприятии.

ТУРИЗМ - временные выезды (путешествия) граждан с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

ТУРИСТ - лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, деловых, спортивных, религиозных и иных целях.

ТУРИСТСКАЯ ИНДУСТРИЯ - совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков.

УСЛУГИ ГОСТИНИЦЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ - услуги по использованию гостями залов для переговоров, конференц-залов, бассейна, спортивного зала, прокат автомобилей, услуги химчистки, прачечной, парикмахерской, массажного кабинета и др.

УСЛУГИ ГОСТИНИЦЫ ОСНОВНЫЕ - услуги, непосредственно связанные с деятельностью любого средства размещения и занимающие наибольший удельный вес в объеме реализации услуг этого предприятия: услуги размещения и питания.

УСЛУГИ РАЗМЕЩЕНИЯ (в гостинице) - услуги по предоставлению специальных помещений (гостиничных номеров), а также услуги, оказываемые непосредственно персоналом гостиницы: портье по приему и оформлению гостей, горничными по уборке гостиничных номеров и т.д.

ЭТИКЕТ - установленный порядок поведения в соответствии с правилами учтивости и вежливости, отражающий эпоху и особенности культуры страны. Современный этикет диктует правила поведения для профессиональных и социальных групп. Например, этикет сервиса строго регламентирует правила, порядок и формы поведения работника предприятия сервиса по отношению к потребителю, которые необходимо выполнять в процессе производства и реализации услуги.

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

**ТЕРМИНЫ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ:**

ADR (Average Daily Rate) – Средняя цена номера: общая выручка номерного фонда за прошедшие гостиничные сутки, разделенная на число проданных комнатоночей. Так же употребляется сокращение ARR (Average Room Rate).

Adult (Взрослый) – Лицо, достигшее возраста 12 лет. При расчете гостиничных тарифов, а также тарифов авиакомпаний используется условная градация возрастов: Infant (Младенец) – 0-24 месяца (путешествуют и проживают бесплатно), Child (Ребенок) – 2 года - 11 лет (как правило, путешествуют и проживают по специальным "детским" тарифам), Adult (Взрослый) – старше 12 лет (оплачивается полная стоимость путешествия и проживания).

Al, All inclusive (Все включено) – Режим, включающий не только 3-разовое питание, но и дополнительные услуги, такие как легкий завтрак, закуски, легкий ужин. Напитки входят в стоимость. Иногда это могут быть только напитки местного производства, а иностранные продаются за дополнительно.

Amadeus – Одна из крупнейших дистрибьюторских систем (См. "Глобальная система дистрибуции").

AP (American plan) – См. FB (Full board)

B&B (Bed & Breakfast) – Тарифный план, который включает в себя цену за номер с завтраком. Также известен как Континентальный план (Continental Plan).

BPI (Brand Perfomance Impact) – Влияние бренда на показатели эффективности гостиницы. Например, в сети Golden Tulip в 2020 году BPI составлял 26 %.

Brunch (Бранч) – Прием пиши, объединяющий завтрак и обед (от англ.breakfast и lunch). Как правило, Бранч подается между 11:00 и 16:00, в меню входят горячие, но легкие блюда, подаются спиртные напитки (чаще всего – вино). В ресторанах отелей большой популярностью пользуются субботние и воскресные тематические Бранчи.

Check-in – Процесс заселения гостя в отель.

Check-in Time – Время заселения гостя в номер. В большинстве отелей - 14:00.

Check-out Time – Время, когда гость должен освободить номер и покинуть гостиницу. В большинстве отелей - 12:00.

Convention and Visitors Bureau (CVB) – Организации в сфере туристического маркетинга местного значения, специализирующиеся на разработке конференций, совещаний, посещений достопримечательностей города, округа или региона.

CV (Curriculum Vitae) – Резюме - документ, содержащий информацию о навыках, опыте работы, образовании и другой относящейся к делу информации, обычно требуемый при рассмотрении кандидатуры человека для найма на работу.

DBL (Double) – Двухместный номер как правило с одной большой кроватью (см. TWN)

EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortizati–n) – Прибыль до вычета процентов, налогов и амортизационных отчислений.

ExB (Extra Bed) – Дополнительная кровать в номере.

FB (Full board) – Полный пансион. Режим 3-разового питания в отеле (завтрак + обед + ужин). Напитки за обедом и ужином в стоимость обычно не входят. Так же используются термины Full pension и American plan.

FIT (Free Independent Treveller) – Индивидуальный турист (путешественник), который перемещается по заранее спланированному маршруту и часто имеет бронирование в гостиницах в пунктах остановки, билеты на транспортные средства между точками остановок, также, в большинстве случаев, уже забронированы. Такие путешественники перемещаются независимо, не в составе группы.

Front Desk – Служба приема и размещения в гостинице. Синоним Reception - стойка приема и размещения, стойка администратора гостиницы.

Full House ("пoлный дoм") – Термин обозначает загрузку гостиницы на 100% (все номера проданы).

GDS (Global Distribution Systems) – См. Глобальная система дистрибуции.

Guest History (Guest Profile) – Информация о пребывании гостя в отеле, включающая номер и категорию занимаемой комнаты, вид тарифа, способ оплаты, особые пожелания гостя и др. Каждый отель самостоятельно принимает решение, в каком объеме собирать информацию о гостях и хранить ее. В гостиницах под управлением международных брендов существуют четкие стандарты на этот счет.

