

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/14201>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Гостиничное дело

Введение 3

Глава 1. Общая характеристика делового туризма и средств размещения 5

1.1. Деловой туризм как самостоятельное направление туристской индустрии 5

1.2. Функциональные требования к гостиницам делового назначения 11

Глава 2. Анализ практики обслуживания туристов в гостиницах делового назначения 16

2.1. Оценка современного состояния рынка гостиниц делового назначения 16

2.2. Организация делового обслуживания в гостинице 21

Заключение 24

Список использованной литературы 25

Введение

Актуальность темы организации делового обслуживания обусловлена тем, что на сегодняшний день особое место среди факторов, влияющих на успешную деятельность и доходность гостиничного бизнеса, занимает организация услуг делового назначения, что обеспечивает эффективное удовлетворение потребностей рынка и успех гостиничного предприятия в конкурентной борьбе.

Гостиничный бизнес на современном этапе играет огромную роль в развитии рыночной экономики. Он стимулирует развитие смежных отраслей народного хозяйства, в первую очередь строительства и торговли, способствует созданию новых рабочих мест, а также влияет на сферу социальной деятельности. В свою очередь определяющим фактором для стабильного ведения бизнеса в сфере гостеприимства является понимание цели поездки туриста. Для этого проводятся многочисленные исследования потребительского рынка в области туризма, где применяются сегментирование по искомым выгодам, то есть деление на посетителей с различными целями.

Кроме того, для полноценного функционирования гостиничной сферы необходима оценка конкретной местности и ее потенциала. Географическое положение и инфраструктура являются основополагающими факторами при постройке гостиницы, где определяется ее тип, направленность, сезонность, вместимость и прочее. В каждом регионе нашей страны с учетом социально-экономических и исторических особенностей имеются типичные гостиничные предприятия, свойственные данной местности.

Деловой туризм оказывает положительное воздействие на развитие экономики страны. У него есть ряд преимуществ по сравнению с другими видами туризма. Во-первых, бизнес-туризм не зависит от сезона, турист принимает решение о поездке, исходя из деловой необходимости, а мероприятия с участием деловых путешественников проводятся в течение всего года. К тому же многие путешествия с деловыми целями совершаются в не самый загруженный период, поэтому всегда можно рассчитывать на бизнес-гостей независимо от сезонности. Во-вторых, деловой туризм стоит дорого и, следовательно, является доходным. В основном, деловые люди требовательны и им необходим повышенный комфорт и условия для положительного исхода поездки, поэтому они пользуются услугами среднего и высокого качества. А за неимением свободного времени бизнес-турист будет пользоваться широким спектром дополнительных услуг. К примеру, нанимать трансфер, ужинать в ресторанах или заказывать еду в номер. В-третьих, путешественники, совершающие деловые поездки, меньше других туристов несут нагрузку на окружающую среду.

Объектом исследования в данной работе является обслуживание в гостиницах делового назначения.

Предмет исследования – специализированные средства размещения для делового туризма.

Цель исследования – характеристика обслуживания в гостиницах делового назначения.

В соответствии с целью сформулированы исследовательские задачи:

1. Характеристика делового туризма как самостоятельное направление туристской индустрии.
2. Анализ функциональных требований к гостиницам делового назначения.

3. Оценка современного состояния рынка гостиниц делового назначения.
4. Характеристика организации делового обслуживания в гостинице.

Глава 1. Общая характеристика делового туризма и средств размещения

1.1. Деловой туризм как самостоятельное направление туристской индустрии

Современный деловой туризм включает в себя большое разнообразие поездок с различными целями. К нему можно отнести индивидуальные

деловые поездки, поездки с целью обучения, участие в мероприятиях, проводимых финансовыми, промышленными и торговыми корпорациями, конференции. Также набирающие обороты инсентив-туры - поездки, организуемые компаниями в целях мотивации сотрудников. Поездки, связанные с участием в съездах, конференциях, семинарах под эгидой политических, экономических, научных, культурных, религиозных и других организаций. Часть делового туризма занимают поездки с целью посещения торгово-промышленных выставок, ярмарок и участия в их работе.

В деловом туризме встречи и мероприятия всегда организованны и заранее спланированы, они могут принимать разнообразные формы, иметь разные названия и объединять людей для обсуждения всевозможных вопросов. Также они могут быть как на коммерческой, так и некоммерческой основе, принимать разное количество участников, иметь различную продолжительность и так далее.

На рынке делового туризма присутствуют свои категории участников, которые можно условно разделить на клиентов/заказчиков (бизнесмены, компании, корпорации, госсектор), посредников (тревел-специалисты, консультанты, ассоциации, организующие конференции и т. п.) и поставщиков бизнес-услуг. К последним относятся авиакомпании, средства размещения деловых туристов, железнодорожные перевозчики, авиакомпании, компании по прокату автомобилей, круизные компании, MICE-площадки, организаторы трансфера и прочее.

С каждым годом деловые, культурные и научные связи между регионами и странами становятся все более интенсивными. Деловой туризм играет в этом важную роль. Развитие национальной экономики и интеграция ее в мировой рынок тоже немыслимы без развития сферы делового туризма. Деловая коммуникация, обмен технологиями и информацией, поиск новых рынков, поиск партнеров для инвестиций и совместных проектов, продвижение компаний через PR-акции, обучение персонала и внедрение корпоративной культуры - все это деловой туризм, как неожиданно бы это не звучало. А еще, деловой туризм - это один из ресурсов развития компаний, через участие в выставках и конгрессах, через бизнес-образование.

