

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ»

УТВЕРЖДАЮ

И.о. ректора
А.В. Троицкий
«26» октября 2021 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
«ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА»
для поступающих на образовательные программы бакалавриата
по направлению подготовки **43.03.03 Гостиничное дело**

Москва 2021

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЭКЗАМЕНА

Цель экзамена — выявить уровень знаний поступающих на обучение по программам бакалавриата направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело».

Вступительный экзамен проводится для абитуриентов, имеющих среднее профессиональное образование.

Продолжительность экзамена 90 минут.

Результаты экзамена оцениваются по стобалльной шкале (100 баллов).

Вступительные испытания проводятся в форме тестирования в личном кабинете абитуриента. В соответствии с прилагаемой к нему инструкцией, абитуриент может ответить на вопросы тестирования, выбирая в системе правильные ответы за указанное время. Если абитуриент не укладывается в указанное время тестирование останавливается автоматически, ответы на вопросы указанные ранее сохраняются в системе.

Во время экзамена абитуриентам запрещается пользоваться мобильными телефонами и любым другим электронным оборудованием.

Обращаем внимание поступающих на то, что черновики экзаменационной работы ни во время её проверки, ни во время апелляции не рассматриваются.

2. СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ПРОГРАММЫ

Менеджмент и управление персоналом в гостиничном деле

Тема 1. ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Современное состояние и основные тенденции развития современной мировой и отечественной гостиничной индустрии. Классификация и типология средств размещения в России и за рубежом. Характеристика основных групп гостиниц. Гостиничные цепи. Основные модели организации сетевого бизнеса в гостиничном хозяйстве и их значение. Гостиничные услуги и их стандартизация. Виды услуг в гостиничной деятельности, их особенности и характеристика. Обязательные и дополнительные услуги. Платные и бесплатные дополнительные услуги. Стандарты и контроль качества в гостиничном менеджменте.

Тема 2. ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Цели и задачи менеджмента на предприятиях гостиничного сервиса. Субъекты и объекты управления в гостиничном менеджменте. Понятие и виды организаций. Внутренняя среда гостиничного предприятия. Внешняя среда гостиничного предприятия. Особенности влияния факторов прямого и косвенного воздействия. Методы управления. Характеристика экономических, организационно-распорядительных и социально-психологических методов управления. Коммуникации в управлении гостиничным предприятием.

Тема 3. ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Функции гостиничного менеджмента. Общие и специальные функции. Планирование: понятие, классификация, основные стадии. Роль планирования в структурных подразделениях гостиничного предприятия. Организация и координация деятельности персонала структурного подразделения. Содержание и виды полномочий и ответственности. Организационные структуры управления гостиничных предприятий. Взаимосвязи служб и уровней гостиничного предприятия. Централизация и децентрализация управления. Структура различных служб гостиницы и их взаимосвязь. Функция контроля в системе управления структурным подразделением гостиничного предприятия.

Тема 4. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Понятия: персонал, управление персоналом. Цели, функции и принципы управления персоналом. Человеческий фактор в гостиничной деятельности. Категории персонала гостиницы. Основные требования к персоналу гостиницы. Роль корпоративной культуры в организации работы персонала гостиницы. Сущность, цели и задачи кадрового планирования. Планирование качественных и количественных потребностей структурного подразделения гостиницы в трудовых ресурсах. Процедура отбора, найма персонала. Источники и способы привлечения персонала. Набор персонала: понятие, виды, методы. Высвобождение, увольнение и текучесть кадров. Адаптация персонала: понятие, виды. Основные мероприятия по адаптации новых сотрудников.

Тема 5. СТИМУЛИРОВАНИЕ И МОТИВАЦИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Мотивация труда на предприятиях гостиничной индустрии. Понятие и назначение мотивации. Теории мотивации и их особенности. Особенности стимулирования и мотивации персонала гостиниц и других средств размещения. Формы материальной и нематериальной мотивации персонала

различных служб гостиницы. Понятие и виды лояльности персонала. Цели и методы оценки работы персонала. Аттестация: цели, задачи, принципы, функции, процедуры и методы. Обучение сотрудников: цели, виды, формы и методы обучения, используемые в гостиничном бизнесе в России и за рубежом. Оценка эффективности обучения персонала в гостиницах. Принципы формирования кадрового резерва.

