

## Содержание

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические основы организации гостиничного хозяйства.....	6
1.1. Классификация предприятий индустрии гостеприимства.....	6
1.2. Предоставление основных и дополнительных услуг средств размещения .....	15
Выводы к главе 1.....	28
Глава 2. Организация предоставления дополнительных услуг в гостинице «Турист».....	30
2.1. Организационная структура гостиницы.....	30
2.2. Анализ организации предоставления дополнительных услуг .....	46
Выводы к главе 2.....	50
Глава 3. Совершенствование предоставления дополнительных услуг в гостинице «Турист» .....	51
3.1. Использование новейших методик организации предоставления дополнительных услуг в гостиничном предприятии .....	51
3.2. Предложения по совершенствованию организации предоставления дополнительных услуг в гостинице «Турист».....	56
Выводы к главе 3.....	67
Заключение.....	69
Список литературы и источников.....	72
Приложения.....	76

## Введение

В настоящее время отрасль гостеприимства является наиболее динамично развивающейся, перспективной и доходной. На эффективность ведения экономической деятельности любого гостиничного предприятия оказывают влияние такие факторы, как материально-техническое оснащение номерного фонда, культура поведения обслуживающего персонала, уровень профессиональной подготовки обслуживающего персонала, ассортимент дополнительных услуг, уровень качества предоставляемых услуг размещения и других сопутствующих услуг.

Актуальность выбранной темы состоит в том, что на рынке гостиничного сервиса грамотная программа предоставления основных и дополнительных услуг зачастую играет решающую роль. В современных условиях гостиницы вынуждены бороться за «место под солнцем» и стремиться к расширению бизнеса за счет предоставления расширенного ассортимента основных и дополнительных услуг. В связи с недавним экономическим спадом резко обострилась конкурентная борьба в гостиничной индустрии, при которой особую значимость приобретают цена на гостиничный номер, качество обслуживания, индивидуальный подход к гостю, профессионализм и уникальность предоставляемых услуг.

При этом борьба за выживание и расширение бизнеса становится повседневной заботой для многих участников рынка гостиничных услуг и в первую очередь для небольших гостиниц. Для них основным источником поступления денежных средств является клиент. Гостиница должна уметь привлекать клиентов, добиваться их лояльности и всячески стимулировать расходы на приобретение ими гостиничных услуг.

Таким образом, в современных условиях актуальность разработки и внедрения нового вида дополнительных услуг на предприятии гостиничного