Как правило, туристы, приехавшие с деловыми целями, требуют к себе особого внимания и из-за постоянной нехватки времени и необходимости решать стратегические задачи могут показаться весьма недружелюбными и придирчивыми. Однако в большинстве случаев деловые люди мало чем отличаются от обычных туристов, но при этом ведут себя серьезнее и сдержаннее, оставаясь достаточно вежливыми и тактичными.

Чаще всего деловые люди заселяются в гостиницу уже уставшими или куда-то опаздывающими, и им важно, чтобы их быстро оформили по прибытии, а также предоставили краткую и емкую информацию о гостинице и ее услугах. Вдобавок, они требуют от персонала профессионализма, тактичности, знания своего дела и расторопности.

По статистике, деловые гости чаще других туристов пользуются услугами ресторана. Что касается досуга, то, согласно опросу, чаще всего бизнес-туристы спрашивают о ближайших торговых центрах, а также барах, ночных клубах и выставках. Местные достопримечательности деловых людей интересуют меньше всего.

Высокие стандарты обслуживания заставляют делового туриста возвращаться в одну и ту же гостиницу. В большинстве случаев бизнесмены представляют собой консерваторов, они привыкли к постоянному сервису, малейшие изменения в условиях проживания несут за собой дискомфорт в ведении дел. Зачастую гость выбирает один и тот же номер, заказывает определенные блюда и ложится спать в привычное время. Еще одной специфической особенностью делового человека будет являться его ожидание от предоставляемых услуг. К примеру, бассейн представляет собой одну из наиболее популярных и

ожидаемых дополнительных услуг, особенно в гостиницах, расположенных в крупных городах, им пользуется всего лишь малая часть бизнесменов. Гости ожидают увидеть бассейн, но активно им не пользуются. То же самое касается и тренажерного зала, но из-за занятости и кратковременного пребывания в гостинице бизнесмен не успевает им воспользоваться. Некоторые дополнительные услуги используются не так активно, но они необходимы только потому, что ожидаются гостем. Разнообразие дополнительных услуг в отеле повышает его востребованность среди бизнесменов.

Для того чтобы поездка удалась и у гостя сложилось положительное впечатление о гостинице, механизм функционирования всех подразделений должен работать четко и без всяких сбоев. Отклонение в любом из пунктов требований к проживанию несет за собой отрицательные последствия для дальнейших отношений бизнесмена и гостиницы, а также ее репутации в целом. Если на территории гостиницы случаются перебои с интернетом, но остальные параметры соблюдены в соответствии с требованиями, то деловой турист в дальнейшем маловероятно будет пользоваться услугами данного отеля. Это же касается и комфортабельности номеров, бизнесмен не будет заселяться в гостиницу, где сомнительные условия для работы в номере, при наличии удобной кровати. Отсюда следует, чтобы удовлетворить запросы деловых людей, услуги гостиницы должны быть налаженными, иметь свою актуальность и нести комплексный характер.

Исходя из всего этого, возникает вопрос, зачем так «напрягать» материальную базу гостиницы и расширять ее инфраструктуру ради деловых людей. Истина совсем рядом, ведь у делового туризма есть ряд преимуществ по сравнению с другими видами туризма. Как говорилось ранее, деловые путешествия не зависят от сезона, турист принимает решение о поездке, исходя из деловой необходимости, а мероприятия с участием деловых путешественников проводятся в течение всего года. К тому же многие путешествия с деловыми целями совершаются в не самый загруженный период, поэтому всегда можно рассчитывать на бизнес-гостей независимо от сезонности. Направленность на обслуживание деловых людей позволяет гостиницам проводить гарантированное бронирование и наряду с этим точно планировать загрузку номерного фонда и материально-технической базы

1. Елканова Д.И. Основы индустрии гостеприимства: Учебное пособие. М.: Дашков и Ко, 2009. 248 с.
2. Зорин И.В., Квартальный Б.А. Энциклопедия туризма: Справочник. Рос. междунар. акад. туризма. М.: Финансы и статистика, 2003. 364 с.
3. Кобяк М.В., Лайко М.Ю. Технологический прогресс как фактор инноваций в гостиничном бизнесе // Российское предпринимательство (электронный журнал). 2012. №18 (240). URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/29797>
4. Лесникова О.В. Управление инновациями на предприятиях индустрии гостеприимства: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2009. 173 с.
5. Майлс Й. Сервисные инновации в XXI веке // Форсайт. 2011. №2. С. 4-15.
6. Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе: Учебное пособие для вузов. 2-е изд., доп. и перераб. Ростов н/Д: МарТ, 2010. 244 с.
7. Немковский Б.Л. Инновации: способность предложить новое качество // Отель. 2010. №7. С. 17-22.
8. Пашигорева Г.И. Проблемы организации инновационной деятельности в сфере услуг // Проблемы современной экономики (электронный журнал). 2006. №1-2. URL : <http://www.m-economy.ru>
9. Похомчикова Е.О. Инновации как фактор повышения конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства // Актуальные проблемы современной экономики и менеджмента: материалы заоч. международ. науч. конф., Иркутск, 19 апр. 2013 г. / под науч. ред. Т.Д. Бурменко. Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2013. С. 155-162.
10. Похомчикова Е.О. К вопросу о специфике индустрии гостеприимства // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права) (электронный журнал). 2014. №1. URL: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=18742>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/14201>