

Показатели туристского рынка России на 2016 г.:

Туризм находится на 3-ем месте

после:

1 место - Нефтедобывающей
промышленности

2

место - Автомобилестроение

3 место - Туризм

ПРОГНОЗЫ ЭКСПЕРТОВ

К **2018** году **Азиатский регион**, на который, по данным экспертов, в грядущем десятилетии будет приходиться **41%** от общей доли мирового прироста в сфере зарубежных бизнес и туристических поездок, **сможет обогнать США по числу деловых путешествий.**

Существенную часть такого роста будут обеспечивать туристы из Китая, в том числе благодаря мерам по упрощению визовых процедур, предпринятых рядом стран в отношении представителей Поднебесной.

Наряду с КНР и Азиатским регионом в целом подстегивать рост мирового гостиничного сектора на протяжении ближайших нескольких лет будут **Бразилия, Индия и Россия.**

Мировые тенденции

Для России немаловажным обещает стать тот факт, что она примет **грандиозные спортивные события**:

*в России в **2018** году футбольное первенство планеты.*



Мировые тенденции



- 1. Дефицит квалифицированных кадров.** Проблема, касающаяся привлечения и удержания квалифицированного персонала, некогда актуальная только для незначительного числа стран, ныне становится чрезвычайно важной для индустрии в целом

Мировые тенденции



2. Сращивание гостиничного бизнеса с другими отраслями обслуживания: в гостиницах теперь располагаются не только номера, но и рестораны, развлекательные и спортивные комплексы, спа-центры и прочее, чтобы постояльцы могли получить дополнительные услуги прямо на территории заведения.

Мировые тенденции



3. Демократизация: гостиницы стараются привлечь не только богатых клиентов, но и клиентов с не очень большим достатком. После экономического кризиса, туристы стали выбирать более бюджетные варианты размещения. В то время это ударило по загрузке гостиниц высокого класса. Поэтому эти гостиницы разработали гостиничные продукты и для гостей с меньшим достатком.

Мировые тенденции



4. Усиление специализации ■ заведения стремятся привлечь только определенную категорию клиентов.

Мировые тенденции



- 5. Глобализация и концентрация бизнеса** проявляются в создании крупных корпораций и гостиничных цепей (как международных, так и национальных).

Мировые тенденции

- 6.** Повальное внедрение новых и совершенствование имеющихся информационных и иных технологий в управлении и обучении персонала, для финансовых отчетов, в системе безопасности, в системе бронирования и т.д.
- 7.** Набирает популярность проведение выставок, конгрессов, где собираются руководители, администраторы и иногда даже сам персонал для того, чтобы обсудить современные тенденции развития бизнеса, обменяться опытом и т.д.
- 8.** Рост себестоимости строительства гостиниц
- 9.** Снижение доходности бизнеса (в период кризиса)
- 10.** Безопасность – отели стараются отгородить себя как можно больше от возможных случаев терроризма

Мировые тенденции

- 11. Новый менеджмент** – набор факторов, связанных с контролем над занятостью, безопасностью, движением капиталов и технологиями требует наличия совершенно иных управленческих кадров, способных адаптироваться к быстро происходящим изменениям практически во всех системах менеджмента
- 12. Консолидация** – поглощение, либо сливание корпораций друг с другом. Происходит поглощение мелких субъектов рынка более крупными. Крупные гостиничные сети создают серьезную угрозу для рынка малых отелей
- 13. Диверсификация внутри сегментов** гостиничной индустрии – разделение экономических гостиниц на заведения низшего, среднего и высшего классов
- 14. Появление специализированных отелей** – образование бизнес-отелей, отелей для долговременного проживания (отели квартирного типа или **Apartament**), домов-гостиниц для пожилых людей и инвалидов, бутик – отелей, эко – отелей, шоу – румов. Развиваются отели с очень необычным внешним видом. Это ледяные отели, отели на деревьях и под водой...

15. Сегментирование – приспособление гостиничных предприятий к потребностям и материальным возможностям различных категорий клиентов, то есть появление в гостиничных сетях **2-х, 3-х, 4-х** и **5-ти** звездочных гостиниц

16. В настоящее время для развития мировой гостиничной индустрии характерна **централизация и интеграция управления**

17. Происходит четкое **разделение туристов по целям поездок**: бизнес туристы, туристы отдыхающие и транзитные туристы. У каждой из этих групп совершенно различные потребности и предпочтения. Следовательно, кардинально меняется облик современного туриста.

18. Популярны виды туризма: **деловой, короткие туры** (на праздники или выходные), **инсентив туризм** (то есть туризм, включающий мероприятия, финансируемые компанией для награждения своих работников и поощрения их активности, улучшения морального климата в коллективе).

19. В условиях **жесткой конкуренции на рынке**, отдел маркетинга в гостиницах разрабатывает **программы лояльности**, неординарные маркетинговые решения, акции, системы бонусов и поощрений, системы скидок

20. В современных условиях глобальной конкуренции и стремительного появления новых технологий, роста разнообразных требований у потребителей к качеству гостиничного продукта **знания персонала организации индустрии гостеприимства** являются основным фактором, определяющим эффективность ее работы на рынке.

21. **Укрепление сотрудничества гостиниц и правительственных органов**, так как в целом пропаганда туризма, как государственной сферы, будет расширяться.

22. Многие отели начинают ориентироваться на требования **экологичности и заботы об окружающей среде**. Распространение тенденции эко-туризма, повсеместное **создание эко-отелей**.

23. **Улучшение технического оснащения гостиниц** в целом.

24. Современные **отели меняют способ подсчета прибыли с дохода на один номера на доход с одного гостя**.

25. Необходимо помнить, что **стандарты это необходимая мера** в гостиничном бизнесе, необходимо чтобы в отеле присутствовала индивидуальность.