

Технологии продаж гостиничного продукта в условиях переходного экономического периода (на примере гостиницы)

Квалификационная работа
На получение квалификации специалиста среднего звена
Студентки 4 курса,

Специальности
43.02.11 «гостиничный сервис»
Козиной Владиславы Ильиничны

Научный руководитель:
Преподаватель,
ЦМК по подготовке специалистов СПО в сфере гостиничного сервиса и
туризма
Матвиенко С.Н.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе являются процессы продаж гостиничного продукта.

Предметом – совокупность принципов и методов продаж гостиничного продукта в санатории «Жемчужина» в условиях переходного экономического периода.

Актуальностью выпускной квалификационной работы определила постановку цели работы, которая будет выражена в разработке рекомендаций по совершенствованию технологий продаж гостиничного продукта в санатории «Жемчужина».

Для достижения поставленной цели были определены и выполнены следующие задачи:

- провести обзор литературных источников по теме выпускной квалификационной работы;
- изучить понятие гостиничного продукта, его сущности и ключевые особенности в санаториях;
- изучить понятие технологий продаж гостиничного продукта;
- исследовать оценки и пути совершенствования продаж гостиничного продукта в условиях переходного экономического периода;
- проанализировать хозяйственную деятельность санатория «Жемчужина» за 2013-2015 гг.;
- проанализировать технологии продаж гостиничного продукта в санатории «Жемчужина»;
- разработать рекомендации по совершенствованию технологий продаж гостиничного продукта в санатории «Жемчужина» и оценить их эффективность.

Гостиничный продукт – результат хозяйственной, интеллектуальной, сервисной деятельности исполнителя, создаваемый для удовлетворения потребителя в процессе оказания услуги.

«Технология – совокупность методов и инструментов для достижения желаемого результата; в широком смысле – применение научного знания для решения практических задач».

Технология – «совокупность и последовательность методов и процессов преобразования исходных материалов, позволяющих получить продукцию с заданными параметрами»

Продажа чаще всего является завершающим этапом бизнес-цикла коммерческого предприятия. Продажа – обмен товара на деньги, подтвержденный договором (чеком продажи).

Санаторий «Жемчужина»

