Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Тарасенко Лидия Александровна
Должность: Директор
Дата подписания: 12.11.2026 08:01:33
Уникальный программный ключ:
974f72a491e038b845779dd763f1d39f2c9a525f

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ»
«ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Рассмотрено и одобрено
на заседании педагогического совета
Протокол №2
От «29» августа 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО «ПОО» «ФЭК»
_____ Л.А. Тарасенко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ОП.02 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

по специальности
43.02.16 Туризм и гостеприимство

Квалификация: специалист по туризму и гостеприимству

Симферополь
2025 г.

1 Уровень 1 — Базовый (выбор одного правильного ответа)

Инструкция: выберите один правильный ответ.

1. **Что является ключевым признаком предпринимательской деятельности в сфере гостеприимства?**
   А) Гарантированный доход без рисков
   Б) Систематическое получение прибыли от оказания услуг
   В) Работа исключительно по государственному заданию
   Г) Отсутствие необходимости регистрации бизнеса
2. **Какой правовой статус чаще всего используют малые предприятия в сфере туризма для легальной предпринимательской деятельности?**
   А) Некоммерческая организация
   Б) Индивидуальный предприниматель (ИП) или ООО
   В) Общественное объединение
   Г) Бюджетное учреждение
3. **Что из перечисленного относится к основным переменным издержкам гостиницы?**
   А) Арендная плата за здание
   Б) Зарплата администраторов на окладе
   В) Расходы на стирку белья и расходные материалы в номерах
   Г) Амортизация мебели
4. **Какой документ определяет обязательные требования к классификации гостиниц в РФ?**
   А) Внутренний стандарт сети отелей
   Б) Постановление Правительства РФ о классификации гостиниц
   В) Рекламный буклет отеля
   Г) Договор с туроператором
5. **Что понимается под «ёмкостью рынка» в туризме?**
   А) Количество сотрудников в отрасли
   Б) Максимальный объём услуг (в номероночах, турах и т. п.), который рынок способен потребить при текущих условиях
   В) Площадь всех гостиниц региона
   Г) Сумма всех налогов, уплаченных предприятиями отрасли

Уровень 2 — Средний (задания на установление соответствия)

Инструкция: установите соответствие между элементами левого и правого столбцов.
Задание 6. Соответствие вида предпринимательского риска и его примера:

№	Вид риска	Характеристика/пример
1	Рыночный риск	А) Падение спроса из-за изменения предпочтений туристов или появления сильных конкурентов
2	Операционный	Б) Сбой в работе системы бронирования, простой номеров, ошибки

№	Вид риска	Характеристика/пример
	риск	персонала при расчётах
3	Финансовый риск	В) Рост курса валюты, удорожание импортных расходных материалов, изменение ставок по кредитам
4	Регуляторный риск	Г) Изменение требований к классификации, новые санитарные нормы, внеплановые проверки

Задание 7. Соответствие сегмента рынка и типичного предложения отеля:

№	Сегмент	Предложение
1	Бизнес-туристы	А) Быстрый Wi-Fi, переговорные комнаты, ранний завтрак, близость к деловому центру
2	Семейный отдых	Б) Детские кровати, игровая зона, меню для детей, бассейн, экскурсии
3	Молодёжный туризм	В) Хостел-формат, общие зоны, низкая цена, локации рядом с клубами и набережной
4	Премиум-сегмент	Г) Персональный консьерж, люксы, приватные услуги, высокий уровень приватности и сервиса

Задание 8. Соответствие инструмента маркетинга и его цели в гостиничном бизнесе:

№	Инструмент	Цель
1	SEO и сайт отеля	А) Повышение видимости в поисковых системах, рост прямых бронирований
2	Программы лояльности	Б) Удержание постоянных гостей, увеличение повторных визитов и среднего чека
3	Работа с отзывами (SERM)	В) Управление репутацией, снижение влияния негативных отзывов, рост доверия
4	Контекстная реклама	Г) Быстрый приток целевых клиентов по запросам «отель в центре», «номер на двоих» и т. п.

