

Гостиничный бизнес – один из наиболее динамично развивающийся в мире. Активному развитию гостиничной индустрии в России способствовал устойчивый экономический рост, повышение уровня жизни населения, включение российской экономики в процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации, увеличение деловой активности бизнеса.

С каждым годом количество гостиниц увеличивается. В настоящее время важно не только оказывать услуги на высоком качественном уровне, но и организовать активный их сбыт. В условиях рыночной экономики на гостиничном рынке, как и на любом другом, существует высокая степень конкуренции, что заставляет менеджеров гостиниц и других туристских предприятий использовать различные маркетинговые идеи.

Управление современным гостиничным предприятием основано на сложной системе взаимоотношений с гостями, поставщиками услуг, туристскими фирмами и прочими предприятиями, а также с корпоративными клиентами.

Тема взаимодействия гостиничных предприятий с туристскими фирмами и корпоративными клиентами была выбрана для данной работы по той причине, что она достаточно новая для российского рынка и, следовательно, требует анализа сложившейся практики.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что рост доходов населения, повышение интереса к путешествиям и деловой активности бизнесменов привели к росту спроса на качественные гостиничные услуги. Организованные туристы и корпоративные клиенты являются одними из самых важных, а для многих гостиниц – приоритетными в сфере продаж. Именно активная работа по привлечению корпоративных клиентов и эффективная организация взаимодействия с туристскими фирмами обеспечивает стабильную и значительную долю дохода для предприятий гостиничных комплексов.

Предметом данной работы выступает технология взаимоотношений гостиничных комплексов с туристскими фирмами и корпоративными клиентами.

Объектом является гостиничный комплекс «Sea Galaxy», расположенный в курортном городе Сочи, активно сотрудничающий с туристскими фирмами, привлекающий корпоративных клиентов и имеющий необходимые площадки для организации различных культурных, спортивных и бизнес-мероприятий

Целью дипломной работы является анализ взаимодействия гостиничного предприятия с туристскими фирмами и корпоративными клиентами на современном российском рынке и разработка рекомендаций по совершенствованию такого взаимодействия.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- проанализировать теоретические основы взаимодействия предприятия с туристскими фирмами и корпоративными клиентами;
- исследовать особенности взаимодействия гостиничного предприятия с туристскими фирмами и корпоративными клиентами на примере гостиничного комплекса «Sea Galaxy»;
- проанализировать виды договорных отношений между гостиницей и туристскими фирмами и корпоративными клиентами;
- разработать предложения по совершенствованию взаимодействия гостиничных предприятий с туристскими фирмами и корпоративными клиентами.

При написании дипломной работы были использованы такие теоретические методы как изучение, описание и анализ взаимодействия туристского и гостиничного бизнеса в России, а также его проблем.

Теоретическая значимость работы заключается в необходимости проанализировать и сравнить особенности построения взаимоотношений гостиничных предприятий с туристскими фирмами и корпоративными

клиентами, а также выявить недостатки в существующей системе отношений.

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты анализа выбранной темы могут быть использованы в практической деятельности гостиничного предприятия с целью улучшения качества предоставляемых услуг, построения взаимовыгодных отношений с партнерами и, как следствие, увеличения прибыли.