

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические аспекты организации продажи услуг гостиничного предприятия.....	7
1.1. Основы организации продажи услуг гостиничного предприятия.....	7
1.2. Современные методы продажи услуг гостиничного предприятия.....	13
1.3. Качество услуги как объект управления в туриндустрии.....	19
Глава 2. Анализ деятельности предприятия ООО «Постоялый двор «Русь»..	29
2.1. Анализ деятельности предприятия ООО «Постоялый двор «Русь»» и его организационная структур.....	29
2.2. Выявление проблем в качестве продажи услуг ООО «Постоялый двор «Русь»».....	39
2.3. Обеспечение организации продаж услуг на предприятии ООО «Постоялый двор «Русь»».....	58
Глава 3. Разработка предложений по совершенствованию системы продажи частичных услуг	61
3.1 Разработка предложений по совершенствованию системы продажи частичных услуг на долгосрочный период.....	61
3.2. Совершенствование методики организации продажи услуг на предприятии ООО «Постоялый двор «Русь»» на долгосрочный период.....	66
3.3. Расчет экономической эффективности реализации мероприятий ООО «Постоялый двор «Русь»» на долгосрочный период.....	69
Заключение.....	73
Список литературы.....	76
Приложения.....	

Введение

Сфера услуг представляет собой часть экономической системы, которая выполняет соответствующие ей функции в системе общественного воспроизводства. Основой функционирования сферы услуг являются необходимые трудовые, материальные, организационно-технологические и финансовые ресурсы. В зависимости от их использования на предприятиях сервиса можно достичь устойчивого роста объема услуг для населения, обеспечив при этом удовлетворение возрастающего спроса на услуги в стране.

Одним из основных направлений развития современной экономики за последние два десятка лет является стремительное расширение сферы услуг. Увеличение спроса на разного рода услуги можно объяснить влиянием целого ряда факторов. Во-первых, в результате роста благосостояния возросло желание потребителей облегчить такую рутинную работу, как уборка, приготовление пищи и т.д., что привело к процветанию индустрии гостеприимства. Во-вторых, рост доходов и появление дополнительного свободного времени увеличили спрос на целый ряд услуг, связанных с проведением досуга и занятиями спортом.

Основной целью бакалаврской работы является организация продажи услуг гостиничного предприятия и разработка на его основе предложений по совершенствованию деятельности предприятия.

Актуальность данного исследования в области организации продажи услуг в гостиничном бизнесе обуславливается необходимостью в нынешних условиях перехода к рыночным отношениям поиска лучших управленческих решений, совершенствования управления в сфере гостеприимства. Индустрия услуг, как правило, является высоко контактной сферой, где качество обслуживания не отделимо от качества поставщика услуг. Высокая контактность означает, что продажи услуг происходят в процессе встречи