



КУРСОВА РАБОТА

**ПО ВАТВ007 ИНОВАЦИИ В СФЕРАТА НА ХОТЕЛИЕРСТВОТО И
РЕСТОРАНТЬОРСТВОТО**

НА ТЕМА:

ИНОВАТИВНИ ХОТЕЛСКИ КОНЦЕПЦИИ

Изготвил:

Проверил:

София, 2017

УВОД

Иновациите се считат за основен източник на конкурентно предимство и икономически растеж. По-голямата част от изследванията в областта на иновациите са фокусирани върху производствения сектор. Растежът в западните икономики след Втората световна война се характеризира с увеличение на услугите¹. Хотелиерството и туризма са едни от най-големите индустрии в света.

В основата на бързите темпове на растеж в туризма са иновациите.

Траекторията на растеж в глобалната туристическата индустрия през 2016 г. и след това има своите дълбоки корени в иновациите. Участниците в индустрията ще трябва да реагира на променящите се пазарни сили и да намират възможности в пазарните смущения.

1. Поштели

Една от най-интересните нови тенденции, които променят хотелиерството са ниско-бюджетните обекти за настаняване и сектора на хостелите са поштелите. Все повече хостели предлагат различно преживяване, създавайки динамични концепции на вълнуващи места

«Poshtel» е термин, който се отнася до места за настаняване, които са на границата между общежитие и хотел. Те обикновено предлагат големи, споделени стаи в общежитието, но също така предлагат самостоятелни стаи за единични гости и двойки. Те инвестират в проектиране, предоставяйки на едно уникално преживяване за гостите. Поштелите са връзка между достъпна цена и нов тип лукс, който се фокусира върху проектирането и преживяването. Лидерите в тази тенденция са марки като Generator, Inn-Village St Christopher, The Dictionary, Meininger Clink

От гледна точка на целевите пазари, поштелите са насочени към нуждите на поколението на хилядолетието (Милениуми) - тези, родени през 80-те и 90-те години. Тези млади хора наскоро са станали възрастни и те имат работа и пари, които им позволяват да пътуват по света.

Милениумите живеят в технологичен свят и те очакват тези технологии да ги следват навсякъде. Те очакват Wi-Fi навсякъде (и безплатно) - в кафенетата, в банкатата и със сигурност в техните хотели. Те живеят в и чрез социалните мрежи и са склонни да вярват на информацията в тези мрежи много повече от съобщенията в

¹ Porter, M.E. and Ketels, C.H.M. (2003). Competitiveness: Moving to the next stage. Strategic Management Journal, 24, 415-431.