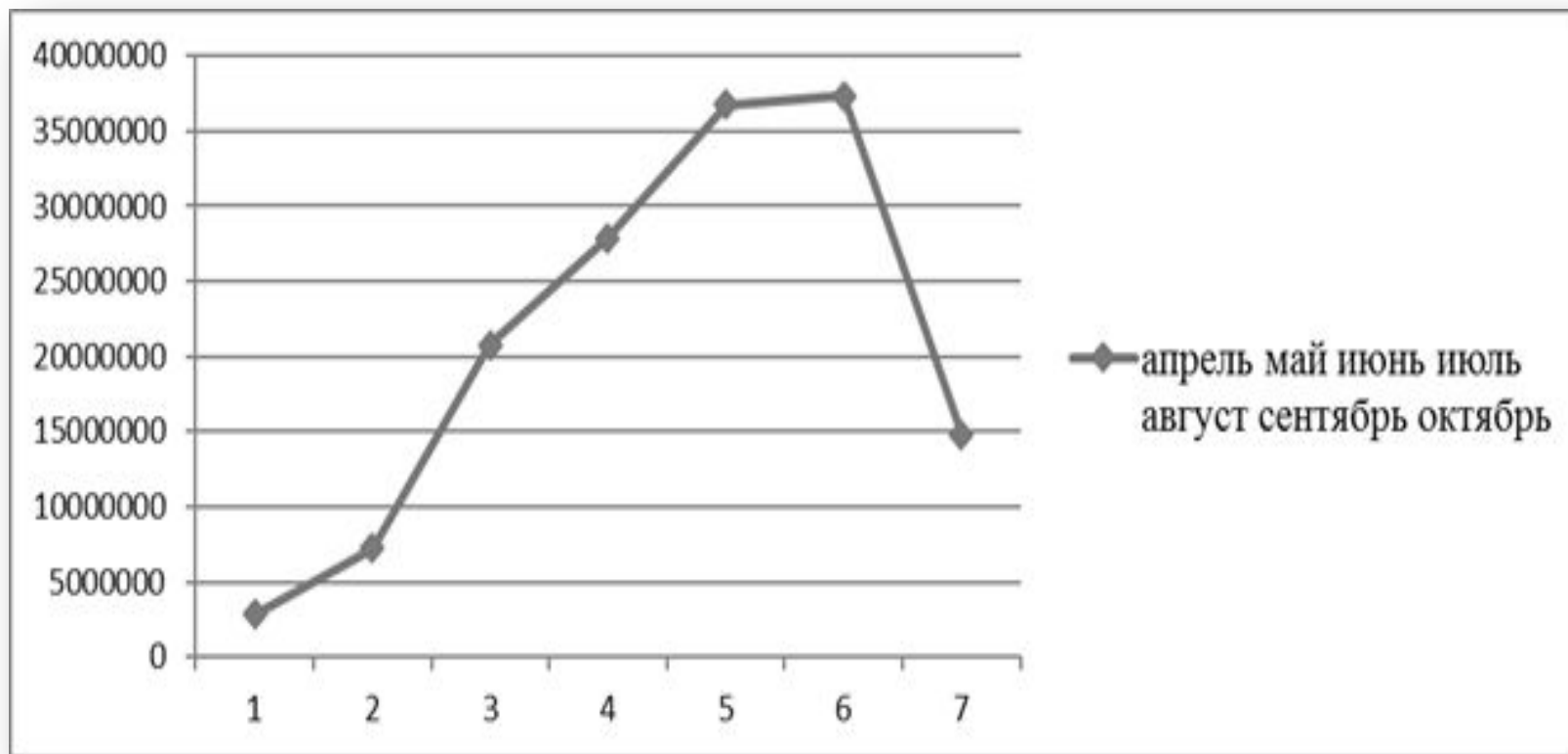


Полное название санатория звучит как ГУП РК «Солнечная Таврика» ОСП «Санаторий «Жемчужина», и рассчитан он на одновременный прием до 500 отдыхающих.

Адрес санатория "Жемчужина": РФ, Республика Крым, Ялта, пгт. Гаспра, Алупкинское шоссе, 5.

Парк санатория заложен как естественный лес и сегодня охраняется как памятник садово-паркового искусства и числит более 300 экзотических деревьев, а замок является всемирно-известной символикой Крыма. Также расположен уникальный дворец-замок «Ласточкино гнездо» который построен в 1912 году по проекту А. Шервуда.

Заполняемость санатория «Жемчужина» в 2015 году



В таблице отражен контингент гостей, которые посетили санаторий «Жемчужина» в 2015 году.

Общественный класс	Характеристика класса	Процент от всего сегмента
Низший низший (НН)	Работники средне-специальной квалификации.	3%
Низший высший (НВ)	Рабочий класс, рядовые сотрудники компаний.	55%
Средний низший (СН)	Сотрудники крупных компаний, управляющие среднего звена.	0,1%
Средний высший (СВ)	Бизнесмены, управленцы, региональные чиновники	30%
Высший низший (ВН)	Крупные бизнесмены, политики государственного уровня	11,9%
Высший высший (ВВ)	Элита общества, представители старинных аристократических семей	0%

На территории санатория можно организовывать всевозможные:

- художественные выставки;
- музыкальные концерты;
- проведение авторских встреч;
- дегустации элитных вин;
- показ дизайнерской одежды;
- проведение мастер классов от шеф-поваров ведущих ресторанов.



Необходимо применить гостиничные технологии для привлечения клиентов оставляя как основу медицинской санаторной базы, что диктует географическим, климатическим расположением рассматриваемого предприятия.

*Спасибо за
внимание*
