



НОВЫЕ ВЫЗОВЫ
НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ПУТЕШЕСТВИЕ НАЧИНАЕТСЯ С «ВЕШАЛКИ»

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ
ВЫСОКОДОХОДНОЙ АУДИТОРИИ
В СФЕРЕ ПРЕМИАЛЬНОГО ОТДЫХА



СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	1
ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО	2
ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ	4
ОСОБЕННОСТИ СЕРВИСА И УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ СЕТЕЙ	6
ОЖИДАНИЯ ВЫСОКОДОХОДНОЙ АУДИТОРИИ ОТ БЕЗУПРЕЧНОГО ОТДЫХА	8
РЫНОК ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ ПРЕМИУМ-КЛАССА В РОССИИ	14
БАЛАНС СПРОСА НА ПРЕМИАЛЬНЫЙ ОТДЫХ В РОССИИ И ТЕКУЩЕГО УРОВНЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ	16
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	18
ПОРТРЕТ ВЫСОКОДОХОДНОЙ АУДИТОРИИ	18
КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	19
НАШИ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБЗОРЫ: ТУРИЗМ И ИНФРАСТРУКТУРА	20

ВВЕДЕНИЕ

В России активно развивается внутренний туризм – частота поездок по стране увеличилась с 154 млн в 2022 году до 169 млн 2024-м¹. Российская Федерация действительно уникальна – в ней 89 регионов, 11 часовых поясов и более 190 национальностей. Потребуется не один год, чтобы ознакомиться с ее культурами, испробовать все национальные блюда, оказаться в каждом ее уголке: на Алтае, Байкале, Дальнем Востоке, Кавказе, в Заполярье и т. д.

Высокий интерес к путешествиям по России подтверждается совместным исследованием Группы компаний Б1 и Агентства стратегических инициатив (АСИ), которое проводится ежегодно с 2023 года. Его результаты показывают, что за последние два года доля участников опроса, которая положительно относится к отдыху внутри России, увеличилась с 77² до 87%³.

Один из драйверов вовлечения россиян во внутренний туризм – инициативы Правительства РФ и губернаторов, направленные на поддержку туризма и внедренные на федеральном и региональном уровнях. Создаются новые туристические точки на карте – от масштабных проектов с номерным фондом от 1000 номеров до небольших баз отдыха с глэмпингами и экокоттеджами. Одновременно с этим активно развивается связующая аэропортовая инфраструктура. Так, до 2030 года планируются строительство и реконструкция 75 воздушных гаваней⁴.

Значительным событием, давшим толчок развитию внутреннего туризма, стало введение международных ограничений на авиасообщение. Данная ситуация позволила «заякорить» интерес внутренних туристов к отдыху в России.

В 2025 году Группа компаний Б1 провела исследование, проанализировав ключевые драйверы и индикаторы зрелости туристического рынка. Мы сконцентрировались на премиальном отдыхе в России, так как он формирует имидж туристической отрасли в целом, задает стандарты качества и создает тренды на отдых в стране.

В рамках исследования наша команда опросила представителей высокодоходной аудитории. На основе мнений потребителей услуг, участников туристического бизнеса и индустрии гостеприимства мы оценили уровень удовлетворенности текущим состоянием туристической отрасли, а также определили вызовы, которые ей необходимо трансформировать в факторы успеха в рамках существующего окна возможностей.

¹ Росстат, туристский поток, данные за 2022–2024 гг. (rosstat.gov.ru/statistics/turizm)

² Российский внутренний туризм – 2023: новые горизонты (b1.ru/analytics/b1-asi-survey-tourism-sector-2023/)

³ Внутренний туризм в России: не стоим на месте (b1.ru/analytics/b1-asi-tourism-in-russia-survey-june-2024/)

⁴ Ространснадзор (rostransnadzor.gov.ru/news/13266)

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО



ОЛЬГА АРХАНГЕЛЬСКАЯ

Партнер, руководитель направления по оказанию услуг компаниям сектора недвижимости, инфраструктуры, гостиничного бизнеса и строительства, государственного и транспортного секторов

Внутренний туризм в России продолжает расти не только за счет увеличения номерного фонда, но и за счет диверсификации предложения и направлений отдыха. Одним из остро стоящих вопросов остается развитие премиального туризма в стране. На данный момент в России действует около 35 курортных комплексов класса премиум, однако их представленность можно охарактеризовать скорее как фрагментарную: большая часть предложения сконцентрирована в Краснодарском крае, в частности в городе Сочи. Это сильно сказывается на опыте гостей, вынужденных выбирать одни и те же места для отдыха и сталкиваться с большим скоплением туристов. Кроме того, многие регионы, которые способны обеспечить качественный и уникальный отдых в любое время года, остаются в тени ввиду ограниченности премиального предложения.

