

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/26274>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Гостиничное дело

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 5

1.1. Сущность и экономическое содержание сервисной деятельности 5

1.2. Особенности организации сервиса в гостиничных предприятиях 9

2. АНАЛИЗ ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ В ГОСТИНИЦЕ «ВЕГА ИЗМАЙЛОВО» 14

2.1. Общая характеристика организации 14

2.2. Анализ политики размещения иностранных туристов в гостинице 18

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 27

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 30

ВВЕДЕНИЕ

Организация сервисного обслуживания предприятия имеет большое экономическое значение, поскольку фактически обеспечивает доставку продукта до потребителей, оптимизацию материальных и финансовых потоков, улучшению обслуживания клиентов на фоне растущих потребностей в гостиничном бизнесе. Таким образом, сервис – это научная и практическая деятельность предприятия, которая представляет собой организацию, управление и оптимизацию движения материальных, информационных и финансовых потоков предприятий различных отраслей экономики.

Актуальность данной темы заключается в том, что процесс преобразования потребностей потребителя (гостя) в его удовлетворение услугами совершается на базе взаимодействующей системы области гостеприимства: материально-техническая база, природный комплекс, культурно-исторический комплекс, рекреационная инфраструктура и обслуживающий персонал гостиницы. В рамках рыночных отношений система обслуживания должна постоянно совершенствоваться. Предприятиям необходимо периодически обновлять перечень работ, добавляя в него наиболее соответствующие потребностям покупателей, возможностям самих компаний.

Цель данной работы заключается в комплексном анализе организации сервисной деятельности в гостиничном бизнесе с учетом исследования основных теоретических подходов к понятию сервиса в целом. В связи с этой целью ставятся следующие задачи:

- ☐ Определить сущность сервисной деятельности на предприятии
- ☐ Выделить основные функции и задачи сервиса
- ☐ Проанализировать экономическую роль организации сервиса на предприятии
- ☐ Определить особенности и элементы сервисной системы
- ☐ Изучить особенности организации сервиса размещения иностранных туристов в гостиничном бизнесе.

Для раскрытия данной темы были использованы исследования современных авторов в области организации сервиса и сервисной деятельности на предприятии, ресурсы Интернет.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Сущность и экономическое содержание сервисной деятельности

Основой взаимоотношений с потребителями является организация самого процесса обслуживания, а также доведения его до оптимального с позиции удобства для клиента. Развитие рыночных отношений и появление свободной конкуренции явилось поворотным моментом для ориентации сервисной сферы. Ее работа все больше ориентируется на потребности клиента и улучшение качества предлагаемых услуг. Сервисная деятельность гостиничного предприятия опирается на грамотное ведение маркетинговой работы, основанного на изучении потребительского рынка. Одним из наиболее важных факторов предлагаемых услуг, который привлекает клиента, является качество их предоставления. Сегодня в условиях интенсивного развития рыночной системы ключевое значение приобретает

эффективное, доходное хозяйствование при абсолютной экономической самостоятельности компаний. Это, в свою очередь, повышает роль оптимизации коммерческой деятельности. В условиях высокой конкуренции одним из приоритетных направлений становится организация обслуживания. Ключевыми принципами работы выступают качество, безопасность, профессионализм.

Существует также условие, при котором положение гостиницы в сфере сервиса будет стабильно, а, следовательно, результатом деятельности явится постоянный доход. Это оптимальное соотношение качества и цены.

Успешная сервисная деятельность гостиничного предприятия опирается на следующие правила [4, с.87]:

1. Стратегия. Каждому сегменту рынка необходимо предложить такой уровень сервисного обслуживания, который клиент будет считать отличным.
2. Связь с потребителем. Для формирования прочных взаимоотношений между клиентом и гостиницей, предприятие должно распространять рекламные материалы о предлагаемых ею услугах.
3. Необходимо иметь внутренние стандарты обслуживания гостей, соблюдение которых должно стать нормой.
4. Обучение сотрудников, входящих в штат службы размещения гостей, предоставляющей гостиничные услуги.
5. Творчество. Это правило заключается в постоянном поиске новых способов предоставления сервисных услуг для наиболее полного удовлетворения потребительского спроса.

Сервисная деятельность, направленная на предоставление полного комплекса услуг, должна базироваться на желании клиентов. Гостиница, занимающаяся обслуживанием, должна выполнять свои гарантийные обязательства, касающиеся качества и результатов своей работы.

В качестве одного из ключевых способов достижения конкурентоспособности предприятия на рынке выступает эффективное обслуживание. Это направление не зависит от сферы деятельности фирмы.

1. Безель Е. Стратегия реализации маркетингового плана по поддержанию конкурентоспособности гостиничных предприятий// Риск. - №1, 2009. - с. 40-43
2. Воробьев С.Н. Управленческие решения - М: Юнити-Дана, 2013. - 447 с.
3. Гаранина Е. Использование клиентоцентричных стратегий роста в гостиничном бизнесе в условиях кризиса // РИСК. 2010. №1. С.104-106.
4. Герчикова И.Н. Менеджмент организации. - М.: Юнити-Дана, 2014. - 162 с.
5. Дафт Ричард Л. Управленческое решение - СПб: Питер, 2011. - 231 с.
6. Елиферов В.Г. Бизнес – процессы: регламентация и управление. - М.: Дашков и К, 2011. - 386 с.
7. Литвак Б.Г. Разработка управленческого решения: учебник. 4-е издание, с испр. - М: Дело, 2013. - 309 с.
8. Печерица Е.В. Повышение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов гостиничного бизнеса на основе дифференциации услуг // Региональная экономика: теория и практика. 2012. № 27 (258). С.45-55.
9. Печерица Е.В. Социальная ответственность бизнеса как основной принцип формирования входных барьеров на рынок гостиничных услуг региона // Региональная экономика: теория и практика. 2012. №16 (247). С.45-50.
10. Поршнев А.Г., Румянцева З.П. Управление организацией/ А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 375 с.
11. Туватова В.Е. Проблемы и перспективы повышения качества услуг в гостиничном бизнесе // Маркетинг в России и за рубежом. 2012. №3 (89). С.76-82.
12. Учитель Ю. Г. SWOT-анализ и синтез – основа формирования стратегии организации. - М.: Юнити-Дана, 2010. - 275 с.
13. Шипунов В.Г., Кишкель Е.Н. Основы управленческой деятельности. - М.: Инфра-М, 2014. - 504 с.
14. «Экономический портал» [электронный ресурс].- режим доступа :<http://institutiones.com/>,свободный.
15. Библиотека по менеджменту. URL <http://www.inventech.ru>
16. Институт управления бизнесом. URL <http://investobserver.info>.
17. Сообщество HR менеджеров. Доступ через <http://hr-portal.ru/>
18. Управление предприятием Доступ через <http://consulting.1c.ru>
19. Административно – управленческий портал. Доступ через <http://www.aup.ru/>
20. Гостиница «Вега Измайлово». Доступ через: <https://www.hotel-vega.ru/>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurosovaya-rabota/26274>