Основы маркетинга гостиничных услуг

Тема 6. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Сущность маркетинга. Принципы, функции, средства маркетинга. Цели и задачи маркетинговой деятельности в гостиничном предприятии. Функционирование службы маркетинга в гостинице. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями. Объекты маркетинговой деятельности. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием.

Тема 7. РЫНОК ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности и перспективы развития рынка гостиничных услуг. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.

Тема 8. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА

Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение. Гостиничный продукт: характерные особенности. Формирование комплексного гостиничного продукта. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия. Основные виды ценовой стратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Типы посредников. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга.

Тема 9. КОММУНИКАТИВНАЯ ПОЛИТИКА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Цели и средства маркетинговых коммуникаций. Реклама, стимулирование сбыта. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Стимулирование сбыта гостиничного продукта: виды, назначение. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.

Тема 10. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с его жизненным циклом.

Экономика гостиничного предприятия

Тема 11. ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Основные понятия: отрасль, предприятие. Роль отрасли гостеприимства в современной экономике. Особенности производства и реализации гостиничной услуги. Сущность и специфика гостиничной услуги. Гостиничный продукт, составляющие гостиничного продукта. Основы организации предпринимательской деятельности в гостиничном бизнесе. Формы управления организациями в гостиничной отрасли.

Тема 12. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Основы внутрифирменного планирования в современных условиях хозяйствования. Методы и принципы планирования. Текущий план предприятия гостеприимства. Структура доходов. Основные факторы,

определяющими доход гостиничного предприятия (загрузка номерного фонда и цены на гостиничные услуги. Стратегии управления доходами гостиницы. Факторы, влияющие на объем и уровень продаж гостиничных услуг. Учёт реализации гостиничных услуг по видам предоставляемых услуг. Внереализационные доходы гостиниц.

Тема 13. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Производственные фонды предприятий отрасли гостеприимства. Основные фонды гостиничного предприятия: структура и классификация. Показатели состояния и использования основных средств, расчёт потребности в основных средствах. Нематериальные активы: структура и классификация. Оценка и учёт нематериальных активов гостиничного предприятия. Оборотные средства гостиничного предприятия, характеристика и состав оборотных средств, источники формирования и показатели использования, оценка потребности в оборотных средствах. Планирование потребности в персонале и средствах на оплату труда.

Тема 14. ИЗДЕРЖКИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Структура расходов (издержек). Классификация издержек на выполнение услуг гостеприимства. Управление издержками гостиничного предприятия. Факторы, влияющие на формирование издержек. Механизмы ценообразования на услуги гостиничных предприятий. Затратные подходы в формировании цены продукции (услуг) предприятий гостиничной индустрии. Рыночные или маркетинговые методы в формировании цены на продукцию (услуги) предприятий гостиничной отрасли.

Тема 15. ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Основные показатели эффективности функционирования предприятия гостиничной индустрии. Сущность экономической категории «прибыль». Прибыль предприятия гостиничного комплекса. Рентабельность и ее оценка. Виды рентабельности. Специфические показатели оценки экономической эффективности гостиничного предприятия.

Требования к зданиям и инженерным системам гостиничного предприятия

Тема 16. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ЗДАНИЙ

Материально-техническая база гостиничного предприятия. Алгоритм гостиничного проекта: основные понятия проектирования, этапы проектирования гостиничных предприятий, виды проектов, принципы проектирования. Влияние месторасположения объекта на типологию гостиничных предприятий (туристская дестинация). Основные требования к зданиям гостиниц и туристских комплексов.

