

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/kurosovaya-rabota/89707>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Проектирование гостиничных и ресторанных предприятий

Оглавление

Введение 3

1. Содержание и развитие индустрии гостеприимства 5

1.1 Сущность и функции индустрии гостеприимства 5

1.2. Перспективы развития гостиниц и других средств размещения 7

2. Тенденции развития рынка гостиничных услуг 13

2.1 Мировой опыт как вспомогательный фактор роста гостиничного предложения 13

2.2. Развитие хостелов – ключевая тенденция развития гостиничной отрасли 16

Заключение 24

Список используемых источников 26

ВВЕДЕНИЕ

В последнее время гостиничный рынок характеризуется постоянным ростом гостиничных предприятий и соответственно ростом предложения гостиничных услуг, одновременно наблюдается сокращение спроса на услуги размещения. Появляются новые форматы и виды гостиничных предприятий, что вызывает интерес к изучению их особенностей, преимуществ и выявлению дальнейших перспектив развития данного рынка в целом.

Изучение индустрии гостеприимства вызывает интерес у представителей деловых и научных кругов в России и за рубежом. Данная прорабатывается такими учеными, как Дурович А.П., Зорина И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А., Качалова О.И., Кузнецов В.И., Локтева О.А., Мартынова Т.В., Рудская Е. Н., Черненко В.А.

В частности, такие авторы, как Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. в своих работах исследуют общемировые и российские тенденции развития гостиничной индустрии и особенности управления гостиничными предприятиями. В их исследованиях выделяются форматы и этапы создания гостиничных предприятий, организация их деятельности и продвижения.

Локтева О.А. в своих исследованиях формирует представление о потенциале гостиничного бизнеса в Москве с учетом специфики данного мегаполиса, отражая тенденции развития предприятий гостиничной индустрии и сопутствующей инфраструктуры.

Цель исследования – анализ перспектив развития индустрии гостеприимства в России и за рубежом.

Задачи исследования:

- изучить сущность и функции индустрии гостеприимства;
- рассмотреть историю становления гостиничного бизнеса;
- выявить перспективы развития гостиниц и других средств размещения;
- рассмотреть мировой опыт как вспомогательный фактор роста гостиничного предложения;
- выявить особенности нового формата гостиничного размещения – хостел.

Предмет исследования – основные направления развития гостиничной индустрии.

Объект исследования – гостиницы и отели.

Структура работы представлена введением, двумя главами, заключением и списком использованных источников.

В первой главе рассматриваются сущность, история и основные перспективы развития индустрии гостеприимства.

Во второй главе представлен анализ развития хостелов в России.

Методология исследования представлена современными методами научного анализа (абстракции, сравнительного), а также изучения нормативных и научных источников, зарубежного опыта развития индустрии гостеприимства, сравнительным анализом.

1. СОДЕРЖАНИЕ И РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

1.1 Сущность и функции индустрии гостеприимства

Современный отель – это не просто место размещения приезжающих гостей, но и в первую очередь многофункциональная техническая система в части автоматизации, диспетчеризации, обеспечения безопасности гостей и контроля качества обслуживания. Уровень технической оснащенности отеля является признаком его принадлежности к классу люкс, хотя стремительное развитие техники и высокая конкуренция на рынке, создающая гибкую систему цен, в том числе и в сфере продаж интеллектуального оборудования, дают возможность также и бюджетным гостиницам оказаться в числе конкурентоспособных. Сегодня именно те гостиницы, которые в большей степени стараются удовлетворить текущие и перспективные потребности клиентов и начинают заботиться об этом, начиная уже с исследований рынка и разработки нового продукта, по сравнению с другими гостиницами, действующими на данном рынке, добиваются конкурентных преимуществ и существенно повышают эффективность своей деятельности. Каждая гостиница имеет свои особенности организационной структуры. Например, отдел бронирования может входить в состав коммерческого отдела, отдел закупок может быть подчинен финансовому директору, банкетная служба может быть включена в службу питания. Иногда шеф-повар подчиняется непосредственно генеральному директору, а менеджер службы питания командует только официантами, и т. д.

Важно отметить, что гостиничная отрасль обладает рядом особенностей, влияющих на формирование гостиничного управления:

- гостиничная отрасль тесно связана с туристической отраслью, которая влияет на деятельность гостиниц, находящихся в конкретных регионах. В связи с этим гостиничный маркетинг должен быть тесно связан с региональным маркетингом. При отсутствии информированности потенциальных туристов о регионе, в том числе о его рекреационных возможностях, о преимуществе его туристического продукта, гостиничным менеджерам трудно рассчитывать на достаточную загрузку отелей;
- широкие возможности для организации различного типа объединений гостиниц, в том числе создание отечественных гостиничных цепей или вхождение гостиниц в зарубежные гостиничные цепи. Гостиничные цепи передают для вновь входящих в них гостиниц комплекс стандартов деятельности, направленных на оптимальное управление, организацию маркетинга и повышение качества и привлекательности гостиничного продукта.
- в составе гостиничных цепей более успешно решается проблема сезонности в гостиничном бизнесе за счет перемещения клиентов сети из одного региона в другой. Естественно, что при этом в гостиничную сеть должны входить гостиницы в привлекательных регионах с точки зрения внесезонных культурных и исторических достопримечательностей.