Проведенное нами исследование помогло определить потенциал роста премиального номерного фонда, а также необходимый набор инфраструктуры и услуг для повсеместного развития люксового отдыха в стране, учитывающий одновременно лучшие мировые практики и особенности российского высокодоходного спроса. Для успешной реализации предлагаемых рекомендаций ключевая роль должна отводиться «бесшовности» сервиса, а также разнообразию и уникальности клиентского опыта.



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ▲

КАК ПОКАЗАЛО НАШЕ ИССЛЕДОВАНИЕ, С ОДНОЙ СТОРОНЫ, ПОПУЛЯРНОСТЬ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА НАХОДИТСЯ НА ДОСТАТОЧНО ВЫСОКОМ УРОВНЕ, А С ДРУГОЙ – ВЫСОКОДОХОДНАЯ АУДИТОРИЯ СТАЛКИВАЕТСЯ С ДЕФИЦИТОМ ПРЕМИАЛЬНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ, СОПОСТАВИМОГО С МИРОВЫМИ ПРАКТИКАМИ. ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПРЕМИАЛЬНОЙ АУДИТОРИИ В ОТДЫХ В РОССИИ НЕОБХОДИМО УДОВЛЕТВОРИТЬ НЕСКОЛЬКО ЕЕ КЛЮЧЕВЫХ ЗАПРОСОВ.

01

«БЕСШОВНЫЙ» СЕРВИС.

Организация единого окна взаимодействия, решение возникающих вопросов без перенаправления «от ответственного к ответственному». Высокодоходная аудитория ожидает, что после заселения персонал отеля будет самостоятельно идентифицировать гостя по имени и номеру проживания, не задавая уточняющих вопросов.

02

ВНИМАНИЕ К ДЕТАЛЯМ.

Состоятельные туристы очень чувствительны к мелочам: время регистрации на ресепшене – не более 3–5 минут, в номере должны быть тапочки и халат подходящего размера, достаточное количество вешалок в гардеробной, мебель без царапин и потертостей. Во время уборки номера персонал должен обеспечить наличие необходимого количества полотенец, бокалов и т. д.

03

РЕШЕНИЕ НЕСТАНДАРТНЫХ ВОПРОСОВ.

Один из аспектов, отличающих отели высокой ценовой категории в России от зарубежных лучших практик, – невозможность отойти от правил и быстро найти нестандартный подход к решению вопроса. Например, приготовить для детей позицию вне меню, организовать доставку «от двери до двери», предоставить ноутбук в аренду.

04

КАМЕРНЫЙ ФОРМАТ ПРОЖИВАНИЯ.

Отсутствие очередей на ресепшене, в ресторане, спа и прочих зонах скопления посетителей. Проживание в отелях небольших форматов – способ избежать гигантизма и массивных корпусов, лишаящих чувства уединенности. Возможность остановиться в отдельно стоящем коттедже или вилле в окружении нетронутой природы.

