

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Экономика предприятия»

ЭКОНОМИКА ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА

Методические указания
к выполнению расчетно-графической работы
для студентов направления подготовки
38.04.01 – Экономика
всех форм обучения

Севастополь
СевГУ
2020

УДК [338.45: 640.41](076)
ББК 65.43я73
Э40

Рецензент:
И.Н. Кулинич - канд. экон. наук, доцент

Составитель: Л.С. Абрамова

Э40 Экономика гостиничного комплекса : методические указания к выполнению расчетно-графической работы для студентов направления 38.04.01 Экономика всех форм обучения / Сост. Л.С. Абрамова ; Министерство науки и высшего образования РФ, Севастопольский государственный университет. – Севастополь: СевГУ, 2020. – 35 с. – Текст : электронный.

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

УДК [338.45: 640.41](076)
ББК 65.43я73

Методические указания и планы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры «Экономики предприятия», протокол № 6 от 30 декабря 2019 г.

Допущены учебно-методическим центром СевГУ в качестве методических указаний.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. ТРЕБОВАНИЯ К РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКОЙ РАБОТЕ.....	5
2. Задания для выполнения расчетно-графической работы.....	6
2.1 Теоретическая часть	6
2.2. Тесты	6
2.3. Практическое задание.....	18
3. ЛЕКЦИИ, ИХ СОДЕРЖАНИЕ	19
4. ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА».....	21
5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	23
6. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	24
7. ГЛОССАРИЙ.....	26
ПРИЛОЖЕНИЕ А	35

ВВЕДЕНИЕ

В соответствии с учебным планом магистры всех форм обучения должны выполнять расчетно-графическую работу (РГР), которая состоит как из теоретических, так и практических заданий.

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

Выполнение РГР способствует более глубокому усвоению студентами дисциплины «Экономика гостиничного комплекса» 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 комплекса.

1. ТРЕБОВАНИЯ К РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКОЙ РАБОТЕ

Вариант РГР выбирается по последней цифре номера зачетной книжки. РГР состоит из: одного теоретического вопроса, тестовой части и практического задания.

К расчетно-графической работе предъявляются следующие требования:

- объем работы должен составлять 15-20 страниц формата А 4;
- необходимо четко определять категории и понятия;
- ответы на вопросы не должны полностью дублировать текст учебника или других источников;
- работа должна быть напечатана шрифтом Times New Roman, 14 пт, с междустрочным интервалом – 1,5; страницы пронумерованы;
- решение задания должно сопровождаться пояснениями и выводами по полученным результатам;
- фактический и цифровой материал должен иметь цитаты, ссылки на источники;
- в конце работы необходимо привести список используемой литературы, который оформляется в соответствии с требованиями высшей школы;
- на титульном листе РГР указывается название вуза, кафедра, дисциплина, по которой написана работа, номер варианта; внизу справа - фамилия, имя, отчество студента, группа, № зачетной книжки; ниже - фамилия, имя, отчество, ученая степень и звание проверяющего преподавателя;
- работа должна быть представлена на кафедру за месяц до сессии.

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

2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКОЙ 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 гостиничных комплексов.
5	Организация и стимулирование труда в гостиничных комплексах.
6	Издержки гостиничного комплекса.
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 гостиничных комплексов.

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 комплекса 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 р. 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) HB;
- в) BB

8. Основными методами расчета количественной потребности в персонале являются:

- а) расчеты по трудоемкости производственной программы;
- б) нормы выработки;
- в) нормы обслуживания;
- г) рабочие места.

Вариант 2

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) $\frac{Вотч.д.ц. - Вбаз}{Тотч.д.ц. - Тбаз} \times 100;$
- б) $\frac{Вотч.д.ц. - Тотч}{Вотч.д.ц. - Вбаз} \times 100;$
- в) $\frac{Вотч.д.ц. - Вотч.с.ц.}{Вотч.д.ц. - Вбаз} \times 100;$
- г) $\frac{Вбаз - Вотч.с.ц.}{Вотч.д.ц. - Тбаз} \times 100,$

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.