Тема 17. АРХИТЕКТУРНО–ПЛАНИРОВОЧНЫЕ РЕШЕНИЯ И ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ЗДАНИЙ

Основные тенденции архитектурного решения современных гостиниц. Композиционные схемы помещений. Конструктивные схемы гостиничных предприятий. Объемно-планировочное решение гостиничного объекта: основные блоки помещений и функциональные требования к ним, связь между отдельными блоками помещений. Функциональное зонирование основных помещений гостиниц. Требования к проектированию комплекса жилых и общественных помещений.

Тема 18. ИНЖЕНЕРНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Общие требования к инженерно-техническому оборудованию гостиничных предприятий. Назначение и состав инженерной инфраструктуры: санитарно-технические системы, лифтовое оборудование, энергетическое оборудование. Телекоммуникационные системы. Профессиональное технологическое оборудование. Правила эксплуатации инженерного оборудования. Управление системой жизнеобеспечения, автоматизация и диспетчеризация работы инженерного оборудования.

Тема 19. АРХИТЕКТУРА И ИНТЕРЬЕР ГОСТИНИЧНЫХ ЗДАНИЙ

Современные архитектурные стили гостиничных предприятий. Принципы оформления интерьера гостиничных зданий. Естественное и искусственное освещение в интерьере. Проблема цвета в интерьере и его физиологическое воздействие на человека. Меблировка жилых и общественных помещений гостиницы. Декоративное искусство в художественном оформлении интерьера. Современные тенденции, влияющие на оформление гостиничных предприятий.

Тема 20. СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ В ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Основные документы, регламентирующие охрану труда. Организация охраны труда на предприятии. Производственная экология и санитария. Надзор и контроль по охране труда. Ответственность работодателя и сотрудника за нарушение законодательных актов об охране труда. Антитеррористическая и противокриминальная защита гостиничного объекта. Действия персонала гостиницы в чрезвычайных ситуациях. Организация пожарной безопасности в гостинице.

3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Гостиничное дело / [М. И. Васильев и др.]; под ред. Н. М. Мышьяковой, С. Г. Шкуропат; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т" Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского гос. экономического ун-та, 2014. - 232 с.
2. Дмитриева Н. В. Гостиничный менеджмент: Учебное пособие М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 352 с.: ил.
3. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления: учеб. пособие / А. Д. Чудновский (ГУУ), М. А. Жукова (ГУУ), Ю. М. Белозерова (ГУУ), Е. Н. Кнышова - М.: ФОРУМ, 2011. - 399 с.
4. Информационные технологии управления в туризме Чудновский, А. Д. Информационные технологии управления в туризме: учеб. пособие / А. Д. Чудновский (ГУУ), М. А. Жукова (ГУУ) - 4-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2011. - 101 с.
5. Овчаренко Н.П. Организация гостиничного дела / Н. П. Овчаренко, Л. Л. Руденко, И. В. Барашок. – М.: Дашков и К°, 2015. – 202 с.
6. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 496 с.
7. Синяева И.М. Маркетинг услуг: учебник [Электронный ресурс] / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашков. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 252 с.
8. Корнеев Н.В. Технологии гостиничной деятельности / Н. В. Корнеев, Ю. В. Корнеева. – М.: Академия, 2015. – 283 с.
9. Можяева Н. Г. Гостиничный сервис: Учебник М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.

10. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах / А. В. Сорокина. - М. : Альфа-М , 2013. - 303 с.
11. Ушаков Р.Н., Авилова Н.Л. Организация гостиничного дела: обеспечение безопасности М.:ИНФРА-М, 2017. — 136 с.

