

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДАЖ КОНФЕРЕНЦ-УСЛУГ ГОСТИНИЦ.....	6
1.1 Понятие, сущность и значение организации дополнительных услуг в гостиницах.....	6
1.2 Значение специализированных отелей в повышении качества предоставления конференц-услуг.....	17
1.3 Роль агентств делового туризма в распределении конференц-услуг гостиниц.....	28
2. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ АГЕНТСТВ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА С БИЗНЕС-ОТЕЛЯМИ.....	35
2.1 Общая характеристика агентства делового туризма ООО "Конгресс- Сервис".....	35
2.2 Анализ контрактов и договорных условий работы ООО "Конгресс- Сервис" с бизнес-отелями.....	52
2.3 Разработка мероприятий по оптимизации и организации продаж конференц-услуг гостиниц.....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	69
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	71
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	77

## ВВЕДЕНИЕ

Индустрия туризма является одной из самых высокодоходных статей экономики в ряде стран мира, занимая второе место в мировом хозяйстве, уступая только нефтяной промышленности. С каждым годом расходы населения на туристские услуги увеличиваются, и в настоящее время они занимают третье место после затрат на продукты и жилье. Особый доход государственному бюджету страны приносят корпорации, которые отправляют своих сотрудников в командировки в другие страны, поскольку организации готовы вкладывать крупные денежные суммы в развитие своей компании посредством деловых поездок сотрудников. Деловой туризм способствует развитию внешнеэкономических связей, позволяет странам обмениваться передовым опытом, что способствует расширению международных контактов среди представителей научных кругов различных стран мира. Деловой туризм положительно влияет на развитие тех стран, где он реализуется. В Европе за прошедшие десять лет среднегодовые темпы увеличения объемов делового туризма достигли 9%, в то время как туризма в целом – всего 5%<sup>1</sup>.

Актуальность темы данной выпускной квалификационной работы обусловлена стремительным развитием делового туризма в нашей стране и необходимостью настроить российские отели на активное партнерство с агентствами делового туризма для обеспечения максимально эффективного развития данного направления туризма в России. Интенсивное увеличение объема деловых встреч определяет необходимость тщательного рассмотрения подобных вопросов и разработки новых подходов к взаимодействию партнеров, участвующих в организации деловых поездок и мероприятий. Индустрия делового туризма в нашей стране зародилась относительно недавно и находится в стадии развития. На данный момент в

---

<sup>1</sup> URL: <http://www.otpusk.com/articles/302/> - Серегина В. Деловой туризм в сфере туруслуг. // Он-лайн гид по миру туризма. (дата обращения 12.04.2015).