

## Содержание

Введение .....	3
1. Теоретические аспекты особенностей разработки фирменного стиля гостиницы.....	7
1.1. Понятие и назначение фирменного стиля гостиницы.....	7
1.2. Позитивный имидж и фирменный стиль как фактор конкурентоспособности гостиничного предприятия .....	14
1.3. Составляющие фирменного стиля и этапы разработки фирменного стиля .....	19
1.4. Современные тенденции в создании фирменных стилей .....	23
2. Анализ деятельности и разработка мероприятий по совершенствованию фирменного стиля гостиницы «Охотник» .....	33
2.1. Общая организационная характеристика гостиницы «Охотник» .....	33
2.2 Анализ финансово-экономических показателей деятельности гостиница «Охотник» .....	38
2.3 Анализ конкурентоспособности гостиницы «Охотник».....	45
2.4. Анализ деятельности по формированию фирменного стиля .....	51
2.5 Рекомендации совершенствования фирменного стиля гостиницы «Охотник» .....	54
Заключение.....	63
Список использованной литературы.....	67
Приложение.....	71

## Введение

Борьба за выживание и расширение бизнеса становится повседневной заботой для многих участников рынка гостиничных услуг и, в первую очередь для небольших гостиниц. Исследование жизненного цикла предприятия в гостиничном бизнесе направленно на выявление перспективных возможностей продвижения гостиничных услуг, организацию их продажи на основе всестороннего анализа и оценки эффективности каналов продвижения.

Важной задачей для предприятий индустрии гостеприимства является создание репутации предприятия высокого качества обслуживания, которое обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб гостиницы, постоянным и эффективным контролем со стороны администрации, проведением работы по совершенствованию форм и методов обслуживания.

Гостиницы и отели являются не просто рядовым видом жилья, поэтому и оформляться они должны особым образом. Важным критерием здесь выступает не только уютность номеров и комфорт клиентов, но и колорит отеля, позволяющий выделить его на фоне остальных. Все существующие направления архитектуры и оформления декора не применимы без четко продуманного и разработанного фирменного стиля гостиницы.

Фирменный стиль гостиницы представляет собой базис, на основе которого формируется ее имидж. Четко сформулированные идеи являются начальным звеном в разработке визуальных деталей стиля (цветовых сочетаний, геометрических форм и прочего). Так называемый "информационный фундамент" направляет к определенному стилю графику, интерьер, определяет, в некотором смысле, подход к клиентам и т.д. Фирменный стиль должен охватывать оформление помещений, рабочую документацию, манеру проведения рекламных мероприятий и все прочее, что способствует повышению статуса отеля и привлечению новых клиентов.

Оформление гостиниц и отелей происходит не так произвольно, как