

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Постоянные клиенты в гостиничном предприятии: актуальные вопросы теории и практики.....	7
1.1. Специфика работы с постоянными клиентами в гостиничном бизнесе...	7
1.2. Отечественный и мировой опыт работы с постоянными клиентами....	18
Глава 2. Технология обслуживания в гостиницах верхнего ценового сегмента.....	28
2.1. Гостиничное предприятие «Украина»: общая характеристика.....	28
2.2. Анализ существующих технологий обслуживания в гостиницах верхнего ценового сегмента Москвы.....	37
2.3. Применяемая технология обслуживания постоянных клиентов в гостинице «Украина».....	48
Глава 3. Предложения по усовершенствованию технологии обслуживания и их экономические обоснования.....	56
3.1. Программы лояльности клиентов в практике гостиницы «Украина»...	56
3.2. Предложения по совершенствованию технологии обслуживания постоянных клиентов.....	64
3.3. Экономическое обоснование мероприятий по совершенствованию существующих технологий обслуживания постоянных клиентов.....	69
Заключение.....	75
Список литературы.....	77
Приложения.....	81

## **ВВЕДЕНИЕ**

Актуальность исследования заключается в следующем. Туризм активно развивается, как в мире, так и у нас в стране. Россия участвует и в формировании и в обслуживании туристических потоков, хотя ее туристический рынок начал складываться значительно позже, чем зарубежный. Несмотря на это за короткий период времени выработалась нормативно-правовая база, регулирующая гостиничный бизнес, появилось множество гостиничных предприятий и специалистов, работающих в данной сфере.

Актуальность выбранной для дипломной работы темы очень высока, так как в связи с развитием туризма востребованность гостиничных услуг быстро растет. Можно отметить, что по оценкам Всемирной туристской организации число прибытий туристов во всем мире в 1950 году составляло 25 млн. человек, а в 2014 – уже 990 млн. человек. Очевидно, что прирост очень большой, поэтому туризм стал одним из главных видов экономической деятельности во многих странах.

В России гостиничная отрасль тоже активно формируется и начинает играть все большую роль в развитии национальной экономики, растет доля этой отрасли в валовом внутреннем продукте РФ. Следовательно, развитие туризма в целом, и гостиничных предприятий в частности, важно с точки зрения развития всей страны.

Одним из обязательных элементов поддержания динамики роста туристической сферы является продажа и продвижение гостиничных услуг. Усовершенствование технологий работы с клиентами важно не только для эффективной работы гостиниц, получения прибыли, но и для удовлетворения потребностей самих туристов.

Для рентабельности гостиниц важно максимально реализовывать имеющийся в их распоряжении номерной фонд. Для этого необходимо, во-первых, наращивать клиентскую базу, во-вторых, - налаживать дальнейшие