Индустрия гостеприимства создает платформу для привлечения туристов на территорию и, тем самым, развивает туристскую инфраструктуру, мотивирует к строительству мест размещения, транспортной инфраструктуры, способствует инвестированию средств в создание новых развлекательных и культурных объектов.

Помимо вышеуказанного, большое влияние развитость гостиничной индустрии оказывает на территориальный бренд. Если в городе есть гостиницы высокого класса, или просто уютные и современные места для проживания туристов, питания и развлечений, это уже залог того, что гостям города будет приятно находиться в нем и они оставят приятное впечатление, которым поделятся с близкими.

Индустрия гостеприимства для многих территорий (курортных зон), исторических городов, мест, имеющих природно-географические или историко-культурные ценности, является оплотом, наличие которого позволяет привлекать туристов и развивать туристский бизнес, а также наполнять местный бюджет.

1.2. Перспективы развития гостиниц и других средств размещения

Функционирование гостиничного хозяйства России на современном этапе выявило наличие благоприятной тенденции постепенного выхода этой отрасли из кризиса, что проявляется в увеличении рентабельности предприятий, повышении загрузки гостиниц, особенно тех, которые расположены в крупных городах, в курортных местах, традиционных туристских центрах. Хотя в целом состояние этого бизнеса остается еще достаточно нестабильным и тяжелым, особенно в российских регионах.

Таким образом, на каждом историческом этапе гостиничная индустрия приобретает новые характерные

черты и с каждым годом набирает новый виток в своем развитии. Несомненно, что данная отрасль в условиях глобализации и расширения сферы влияния транснациональных компаний, занимает настоящее время устойчивые позиции.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативно-правовые акты и стандарты

1. ГОСТ Р 51185—98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»
2. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ (утв. Постановлением Правительства от 25.04.1997 № 490).

Научная и периодическая литература. Интернет-источники

3. Александрова А.Ю. Международный туризм. М: Кнорус, 2017 - 410 с.
4. Барчуков И.С., Баумгартен Л.В., Башин Ю.Б., Зайцев А.В. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов. Уч. пособие. М: Кнорус, 2016 - 387 с.
5. Веселова К.И. Современные направления специализации гостиниц, Р-н-Д: Феникс, 2017 - 267 с.
6. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес. Р-н-Д:Феникс, 2018- 336 с.
7. Голигузова Н. С. Тенденции развития гостиничного бизнеса в РФ [Текст] / Н. С. Голигузова, Е. И. Куценко // Экономическая наука сегодня: теория и практика : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 30 апр. 2016 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. — С. 34-39
8. Гостиничный бизнес в России под влиянием кризиса: текущее состояние и перспективы развития <http://mi.aup.ru> (Дата обращения: 11.01.20)
9. Журавлев А.Г, Казакова М.Н. УРАВЛЕВ АНТОН Основные тенденции развития гостиничного рынка г. Москвы // Российские регионы: взгляд в будущее. 2017. №1 С.223-232.
10. Конькова Е. Д. К вопросу развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации. / Е. Д. Конькова, М. М. Салтыкова // Экономика и общество: проблемы и перспективы развития в условиях неопределенности, 2016. С. 61
11. Котлер Ф., Боуэн Дж. Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов/ Пер. с англ. Под ред. Р.Б. Ноздревой. М.: ЮНИТИ, 2018 - 723 с.
12. Медлик С. Гостиничный бизнес: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016 - 278 с.
13. Овчаров А.О. Туристический комплекс России. Тенденции, риски, перспективы. М:Инфра-М, 2017 -420 с.
14. Поршнева А.Г. Управление организацией./ Поршнева А.Г., З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина, Кибанова. М., ДАФНА, 2010 - 440 с.
15. Савельев А. В. Особенности маркетинговых коммуникаций в гостиничном бизнесе // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 24. – С. 95
16. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. – М: Инфра-М, 2016- 320 с.
17. Современный гостиничный бизнес // под ред. Чернышева А.В., - М.: «Интел универсал», 2016-336 с.
18. Уокер Дж. Управление гостеприимством, М.: ИНФРА, 2018 – 356с.
19. Щетинина К.И. Инновации в гостиничном бизнесе: международный и российский опыт // Российский вестник. – 2017. – № 2 . – С.31
20. PROHotelia // [Электронный ресурс] / Стильная черно-белая реклама сети курортных отелей One&Only. URL: <http://www.prohotelia.com.ua/2013/11/one-only-resort.htm> (дата обращения: 13.01.20).
21. Центр Петербурга готовят к «туристам на норах» // https://www.rbc.ru/spb_sz/17/11/2017/5a0ebeb9a7947179b5dd72e (дата обращения: 01.01.20)
22. Санкт-Петербург станет столицей хостелов // <http://expert.ru/northwest/2015/11/sankt-peterburg-stanet-stolitsej-hostelov/> (дата обращения: 01.01.20)

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/kursovaia-rabota/89707>