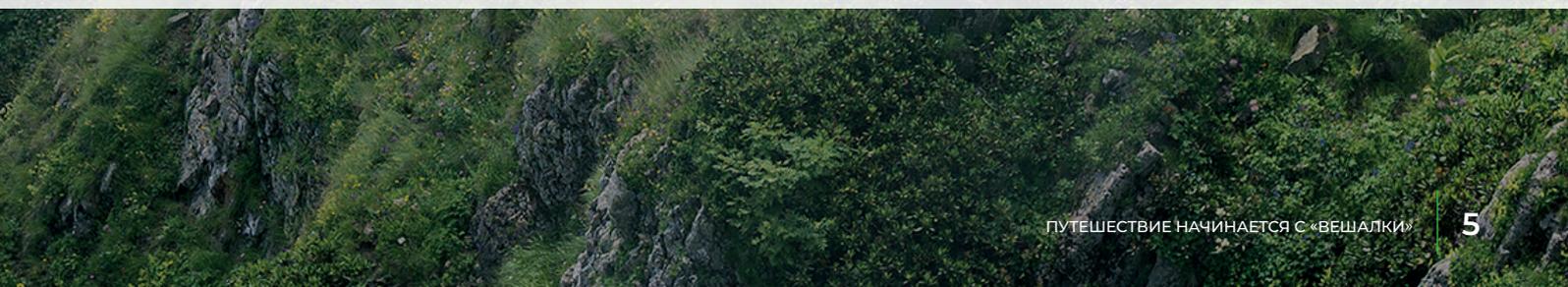


05 ПОГРУЖЕНИЕ В АУТЕНТИЧНОСТЬ. Путешествие подразумевает обязательное знакомство с локальной кухней и местными традициями. Приветствуется, если на курорте применяется архитектурная концепция, отражающая региональный колорит, а также есть возможность единения с природой и погружения в традиционную роскошь. Важно поделиться с гостем уникальным опытом.

06 УДОБНЫЙ ТРАНСФЕР. Отдых начинается в аэропорту, поэтому качество и комфорт трансфера не должны уступать уровню гостиницы. Нужно уделить внимание деталям: наличию зарядных устройств, питьевой воды, при долгом переезде – организации питания. В целом ожидается, что курорт должен быть расположен вблизи аэропорта, максимальная удаленность – 2 часа езды.

07 БЕЗОПАСНОСТЬ ДЛЯ ДЕТЕЙ. Территория отеля должна быть закрытой, охраняемой и снабженной системой видеонаблюдения, чтобы дети могли передвигаться по ней без сопровождения. Наравне с этим ожидается ежедневная проверка качества поставляемой продукции и исправности детской инфраструктуры. Обязательно наличие качественного детского клуба.

08 НАСЫЩЕННАЯ ПРОГРАММА ОТДЫХА. Важна инфраструктура как при отеле, так и вокруг него: комфортный подогреваемый бассейн, спа, спортивные активности, организация программ с выездами, включая экскурсии на вертолетах. Премиальные туристы очень чувствительны к наличию качественных ресторанов с разнообразной кухней, чтобы был широкий выбор блюд, в т. ч. для детей.



ОСОБЕННОСТИ СЕРВИСА И УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ СЕТЕЙ

В РЕКРЕАЦИОННЫХ ГОСТИНИЦАХ ГЛАВНЫМ ЭЛЕМЕНТОМ ЭКСКЛЮЗИВНОСТИ ЯВЛЯЕТСЯ РАСПОЛОЖЕНИЕ В ОТДАЛЕННЫХ ЖИВОПИСНЫХ УГОЛКАХ ПРИРОДЫ (НАПРИМЕР, НА ТЕРРИТОРИИ ЗАПОВЕДНИКОВ И ПРИРОДНЫХ ПАРКОВ). ТАКИМ ОБРАЗОМ, ГОСТЬ МОЖЕТ МАКСИМАЛЬНО ОЩУТИТЬ ЕДИНЕНИЕ С ПРИРОДОЙ И ВОССТАНОВИТЬ СВОЕ ФИЗИЧЕСКОЕ И МЕНТАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ, В Т. Ч. БЛАГОДАРЯ РЕТРИТ-ПРОГРАММАМ.

Премиальные курорты предлагают проживание как в номерах, так и в отдельно стоящих виллах и коттеджах – для любителей камерного формата. Уникальность отдыха усиливается расположением объектов – на воде, скалах, деревьях, в пещерах. Их наполнение включает спа с термальной зоной, подогреваемый бассейн на открытом воздухе, рестораны с локальной кухней, качественный детский клуб, событийную программу и т. д.

ПРОДУМАННОСТЬ ДО МЕЛОЧЕЙ

Тонкость в персонализации – отличительная черта гостиниц высокой ценовой категории, предлагающих возможность премиального отдыха. Индивидуальный подход к гостям достигается благодаря настроенным CRM-системам с учетом конфиденциальности данных. Далее представлены примеры трансформации собираемой информации в высококачественный сервис.

Так, например, за несколько дней до заезда в отель гостю может быть направлено электронное письмо с предложением организовать трансфер из аэропорта, забронировать столик в ресторане или приобрести билеты на мероприятие. Система может учитывать такие детали, как имя, язык общения, предпочтения по температуре воздуха в номере к заезду, любимый тип подушки, размеры халатов и тапочек, информация об аллергии, дне рождения, предыдущих жалобах или просьбах.