Задание 9. Соответствие статьи доходов гостиницы и источника выручки:

№	Статья доходов	Источник выручки
1	Room revenue	А) Выручка от продажи номеров (основная деятельность)
2	F&B revenue	Б) Рестораны, бары, room service, кейтеринг
3	Other revenue	В) Трансфер, аренда конференц-залов, услуги прачечной, продажа сувениров
4	Commission revenue	Г) Агентские вознаграждения или кросс-продажи (например, экскурсии через партнёров)

Задание 10. Соответствие этапа бизнес-планирования и действия предпринимателя:

№	Этап	Действие
1	Анализ рынка	А) Изучение конкурентов, спроса, сезонности, целевой аудитории в выбранном городе
2	Формирование концепции	Б) Определение формата (хостел, бутик-отель, курорт), позиционирования и УТП
3	Расчёт экономики	В) Прогноз выручки, расчёт постоянных и переменных издержек, точки безубыточности
4	Юридическое оформление	Г) Выбор формы (ИП/ООО), кодов ОКВЭД, системы налогообложения, регистрация бизнеса

Уровень 3 — Повышенной сложности

3.1. Задания на установление правильной последовательности действий

Инструкция: расставьте этапы в логической последовательности. Запишите ответ в виде последовательности букв.

Задание 11. Порядок действий при запуске мини-отеля (до первых гостей):

А) Заключение договоров с поставщиками (прачечная, клининг, продукты).

Б) Выбор локации и аренда/покупка помещения.

В) Регистрация ИП/ООО, выбор системы налогообложения, получение необходимых разрешений.

Г) Ремонт и оснащение номеров, закупка мебели и расходников.

Д) Настройка каналов продаж (сайт, агрегаторы, соцсети), обучение персонала, запуск рекламы.

Задание 12. Порядок действий при формировании ценовой политики отеля:

А) Определение целевой аудитории и позиционирования (эконом, средний, премиум).
Б) Расчёт себестоимости номера (постоянные и переменные издержки, точка безубыточности).
В) Анализ цен конкурентов и сезонных колебаний спроса.
Г) Установка базовых тарифов и правил динамического ценообразования (надбавки за выходные, праздники).
Д) Тестирование тарифов на ограниченной выборке, сбор обратной связи и корректировка.

Задание 13. Порядок действий при получении жалобы гостя на качество уборки номера:

А) Фиксация жалобы в системе, определение ответственного подразделения.
Б) Извинение и предложение компенсации (скидка, апгрейд, комплимент).
В) Проверка номера, устранение недостатков в кратчайшие сроки.
Г) Анализ причины (обучение персонала, нехватка инвентаря, сбой в графике).
Д) Обратная связь гостю: подтверждение исправления ситуации и благодарность за отзыв.

3.2. Задания на анализ правильности утверждений

Инструкция: определите, верно (В) или неверно (Н) каждое утверждение.

Задание 14. Предпринимательская деятельность и экономика отеля:

№	Утверждение	В / Н
1	Для малого бизнеса в туризме допустимо не учитывать сезонность при планировании выручки	
2	Точка безубыточности показывает, сколько номероночей нужно продать, чтобы покрыть все издержки	
3	Маржинальность услуги равна разнице между выручкой и всеми издержками (постоянными и переменными)	
4	Рост RevPAR (выручка на доступный номер) всегда означает рост загрузки отеля	
5	При выборе системы налогообложения предпринимателю в сфере гостеприимства важно учитывать долю безналичных платежей и требования к кассовой технике	

Задание 15. Маркетинг и продажи в гостеприимстве:

№	Утверждение	В / Н
1	Прямые бронирования через сайт отеля выгоднее, чем через агрегаторы, из-за отсутствия комиссии	
2	Для привлечения гостей достаточно иметь красивый сайт, SEO и контекстная реклама не нужны	

№	Утверждение	В / Н
3	Работа с отзывами в картографических сервисах и агрегаторах влияет на конверсию бронирований	
4	Программа лояльности имеет смысл только для крупных сетевых отелей, малым объектам она не нужна	
5	Кросс-промо с местными ресторанами, музеями и такси помогает увеличить средний чек и ценность предложения для гостя	

Ответы к заданиям

1	Б
2	Б
3	В
4	Б
5	Б
6	1–А, 2–Б, 3–В, 4–Г
7	1–А, 2–Б, 3–В, 4–Г
8	1–А, 2–Б, 3–В, 4–Г
9	1–А, 2–Б, 3–В, 4–Г
10	1–А, 2–Б, 3–В, 4–Г
11	Б–В–Г–А–Д
12	А–Б–В–Г–Д
13	А–В–Б–Д–Г
14	1–Н, 2–В, 3–Н, 4–Н, 5–В
15	1–В, 2–Н, 3–В, 4–Н, 5–В