HoReCa – Термин, обозначающий сферу индустрии гостеприимства (общественного питания и гостиничного хозяйства). Название «HoReCa» происходит от первых двух букв в словах Hotel, Restaurant, Cafe/Catering (отель - ресторан - кафе/кейтеринг). Термин «HoReCa» активно используется рестораторами, отельерами, шеф-поварами, компаниями-поставщиками и производителями оборудования, продуктов питания и услуг для отелей/гостиниц, ресторанов, баров и кафе, а также другими участниками гостиничного и ресторанного бизнеса для определения их принадлежности к рынку индустрии гостеприимства.

HR assessment – Деловая оценка персонала - целенаправленный процесс установления соответствия способностей, мотиваций и других качественных характеристик персонала требованиям должности или рабочего места. Различают два основных вида деловой оценки персонала: отбор персонала и аттестацию персонала.

Junior Suite – Большая комната с огороженным спальным местом, преобразуемым в гостиную днем.

KPI (Key Performance Indicator) – Ключевые показатели эффективности - ограниченный набор объективно измеримых параметров, позволяющий оценить результативность работы. В зависимости от стратегии компании различают разные KPI. В основном их применяют для определения эффективности работы административно-управленческого персонала. Например, в стратегической цели «увеличить средний доход на клиента с 10$ до 15$ на 2008 год» ключевым показателем эффективности является «средний доход на клиента».

Luggage Tag (Luggage Ticket) – Багажная квитанция, которой служащие отеля маркируют багаж гостей, сдаваемый в камеру хранения. На багажной квитанции указываются: фамилия гостя и номер комнаты.

Out Of Order Room – Комната не пригодна к заселению по причине поломки, неисправности оборудования или проведения ремонтных работ в данной комнате.

Rack Rate – Oфициально объявленная цена за номер в гостинице без учёта возможных скидок.

RevPAR (Revenue per available room) – Общая выручка номерного фонда, деленная на общее число доступных комнат (математически равно ADR, умноженную на Загрузку отеля).

RHIC (Russia and CIS Hotel Investment Conference) – Конференция по инвестициям в гостиничный бизнес России и СНГ, одно из наиболее авторитетных бизнес-событий отрасли и площадка для взаимодействия с партнерами и потенциальными инвесторами. Ежегодно организуется компаниями Bench Events и Questex

Media Group на базе одного из ведущих отелей России.

ROI (Return On Investment) – Финансовый показатель, характеризующий доходность инвестиционных вложений.

Room Service (Обслуживание в номерах) – Доставка горячих блюд, закусок и напитков в гостевые номера.

SGL (Single) – Одноместное размещение в номере или одноместный номер.

TRPL (Triple) – Трехместный номер или трехместное размещение в номере.

TSA (Technical Services Agreement) – Договор Технического Сопровождения.

Заключается между собственником гостиницы и управляющей компанией. В рамках Договора управляющая компания осуществляет сопровождение гостиничного проекта на этапах проектирования, строительства, оснащения, комплектации и подготовки к открытию.

Twitter – Социальная сеть, система микроблогов, позволяющая пользователям отправлять короткие сообщения. В наши дни активно используется гостиничными сетями и независыми отелями для общения с целевой аудиторией.

TWN (Twin) – Двухместный номер с двумя раздельными кроватями или двухместное размещение на двух раздельных кроватях.

Walk In Guest – Гость, прибывший в отель, без предварительного бронирования.

5.Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

**Нормативные документы**

1. Конституция Российской Федерации Принята на всенародном голосовании 12 декабря 1993 г. – URL: http://ivo.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm (дата обращения: 30.06.2022).

2. Бюджетный кодекс Российской Федерации (БК РФ) от 31.07.1998 №145-ФЗ (принят ГД ФС РФ 17.07.1998г.) (в действующей редакции) http://www.consultant.ru/popular/budget/ (дата обращения: 30.06.2022).

 3. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 26.01.1996 N 14-ФЗ Часть 2 (в действующей редакции). – URL: http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/ (дата обращения: 30.06.2022).

 4. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 30.11.1994 N 51-ФЗ - Часть 1 (в действующей редакции) – URL: http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/ (дата обращения: 30.06.2022).

5. Положение о государственной системе классификации гостиниц и иных средств размещения в РФ от 21.08.03г. № 197

6.ГОСТ Р 51185 - 98. Туристские услуги. Средства размещения.

7.Правила предоставления гостиничных услуг в РФ (от 25.04.1997г. № 490 в редакции 2000 г.).

8.Приказ Министерства культуры РФ от 3.12.12 г. N 1488 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями"

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
| Л1.1 | Лазарев А.НЗайцева Н.АОгнева С.ВЕгорова е.Н. | Экономика гостиничного предприятия | ООО»Кнорус» 2016 |
|  Л1.2 | Малых Н.И., Можаева Н.Г | Экономика гостиничного предприятия |  Инфра-М, Форум, 2013. |
| Л1.3 | Сергеев И.ВВеретенникова И. И. | Экономика организации (предприятия) | Юрайт 2018 |

**Приложение 1**

*Образец оформления титульного листа*

Министерство науки и высшего образования РФ

Федеральное государственное автономное

образовательное учреждение высшего образования

**СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра торгового дела и маркетинга

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

**по дисциплине Экономика гостиничного предприятия**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Преподаватель | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  | подпись, дата | инициалы, фамилия |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Студент  |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  | номер группы, зачетной книжки | подпись, дата | инициалы, фамилия |

Красноярск 20\_\_