Некоторые отельные сети имеют собственные мобильные приложения, которые позволяют гостю самостоятельно выбрать жесткость матраса, тип подушек, время уборки. Чат с персоналом сохраняет историю общения, которую изучают перед заездом в другую гостиницу сети, что помогает учесть все потребности гостя, такие как трансфер из аэропорта, дополнительные подушки или комплект душевых принадлежностей, различные опции для детей, возможные предпочтения в еде.

При заселении премиальные гостиничные сети учитывают такие индивидуальные интересы гостя, как любимое вино, аромат в номере, предпочитаемые фрукты или тип шезлонга на пляже. Ряд операторов уделяет особое внимание сну, стремясь создать для гостя наиболее комфортные условия. Специалисты помогают преодолеть джетлаг, разрабатывают комбинацию блюд и напитков для наилучшего отдыха, подбирают ароматы и в конечном итоге выстраивают режим сна. В дальнейшем при посещении сети номера заранее подготавливаются по всем необходимым параметрам.

ПРОСТОРНЫЕ И ЭРГОНОМИЧНЫЕ НОМЕРА

Премиальный отдых подразумевает камерный формат проживания. По наполнению номера остаются просторными (в среднем от 60 кв. м) и имеют несколько функциональных зон, включая большой балкон



с лаундж-зоной и живописным видом. В средствах размещения предлагаются: спальные места с возможностью выбора матраса разной жесткости, увеличенное число розеток, наличие переходных адаптеров, выделенное рабочее пространство, система «умный дом» (управление освещением, температурой, влажностью в номере, фирменная брендовая косметика и т. д.).

БОГАТАЯ ГАСТРОНОМИЯ

Как правило, на территории премиального отеля располагается не менее трех точек питания различных форматов: семейные рестораны со шведской линией, рестораны à la carte, гастробары, лаундж-бары и т. д. Их график работы предполагает гибкость – например, возможность сервировки позднего завтрака. Рестораны могут быть представлены различными кухнями мира, но важным элементом остается наличие аутентичного меню с локальной гастрономией. При его составлении учитываются всевозможные пищевые привычки и особенности (вегетарианство, непереносимость лактозы, глютена). Часть ресторанов за уникальность разработанного меню награждается звездами Мишлен.

ВЫСОКОКЛАССНЫЕ СПА- И WELLNESS-КОМПЛЕКСЫ

Отличительной особенностью премиум-отелей является подбор персонализированных программ и процедур в зависимости от запросов и состояния здоровья гостя. Дополнительное преимущество – использование природных ресурсов локального происхождения (глина, термальная и минеральная вода, травы, эндемичные растения региона).

РАЗНООБРАЗНАЯ СОПУТСТВУЮЩАЯ ИНФРАСТРУКТУРА И УСЛУГИ

Задача курорта – обеспечить комфортный и насыщенный отдых для своих гостей за счет разнообразных развлечений, сервисов и услуг.

- Спортивная инфраструктура: теннисные корты, поля для гольфа, футбольные поля, площадки для проведения групповых тренировок и йоги, велосипедные дорожки. Гостям доступны услуги тренера и коуча, для детей предусмотрены детские секции.
- Развлекательная инфраструктура: аквакомплекс, детские игровые площадки и клубы, кинотеатры, веревочный парк, вечеринки на пляже.
- Событийная программа: фестивали и концерты с приглашенными звездами, мастер-классы (кулинарные шоу-уроки, изготовление косметики, свечей и пр.), дегустации.
- Шопинг: премиальные магазины и бутики, сувенирные магазины с качественной местной и иностранной продукцией.

ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОГРАММЫ

Для обеспечения высокого качества отдыха гостей многие премиальные бренды предлагают собственные экскурсионные услуги. Некоторые объекты включают в стоимость проживания одну или несколько экскурсий.

Во многом премиум-статус экскурсионных услуг в мировой практике обеспечивается за счет расположения курорта или гостиницы в уникальной природной локации (например, прогулка по мангровым лесам, плавание с китами, полет на вертолете над вулканом). Некоторые виды экскурсий предлагают погружение в природную культурную и духовную среду места посещения (путь самурая, посещение аутентичных деревень и природных заповедников, где обитают редкие виды животных). Во время экскурсии гостям курорта предоставляется элитный трансфер (автомобиль класса люкс, яхта, вертолет), а также услуги квалифицированных гидов и инструкторов.

