

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические аспекты организации работы службы приема и размещения гостиницы.....	6
1.1. Социально-психологические основы деятельности службы приема и размещения гостиницы	6
1.2. Место службы приема и размещения в организационной структуре гостиницы.....	10
1.3. Основные цели, задачи и функции службы приема и размещения в гостинице	17
Глава 2. Анализ организации работы службы приема и размещения в гостинице «СУЛТАН».....	29
2.1. Общая характеристика гостиницы «СУЛТАН».....	29
2.2. Анализ организации работы службы приема и размещения гостиницы «СУЛТАН».....	33
2.3 Рекомендации по совершенствованию деятельности службы приема и размещения гостиницы «СУЛТАН»	53
Заключение.....	58
Список литературы.....	61
Приложения.....	64

Введение

В городах – миллионниках и туристических центрах один за другим строятся новые или реконструируются старые отели, за последние годы увеличилась загрузка гостиниц.

Оборот гостиничного рынка составляет значительные объемы. На Москву и на Санкт - Петербург, приходится до 70%. Туризм и гостиничные предприятия – это две области современной общественной жизни, неразрывно связанные между собой¹.

Наиболее важной задачей для гостиниц является создание репутации предприятия высокого качества обслуживания.

Высокое качество обслуживания гостей обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб гостиницы, постоянным и эффективным контролем со стороны администрации, проведением работы по совершенствованию форм и методов обслуживания, изучению и внедрению передового опыта, новой техники и технологии, расширению ассортимента и совершенствованию качеств предоставляемых услуг.

Роль службы приема и размещения в гостинице является ключевой, и ни одна гостиница не может обойтись без неё, так как эту службу можно назвать лицом гостиницы и от нее зависит заполняемость, и, следовательно, экономическая эффективность гостиницы по этому тема актуальна и имеет практическое значение.

Служба приёма и размещения как подразделения гостиницы, напрямую общается с гостями и от подготовки, опыта, и действия сотрудников которого, во многом может зависеть желание клиентов повторно вернуться в гостиницу.

Объектом исследования является деятельность гостиницы «СУЛТАН», г. Москва.

¹ Иванов В.В. Гостиничный менеджмент: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 384 с.