Дополнительная

1. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг. – М.: Академия , 2014. – 223 с.
2. Баранова А.Ю. Оценка эффективности функционирования предпринимательских структур в индустрии гостеприимства. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 142 с.
3. Брашнов Д.Г. Гостиничный сервис и туризм. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 224 с.
4. Гостиничный бизнес и индустрия размещения / И. С. Барчуков [и др.]. – М.: 2014. - 166 с.
5. Гостиничный менеджмент / [Дмитриева Н. В. и др.] ; под ред. Н. А. Зайцевой. – М.: Альфа-М : ИНФРА-М , 2015. - 351 с.
6. Информационные технологии в туризме / С.В. Синаторов, О.В. Пикулик, Н.В. Боченина. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.
7. Мазилкина Е.И. Организация продаж гостиничного продукта / Е. И. Мазилкина. – М.: Альфа-М : ИНФРА-М , 2014. - 206 с
8. Никитина О.А. Маркетинг гостиничных услуг / О. А. Никитина ; М-во образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т Санкт-Петербург : Изд-во Политехнического ун-та , 2014. - 255 с.
9. Организация гостиничного хозяйства / Т.А. Джум, Н.И. Денисова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. - 400 с.
10. Погодина В.Л. География туризма / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова; под ред. Е.И. Богданова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 256 с.
11. Чудновский А.Д. Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, А. В. Кормишова. – М.: КноРус , 2014. - 478 с.
12. Экономика отрасли туризм / Е.И. Богданов, Е.С. Богомолова, В.П. Орловская; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 318 с.

4. ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Тестовые задания составлены в соответствии с представленной структурой:

№	Число заданий	Оценка одного задания	Оценка номера
---	---------------	-----------------------	---------------

A	10	3	30
B	10	4	40
C	5	6	30
Всего	25		100

Максимальное количество баллов за тестирование – 100.

Далее представлены примеры тестовых заданий.

В каждом блоке заданий обязательно указано множественный или единственный вариант ответа допускается.

При необходимости указать множественный вариант ответа баллы присуждаются только при условии указания всех правильных ответов, в противном случае баллы не присваиваются.

А. Выберите правильный ответ и отметьте его. В предложенных тестах допускается единственный вариант ответа на поставленный вопрос. Каждый вопрос оценивается в три балла.			
№	Вопросы	Ответы	Баллы
A1	К социально-психологическим методам управления не относятся:	а) социальное прогнозирование развития персонала б) гуманизация работы в) коммерческий расчет г) изучении морально-психологического климата	3
A2	Выберите более полное определение понятия «рынок»:	а) рынок – это место розничной торговли под открытым небом или в торговых рядах б) под рынком понимаются способ, место и средства товарообмена в) рынок – это система экономических отношений между продавцом и покупателем по поводу обмена товаров (услуг) г) другой вариант ответа	3
A3	Элементами комплекса маркетинга являются:	а) товар, цена, сбыт, продвижение; б) потребитель, конкуренты, посредники; в) маркетинговая среда, персонал, конкуренты.	3
A4	Возникновение гостиниц при монастырях было характерно для:	а) Европы б) Америки в) России г) Африки	3

A5	Мотель – это средство размещения, расположенное:	а) в деловой части города б) вблизи автомагистрали в) в центре населенного пункта г) возле железнодорожного вокзала	3
A6	Какие услуги в гостиницах из перечисленных предоставляются за дополнительную плату?	а) вызов врача б) передача корреспонденции в) информация портье г) обслуживание питанием в номере	3
A7	Элементами затрат не являются:	а) затраты на оплату труда б) отчисления на социальные нужды в) материальные затраты г) общепроизводственные расходы	3
A8	К какой категории относятся гостиницы как средства размещения:	а) индивидуальным б) специализированным в) национальным г) коллективным	3
A9	Потребности, удовлетворяемые услугами, подразделяются по функциональному назначению на четыре группы:	а) потребности в изготовлении новых изделий; потребности в восстановлении, ремонте, техническом обслуживании изделий; санитарно-гигиенические потребности; социально-культурные потребности б) применения, использования, развития, совершенствования в) физиологические, безопасности, образования, саморазвития	3
A10	Назовите основные цели рекламы в гостеприимстве:	а) информативная б) убеждающая в) напоминающая г) все указанные	3

В. Выберите правильный ответ (ответы) и отметьте их. В предложенных тестах допускается множественный вариант ответов на поставленные вопросы. Каждый вопрос оценивается в четыре балла.