ОЖИДАНИЯ ВЫСОКОДОХОДНОЙ АУДИТОРИИ ОТ БЕЗУПРЕЧНОГО ОТДЫХА ▲

В РАМКАХ ИССЛЕДОВАНИЯ МЫ ПРОВЕЛИ ИНТЕРВЬЮ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ ВЫСОКОДОХОДНОЙ АУДИТОРИИ, УЧИТЫВАЯ РАЗЛИЧНЫЕ ВОЗРАСТНЫЕ ГРУППЫ И СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ. РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА ПОЗВОЛИЛИ ВЫЯВИТЬ ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПАТТЕРНЫ СОСТОЯТЕЛЬНЫХ ТУРИСТОВ, А ТАКЖЕ ОПРЕДЕЛИТЬ ФАКТОРЫ, КОТОРЫЕ ДЕЛАЮТ ПРЕМИАЛЬНЫЙ ОТДЫХ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ДЛЯ ЭТОЙ АУДИТОРИИ.

ФОРМУЛА ИДЕАЛЬНОГО ОТДЫХА ВЫСОКОДОХОДНОГО ТУРИСТА





1 СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИДЕАЛЬНОГО ОТДЫХА: **АУТЕНТИЧНОСТЬ**

Состоятельные путешественники посетили большое количество точек притяжения по миру и взыскательны к получению нового уникального опыта. Для них путешествие не просто отдых, а способ познания и исследования себя, природы и всего мира. Как итог, одним из важных критериев выбора места проведения отпуска становится его аутентичность, которая раскрывается через следующие принципы:

УНИКАЛЬНЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ

- Курорты, расположенные в экзотических и необычных локациях, где сохранилась природная или историческая первозданность.
- Эксклюзивный опыт благодаря кастомизированным экскурсионным маршрутам, в т. ч. приватные туры для небольших компаний, доступ к закрытым для массового туриста точкам притяжения и мероприятиям.
- Сервис, ориентированный на личные запросы.

ПОЛНОЕ ПОГРУЖЕНИЕ В АТМОСФЕРУ

- Гастрономия как способ знакомства с культурным кодом страны или региона: локальные блюда из местных продуктов, дегустационные сеты и пр.
- Общение с местным сообществом или населением, проживание в аутентичных поселениях.
- Иммерсивные практики, которые предполагают обучение местным традициям и народному искусству.

СОЧЕТАНИЕ АУТЕНТИЧНОСТИ И ВЫСОКОГО УРОВНЯ КОМФОРТА

- Проживание в отелях, сочетающих локальные особенности, современный дизайн и технологии.
- Безопасность: профессиональные экскурсоводы, доступ к качественной медицинской помощи, сопровождение.
- Грамотный баланс между первозданностью и цивилизацией: освобождение и детокс от информационного шума с сохранением доступа к необходимым сервисам.

2 СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИДЕАЛЬНОГО ОТДЫХА: «БЕСШОВНЫЙ» СЕРВИС

Ключевым индикатором премиального отдыха становится «бесшовный» сервис, т. е. непрерывная забота о госте через единое окно взаимодействия, без перенаправления «от ответственного к ответственному». При этом высокий уровень сервиса сохраняется на протяжении всего путешествия, включая трансфер от аэропорта, прием гостя на ресепшене, проживание в номере, услуги и развлечения, экскурсии и пр.

Премиальный сервис совмещает в себе ненавязчивость и исключительную продуманность ожиданий гостя, где каждая деталь обслуживания имеет значение. Для удовлетворения ежедневных потребностей высокодоходных туристов отели класса люкс предоставляют услуги консьерж-сервиса – батлера, который постоянно находится с гостями на связи и оперативно реагирует на любые запросы. При этом важно подчеркнуть, что клиенты окружены вниманием не только со стороны батлера, но и всего линейного персонала, который должен работать как слаженный механизм.

Основным требованием к команде отеля становится гибкость в нестандартных ситуациях:

- приготовление блюд вне меню в зависимости от пожеланий гостя;
- организация доставки «от двери до двери»;
- предоставление ноутбука в аренду (если данная услуга не предусмотрена);
- помощь с покупкой билетов на самолет, в театр, на концерт и т. д.;
- организация частных экскурсий, эногастрономических ужинов и т. д.;
- помощь команды отеля гостю вне своих прямых обязанностей.