8. 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 комплекса»:

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

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 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. Пропускная способность обеденного зала столовой, ресторана, кафе гостиничного комплекса определяется по формуле:

а) $ПС = \frac{BP \times ВП}{Чм}$;

б) $ПС = \frac{BP \times Чм}{ВП}$;

в) $ПС = \frac{ВП}{BP}$;

г) $BP: Чм$,

где ВР – продолжительность работы столовой, ресторана, кафе за день; ВП – время приема пищи посетителем; Чм – число мест в зале.

7. Средняя цена гостиничного места определяется по формуле:

а) $Вн.ф.: ЧО \text{ м/с}$;

- 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 мест /сутки.

8. Разновидности сдельной формы оплаты труда:

- а) прямая сдельная;
- б) сдельно-номинальная;
- в) сдельно-прогрессивная;
- г) вспомогательно-сдельная;
- д) аккордная.

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 комплекса 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 комплексов 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 количественных параметров труда;
- б) при этой форме оплаты труда работник получает заработную плату в зависимости от количества произведенной продукции.

8. Обслуживание «à la carte» - 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 комплекса?

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

5. Повышение производительности труда проявляется?

- а) в уменьшении доли живого труда в изготавливаемой продукции/услугах;
- б) в увеличении доли прошлого труда, при этом абсолютная величина затрат живого и овеществленного труда на единицу продукции сокращается.

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. 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 %.

8. Различают следующие системы повременной формы оплаты труда:

- а) простая повременная;
- б) повременно-косвенная;
- в) аккордная;
- г) окладная.

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

- а) апартаменты;
- б) мотель;
- в) бунгало;
- г) пансион.

Вариант 6**1. Отличительные особенности гостиничной услуги как продукта, выберите 4 «не»:**

- а) неосвязаемость 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 комплекса сумма переменных расходов:

- а) снижается;

- б) увеличивается;
- в) остается неизменной;
- г) уменьшается в 2 раза.

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. 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

1. Верно ли утверждение, что:

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

2. Являются ли объектами калькулирования в гостинице?

- 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 комплекса:

- 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 непроизводственного персонала.

5. Пассивы (источники образования средств) гостиничного комплекса 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 комплекса 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 комплекса:

- 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:

- 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 комплекса?

- 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 комплекса, если средний запас сырья и товаров за первый квартал 720 млн руб., товароборот первого квартала 2120 млн руб.:

- а) $720:2120$
- б) $2120 \times 720:90$
- в) $2120:720$
- г) $720 \times 90:2120$

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 комплекса 500 млн руб., капитальные вложения 1500 млн руб.:

- а) $1500-500$
- б) $1500:500$
- в) $500:1500$
- г) 500×1500

7. Финансовый план гостиничного комплекса – 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 комплекса:

- 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 комплекса 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 зависит от:

- а) инвестиций капитала в единицу продукции;
- б) сезонных колебаний;
- в) наличия конкуренции между поставщиками.

2.3. Практическое задание на тему «Оценка гостиничного комплекса (гостиницы) и его структурных подразделений»

Студент выбирает самостоятельно гостиничный комплекс (гостиницу) и проводит оценку его услуг по схеме:

1. Характеристика гостиничного комплекса (гостиницы)
 - 1.1 Главная миссия и цели гостиничного комплекса
 - 1.2. Описание гостиничного комплекса
 - 1.3 Преимущества гостиничного комплекса
 - 1.4 Общий номерной фонд, характеристика его номеров
 - 1.5 Сервисы и услуги
 - 1.6 Системы питания
 - 1.7 Цены и скидки
 - 1.8 Условия бронирования
 - 1.9Акции, предложения
2. Анализ внешней и внутренней среды гостиничного комплекса:
 - 2.1 Характеристика внешней среды, PEST анализ;
 - 2.2 Характеристика внутренней среды, SWOT анализ
3. Характеристика корпоративной культуры предприятия
4. Характеристика служб предприятия
 - 4.1. Анализ системы управления служб
 - 4.2. Анализ организационной структуры
 - 4.3. Стандарты обслуживания гостиничного комплекса
5. Выводы

