

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА
имени Ю.А.СЕНКЕВИЧА»

Факультет заочного обучения

Кафедра «Гостиничное дело»

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
«Гостиничное дело»
Д-р техн. наук, профессор
_____ Пасько О.В.
« ____ » _____ 201_ г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

Тема: «Технология работы службы бронирования и пути ее
совершенствования»

Выполнил:
Студент 4 курса ГЗ 1301-У группы
Бегушевски Мирек Альбинович
Направление подготовки 43.03.03
«Гостиничное дело»
Профиль: «Гостиничная деятельность»

« ____ » _____ 201_ г.

Руководитель:
Канд. экон. наук, доцент
Никольская Елена Юрьевна

« ____ » _____ 201_ г

Москва 2017

Содержание

Введение.....	10
1. Теоретические аспекты организации службы бронирования в гостиничных предприятиях.....	14
1.1 Функции и роль службы бронирования в организации работы гостиничных предприятий.....	14
1. 2. Использование автоматизированных систем в службе бронирования ...	26
2. Анализ деятельности службы приема и размещения гостиницы "Салют" ..	38
2.1 Характеристика гостиницы "Салют"	38
2.2 Анализ хозяйственной деятельности гостиницы "Салют"	43
2.3 Рекомендации и мероприятия по совершенствованию службы бронирования гостинице "Салют"	74
2.4 Расчет экономической эффективности рекомендаций	80
Заключение.....	82
Список литературы	84

Введение

Для менеджмента всех гостиниц в настоящее время интересно, как потребитель реагирует на сообщения СМИ, которые заявляют о кризисе в отрасли и о намерениях и действиях отелей по снижению цен. Очевидно, что в период спада, а в особенности кризиса, любой клиент намерен отыскать самое подходящее по цене предложение.

В большинстве случаев, это можно сделать только с помощью Интернета. Тем не менее, обращаясь в Интернет за помощью, потенциальный гость может столкнуться с кардинально противоположными описаниями отеля. Чего стоят только социальные сети, международные и отечественные сайты обмена мнениями (TripAdvisor.com или российские all-hotels.ru и komandirovka.ru). Неудивительно, что после часов, проведенных в Интернете за выбором отеля, в особенности, если идет подбор отеля для загородного или пляжного отдыха, гость попадает в затруднительное положение. Просмотрев десятки сайтов и сотни фотографий, прочитав массу разношерстных отзывов, гость не только не в состоянии сделать выбор, а напротив, пребывает еще в большем недоумении.

В этом случае решение может быть только одним – позвонить в отель и испытанным старомодным способом выяснить всю информацию у агента по бронированию. Диалог с живым человеком может принести существенно больший эффект, нежели часы, проведенные на сайтах

В России бронирование по телефону пока еще более распространено, чем на Западе, в силу ряда факторов¹:

- недостаточное проникновение Интернета. Во многих регионах стоимость подключения к Интернет выше, чем в крупных городах, качество ниже и просмотр множества интернет сайтов весьма затруднителен.

¹ http://dw6.ru/factory_razvitiya_industrii_gostepriimstva.html