

Содержание

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические основы организации деятельности гостиничного комплекса	7
1.1. Классификация гостиниц	7
1.2. Организация деятельности служб и подразделений гостиничного предприятия	14
1.3. Соблюдение условий труда как фактор повышения эффективности деятельности гостиничного комплекса	23
Глава 2. Разработка плана мероприятий по повышению эффективности деятельности гостиничного комплекса (на примере гостиницы «Арбат»).....	36
2.1. Общая характеристика деятельности гостиницы «Арбат».....	36
2.2. Анализ деятельности служб и маркетинговые показатели деятельности гостиницы «Арбат»	43
2.3. Проблемы в организации деятельности гостиницы «Арбат» с позиции клиента	51
2.4. Рекомендации по реорганизации службы маркетинга гостиницы «Арбат» с акцентом на потребности клиентов.....	53
2.5. Мероприятия по повышению эффективности деятельности предприятия с учётом потребностей клиентов гостиницы «Арбат»	58
Заключение.....	70
Список литературы.....	73
Приложения.....	77

Введение

Гостиничный бизнес принадлежит к сфере услуг и является одной из крупнейших и динамичных отраслей экономики. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии.

В современной профессиональной литературе широко применяется термин «индустрия туризма и гостеприимства», и, хотя гостеприимство входит в этот термин как составной элемент, следует отметить, что гостеприимство – это более емкое и общее понятие, так как его задачей является удовлетворение потребностей не только туристов в узком смысле, но и потребителей вообще.¹

Рынок гостиничных услуг является одним из наиболее привлекательных и динамично развивающихся видов деятельности. Развитие туризма непосредственно зависит от развитости гостиничной инфраструктуры и является одним из важнейших факторов, определяющих объемы въездного потока туристов в Россию.

Развитие гостиничной инфраструктуры в Москве является одной из приоритетных задач руководства города. Сейчас наблюдается активный рост инвестиционной привлекательности сферы гостеприимства, и, соответственно, растет интерес к развитию и модернизации гостиничного хозяйства, причем, не только в Москве, но и в крупных региональных и курортных центрах России.

В 2012 году в Москве открылись пять новых брендованных гостиниц, включая первый московский отель российского гостиничного оператора Azimut. Ежегодно в Москве открывается 3-5 новых брендованных отелей. Такой постепенный выход новых гостиниц, подкрепленный увеличением спроса позволяет сохранять баланс спроса и

¹ Чудновский А.Д. Гостиничный и туристический бизнес. – М.: Тандем, 2008. С. 56.