3. ЛЕКЦИИ, ИХ СОДЕРЖАНИЕ

Номер темы	Номер лекции	Наименование темы. Содержание лекции.
Т.1.	Л.1	Тема 1. Экономика гостиничного комплекса, как часть экономической науки и учебная дисциплина Экономика гостиничного комплекса – составная часть экономической науки и самостоятельная учебная дисциплина. Предмет, объект курса. Цели и задачи изучения дисциплины. Методологические основы дисциплины. Методы, используемые при изучении дисциплины. Структура курса и характеристика его разделов. Место курса в системе экономических наук.
Т.2.	Л.2	Тема 2. Гостиничный комплекс и его структура Основные этапы развития мировой гостиничной индустрии. Классификация гостиниц и других средств размещения. Характеристика и тенденции мирового гостиничного комплекса. Структура типового гостиничного комплекса. Структура гостиничных услуг.
Т.3.	Л.3	Тема 3. Эксплуатационная программа гостиничного комплекса Понятие эксплуатационной программы гостиничного комплекса. Сущность и показатели эксплуатационной программы гостиничного комплекса. Основные показатели эксплуатационной программы гостиницы. Место эксплуатационной программы гостиницы в системе планов развития гостиничного комплекса. Методика разработки эксплуатационной программы гостиницы на плановый период. Оптимизация эксплуатационной программы в соответствии со стратегией развития гостиничного комплекса.
Т.4.	Л.4	Тема 4. Финансовые результаты гостиничного комплекса Выручка гостиницы как источник дохода от производства и реализации гостиничных услуг. Источники образования доходов гостиницы. Методы планирования доходов номерного фонда, других видов доходов гостиничного комплекса. Себестоимость гостиничных услуг как составная часть текущих расходов гостиничного комплекса. Классификация себестоимости гостиничных услуг по статьям и другим классификационным признакам. Факторы, влияющие на себестоимость гостиничных услуг. Резервы экономии себестоимости гостиничных услуг. Характеристика прибыли гостиничного комплекса. Факторы внутренней и внешней среды, определяющие величину прибыли.
Т.5.	Л.5	Тема 5. Ресурсы гостиничного комплекса Ресурсы гостиничного комплекса: понятие, виды и источники формирования. Персонал гостиниц. Система показателей эффективности использования труда персонала гостиниц. Материально-техническая база как натурально-вещественная форма основных фондов и как составная часть экономического потенциала гостиничного комплекса. Структура основных средств гостиничного комплекса. Аренда и лизинг как формы использования основных фондов. Особенности структуры оборотных средств гостиничного комплекса.
Т.6.	Л.6	Тема 6. Роль ценообразования на гостиничном предприятии Сущность и функции цены как экономической категории. Ценовая политика

		в сфере гостиничных услуг. Виды цен. Цена и порядок ценообразования, методы формирования цены на услуги гостиничного комплекса. Ценовая стратегия организации.
Т.7.	Л.7	Тема 7. Пути повышения эффективности гостиничного комплекса Современный инструментарий оценки эффективности хозяйственной деятельности. Методика расчета обобщающих, частных и специфических показателей эффективности гостиничного комплекса. Признаки классификации показателей эффективности. Методы комплексной оценки эффективности деятельности гостиничных комплексов и разработка путей повышения их эффективности.
Т.8.	Л.8	Тема 8. Бизнес планирование в сфере гостиничных услуг Составление и содержание бизнес-плана в сфере гостиничных услуг. Основные разделы бизнес плана гостиничного комплекса. Оптимизация бизнес-плана.

4. ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА»

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 комплекса.
13. Основные оперативные показатели в средствах размещения, методика их расчета.
14. Эффективность использования номерного фонда гостиничного комплекса.
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 комплекса.
20. Сущность, значение прибыли гостиничного комплекса.
21. Источники образования прибыли гостиничного комплекса.
22. Методика расчета рентабельности гостиничного комплекса.
23. Анализ прибыли и рентабельности гостиничного комплекса.
24. Методы планирования прибыли гостиничного комплекса.
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 комплекса.
28. Классификация показателей эффективности хозяйственной деятельности гостиниц и ресторанов.
30. Методика расчета обобщающих, частных и специфических показателей эффективности гостиничного комплекса.
31. Содержание бизнес-плана в сфере гостиничных услуг.
32. Основные разделы бизнес-плана гостиничного комплекса.
33. Система показателей эффективности использования персонала гостиничного комплекса.
34. Структура основных средств гостиничного комплекса.
35. Показатели эффективности использования основных средств гостиничного комплекса.
36. Особенности структуры оборотных средств гостиничного комплекса.

- 37. Показатели эффективности использования оборотных средств гостиничного комплекса.
- 38. Структура гостиничных услуг.
- 39. Ресурсы гостиничного комплекса.
- 40. Методы планирования доходов номерного фонда, других видов доходов гостиничного комплекса.

5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Восколович, Н. А. Экономика платных услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 410 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08762-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437360>

2. Гостиничное хозяйство. Hotelwesen: Учебное пособие / Сост. Н.П. Алексеева. - М.: Флинта: МПСИ, 2011. - 344 с.: ил. (e-book) ISBN 978-5-9765-0850-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/320766>

3. Экономика гостиничного предприятия: Учебное пособие / Н.И. Малых, Н.Г. Можаяева. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-91134-745-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406086>

Дополнительная литература:

1. Гостиничное хозяйство международных туристских дестинаций: Учебник / Сухов Р.И. - Рн/Д: Южный федеральный университет, 2016. - 196 с.: ISBN 978-5-9275-2191-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/991917>

2. Организация гостиничного хозяйства: Учебное пособие / Т.А. Джум, Н.И. Денисова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. - 400 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0176-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/222931>

3. Экономика отрасли: туризм: Учебное пособие / Е.А. Замедлина, О.Н. Козырева. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007. - 205 с.: 60х90 1/16. - (ПРОФИль). (переплет) ISBN 978-5-98281-121-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/127803>

4. Тимохина, Т. Л. Организация гостиничного дела : учебник для прикладного бакалавриата / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 331 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-08193-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432903>

5. Тимохина, Т. Л. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 336 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-08190-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432904>

6. Бураковская, Н. В. Обслуживание в гостиничном комплексе особых категорий клиентов: учебное пособие для академического бакалавриата / Н. В. Бураковская, О. В. Лукина, Ю. Р. Солодовникова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 ; Омск : Изд-во ОмГТУ. — 98 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-11735-6 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-8149-2644-9 (Изд-во ОмГТУ). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/446040>

6. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Электронные образовательные ресурсы (ЭОР)

№	Наименование ресурса, краткое описание	Ссылка
1.	Библиотека экономической и деловой литературы Содержатся учебники и учебные пособия по теоретическим и прикладным экономическим дисциплинам, учебно-методические материалы для студентов; подборка словарей, энциклопедий, справочников по разнообразным направлениям экономики и смежных дисциплин.	http://ek-lit.narod.ru
3.	Справочная правовая система КонсультантПлюс. Законы РФ, указы Президента, постановления Правительства и другие нормативные акты.	http://www.consultant.ru/
4.	Федеральная служба статистики. Основные статистические показатели, Интерактивные статистические сервисы; Открытые данные; Энциклопедия статистических терминов; Статистический инструментарий, методология и нормативно-справочная информация; Переписи и обследования; Опросы.	http://www.gks.ru/
5.	Официальный сайт Министерства курортов и туризма Республики Крым. Нормативно - правовая база в сфере туризма.	http://mtur.rk.gov.ru
6.	Сайт Российской гостиничной ассоциации.	http://www.rha.ru
7.	Турбизнес». [Электрон. ресурс]. Журнал для специалистов туристической отрасли.	http://tourbus.ru

