

5 последних научных достижений в моей специальности

**Выполнила ученица
группы 2гд -9
Приходько Анжела.**

Работа в сфере гостеприимства – это потрясающая возможность посмотреть мир, встретить множество интересных людей. Вместо того чтобы сидеть в пыльном офисе, видеть каждый день одни и те же лица, сотрудники туристических агентств и отелей постоянно общаются с новыми клиентами, даря им удовольствие от отдыха.

В гостиничном бизнесе определились две категории действующих лиц. Первая — владельцы гостиниц (инвесторы), бизнес которых заключается в получении максимальной выгоды от владения и манипулирования недвижимостью. Вторая — администраторы (управленцы), которые занимаются только менеджментом и задача которых привлекать потребителей.





Инновации в средствах размещения можно определить как процесс формирования качественно нового состояния бизнес-системы и связей между ее элементами, а также целевое изменение в любой сфере деятельности предприятия, направленные на повышение эффективности ее функционирования.

Предприятия индустрии гостеприимства осваивают все большее количество несвойственных им видов деятельности, что ведет к реорганизации систем управления. Многие современные отели уже сейчас представляют собой не одну компанию, а группу компаний, объединенных в холдинговую структуру. Если раньше в центре внимания руководства отеля находились вопросы управления номерным фондом, то сейчас акценты смещаются на управление всеми ресурсами предприятия и организацию эффективного финансового менеджмента.



В последнее время все большее количество высококлассных отелей используют новейшие технические достижения для того, чтобы каждый гость мог воспринимать гостиничный номер как частицу собственного дома. Наряду с интерактивным телевидением, беспроводным доступом в Интернет, номера гостиниц оснащаются «умной» мебелью — диванами, снабженными USB-портами, и рабочими столами со встроенными зарядными устройствами для мобильных телефонов и базовыми станциями беспроводных телефонов. Появились и специальные электронные устройства, запоминающие все предпочтения гостя — от температуры воздуха в комнате до музыкальных пристрастий.





Гостиничная индустрия, вслед за транспортными отраслями и распределительными сетями, также стала консолидироваться. Происходит постоянный процесс слияний и приобретений, создания различных партнерских союзов. В настоящее время 26 % всех гостиничных номеров распределяются под торговыми марками 50 ведущих глобальных компаний.