№	Вопросы	Ответы	Баллы
B1	Что относится к внешней среде предприятия сферы услуг?	а) потребители продукции б) средства производства в) поставщики ресурсов г) организационная культура	4
B2	Какие средства размещения из перечисленных относят к специализированным?	а) санатории б) гостиницы в) конгресс-центры г) хостелы	4

В3	Укажите свойства гостиничной услуги:	а) неосязаемость б) эффективность в) объективность г) неразрывность производства и потребления д) надежность е) несохраняемость ж) непостоянство качества	4
В4	Дополнительные гостиничные услуги, которые предоставляются без дополнительной платы:	а) вызов скорой помощи б) услуги прачечной в) услуги массажиста г) доставка в номер корреспонденции д) доставка в номер комплекта посуды или столовых приборов	4
В5	Недостатки линейно-функциональной структуры управления гостиницей связаны с:	а) развитием горизонтальной интеграции б) утратой гибкости во взаимоотношениях работников в) сокращением числа уровней иерархии г) самодисциплиной д) большим объемом работы высшего руководства	4
В6	Что входит в понятие «основные элементы фирменного стиля гостиницы»?	а) логотип б) название гостиничного комплекса в) рекламная продукция г) корпоративная форма д) дизайн интерьера е) этажность здания гостиницы	4
В7	Какие категории отелей практически отсутствуют в России?	а) отели «люкс» б) мотели в) отели для постоянного проживания г) таймшерные отели д) отели вблизи аэропортов	4
В8	Что может быть конкурентным преимуществом по отношению к другой гостинице:	а) программа лояльности б) уникальная услуга в) месторасположение г) количество ресторанов	4
В9	К показателям эффективности использования материальных оборотных средств относятся:	а) средняя стоимость запасов оборотных средств б) уровень отдачи оборотных средств в) коэффициент оборачиваемости оборотных средств г) средняя продолжительность одного оборота оборотных средств	4

B10	Какие из перечисленных гостиничных сетей в настоящее время входят в число 10 ведущих мировых гостиничных компаний?	а) Кемпински б) Хилтон в) Марриотт г) ИнтерКонтинентал д) Сокос	4
С. Решите задачи и отметьте или запишите правильный ответ. Каждая задача оценивается в шесть баллов.			
№	Вопросы	Ответы	Баллы
C1	Доход гостиницы за 2021 год составил 2,8 млн рублей, годовые переменные издержки составили 0,8 млн рублей, постоянные издержки составили 1,3 млн рублей. Рассчитайте рентабельность продаж.	а) 25% б) 33% в) 75%	6
C2	По плану отчетного года предусмотрено снижение себестоимости услуг против прошлого года на 4,5%; фактическое снижение по сравнению с прошлым годом составило 5,3%. План по снижению себестоимости:	а) невыполнен на 0,8% б) перевыполнен на 1,2% в) перевыполнен на 0,8%	6
C3	В гостинице в январе 2020 года работало 30 сотрудников. В феврале двое сотрудников уволилось. В марте на их место взяли троих новых сотрудников. В июне в связи с сокращением деятельности было уволено 4 человека. В ноябре было уволено еще двое. Рассчитайте среднесписочную численность сотрудников гостиницы за 2020 год.	а) 30,5 чел. б) 26,5 чел. в) 28,0 чел.	6
C4	Емкость рынка гостиничных услуг в городе составляет 210 млн. руб. Объем продаж Гостиницы А (лидера рынка) за анализируемый период составил 80 млн. руб. Объем продаж Гостиницы Б – 65 млн. руб. Определите относительную долю рынка Гостиницы Б.	а) 81% б) 31% в) 38%	6
C5	Стоимость основных фондов гостиницы на начало года – 17,3 млн. руб. С 1 марта введено в эксплуатацию оборудование стоимостью 440,9 тыс. руб., с 1 июля выбыло оборудования на сумму 30,4 тыс. руб. Определить среднегодовую стоимость основных фондов.	а) 23 млн. руб. б) 17,65 млн. руб. в) 179105000 руб.	6