6.2. Электронно-библиотечные системы (ЭБС)

№	Наименование ресурса, краткое описание	Ссылка
1.	Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань» Содержатся учебник и учебные пособия по теоретическим и прикладным экономическим дисциплинам, учебно-методические материалы для студентов; подборка словарей, энциклопедий, справочников по разнообразным направлениям экономики и смежных дисциплин.	https://e.lanbook.com/
2.	Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM Содержатся учебник и учебные пособия по теоретическим и прикладным экономическим дисциплинам, учебно-методические материалы для студентов; подборка словарей, энциклопедий, справочников по разнообразным направлениям экономики и смежных дисциплин.	http://znanium.com/
3.	Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» Содержатся учебник и учебные пособия по теоретическим и прикладным экономическим дисциплинам, учебно-методические материалы для студентов; подборка словарей, энциклопедий, справочников по разнообразным направлениям экономики и смежных дисциплин.	https://www.biblio-online.ru/

4.	Электронная библиотека научных публикаций в РФ «eLIBRARY» Крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций, обладающая богатыми возможностями поиска и получения информации. Библиотека интегрирована с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ) - созданным по заказу Минобрнауки РФ бесплатным общедоступным инструментом измерения и анализа публикационной активности ученых и организаций. eLIBRARY.RU и РИНЦ разработаны и поддерживаются компанией "Научная электронная библиотека".	http://elibrary.ru/
5.	Научная электронная библиотека РФ «КиберЛенинка» Научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии и повышение цитируемости российской науки.	https://cyberleninka.ru/
6.	База данных «Scopus» Scopus представляет собой крупнейшую в мире единую реферативную и наукометрическую базу данных (индекс цитирования), которая индексирует более 21 тысячи наименований научных журналов примерно 5000 международных издательств	www.scopus.com

7. 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 (комплексобразующими) 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 гостинице) 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 находящихся 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.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ - путешествия за пределами своей родной страны.

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

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

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 условий.

ПАЖ - посыльный, работник службы приема и размещения гостиницы, в обязанности которого входит выполнение мелких поручений, 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, осуществляющий 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.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ 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 посредством 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.

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

ПИК СЕЗОНА - время года в данной стране, когда торговля туруслугами и цены на них самые высокие.

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

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

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

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.

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

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

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

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

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

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

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

УСЛУГА – продукт предприятия сервиса, преимущественно не приобретающий овеществленной формы, произведенный с целью получения экономической прибыли, источником которой является потребитель продукта, нужды, и потребности которого удовлетворяет этот продукт; работа (совокупность мероприятий), выполняемая для удовлетворения нужд и потребностей потребителя, характеризующаяся завершенностью и имеющая определенную стоимость.

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 комнатно-ночей. 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 спе-

циальным "детским" тарифам), Adult (Взрослый) — старше 12 лет (оплачивается полная стоимость путешествия и проживания).

AI, 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 дополнительную плату.

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 Performance Impact) — Влияние бренда на показатели эффективности гостиницы. Например, в сети Golden Tulip в 2006 году BPI составлял 26%.

Brunch (Бранч) — Прием пищи, 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 Amortization) — 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 Traveller) — 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 ("полный дом") — 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 — Официально 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 независимыми отелями для общения с целевой аудиторией.

TWN (Twin) — Двухместный номер с двумя отдельными кроватями или двухместное размещение на двух отдельных кроватях.

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

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Образец оформления титульного листа

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
Кафедра Экономика предприятия

Расчетно-графическая работа
по дисциплине «Экономика гостиничного комплекса»

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

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

Севастополь
2020

ЭКОНОМИКА ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА

*Методические указания
к выполнению расчетно-графической работы*

*Составитель : **Абрамова** Лариса Сергеевна*

В авторской редакции

Изд. № 241/2020. Объем 2,25 п.л.
РИИЦМ ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»