Состоятельный путешественник ожидает предварительной подготовки персонала к своему приезду, которая включает индивидуальный подход к организации номера и отдыха. Важно учесть пожелания клиента по количеству вешалок в гардеробе, высоте штанги в шкафу, размеру тапочек, любимым напиткам в мини-баре, материалу постельного белья и т. п. Для детей могут быть подготовлены любимые гаджеты и игрушки, программа развлечений, а для супруги – уходовая косметика премиальных брендов, индивидуальный комплекс спа-процедур, букет цветов и пр.



ВЫСОКОДОХОДНАЯ АУДИТОРИЯ ОТМЕЧАЕТ, ЧТО КРАЙНЕ ВАЖНО ОКАЗЫВАТЬ УСЛУГИ, НАЦЕЛЕННЫЕ НА УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ЗАПРОСОВ ГОСТЯ, НА ВСЕМ ПУТИ ЕГО ОТДЫХА.



ШАГ 1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТРАНСФЕРА

Трансфер становится «нулевым километром» курорта, который задает тон всему путешествию. Поездка должна стать элементом высококлассного сервиса. Состоятельные туристы отмечают важность соответствия трансфера заявленному уровню сервиса курорта (автомобили класса люкс, вертолет). При этом длительность поездки из аэропорта в отель не должна превышать комфортных двух часов езды. Гости ожидают наличие зарядных устройств, питьевой воды, при долгом переезде – организацию питания.

ПЕРСОНАЛ ОТЕЛЯ МОЖЕТ ВСТРЕТИТЬ ГОСТЕЙ У ТРАПА САМОЛЕТА И ПОМОЧЬ С ПОЛУЧЕНИЕМ БАГАЖА И ЕГО ТРАНСПОРТИРОВКОЙ ДО НОМЕРА.



ШАГ 2. РЕГИСТРАЦИЯ НА СТОЙКЕ РЕСЕПШЕН

Ресепшен становится индикатором премиальности курорта. В таком отеле клиент не только проходит регистрацию, но и получает исключительный опыт. Он требователен к скорости регистрации (максимум 3–5 минут), которая должна быть как можно более непринужденной.

УСЛУГА MOBILE CHECK-IN ПОЗВОЛИТ ГОСТЮ ОФОРМИТЬ ЗАЕЗД ЧЕРЕЗ ПРИЛОЖЕНИЕ, МИНУЯ СТОЙКУ РЕГИСТРАЦИИ.



ШАГ 3. ЗАСЕЛЕНИЕ И ПРОЖИВАНИЕ НА КУРОРТЕ

При заселении высокодоходная аудитория ожидает внимания к мелочам: персонализированные наборы вещей, косметики в номере, напитков в мини-баре и пр. Премиальность номера в современном виде определяется не только декором, но и в особенности способностью удовлетворить запрос гостя «без слов». Такая гибкость отличает настоящий премиальный курорт от хорошего пятизвездочного отеля.

СОСТОЯТЕЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ ОТМЕЧАЮТ, ЧТО ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ СЕРВИСА НЕ ДОЛЖЕН ПЕРЕХОДИТЬ ГРАНЬ ПРИВАТНОСТИ В ОТНОШЕНИИ СБОРА ИНФОРМАЦИИ. ГОСТЯМ ПРИЯТНО ВНИМАНИЕ ПЕРСОНАЛА – НАПРИМЕР, В ВИДЕ ЗАБЛАГОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСФЕРА, БРОНИРОВАНИЯ РЕСТОРАНОВ, ПОДГОТОВКИ НОМЕРА, – НО ДОЛЖНА СОБЛЮДАТЬСЯ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ.



ШАГ 4. ВРЕМЯ ПРОВОЖДЕНИЯ НА КУРОРТЕ

Во время отдыха у гостей могут возникать различные вопросы и просьбы к сотрудникам отеля. Большинство обеспеченных туристов ожидают, что команда отеля незамедлительно будет готова оказать нужную помощь, идентифицируя гостя и не задавая ему уточняющих вопросов, касающихся его имени и номера проживания.

3 СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИДЕАЛЬНОГО ОТДЫХА: РАЗНООБРАЗИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Высокодоходная аудитория предпочитает отдых на курортах, где нет туристических толп: большие закрытые территории с приватной инфраструктурой, заповедные уголки, локации с ограниченным доступом. Номерной фонд также должен отличаться камерностью и уединенностью.

НОМЕРНОЙ ФОНД

В контексте премиального отдыха номер перестает быть просто функциональным помещением. Он должен давать ощущение свободы, что, в свою очередь, формирует требования к более просторным и эргономичным пространствам. В премиальном сегменте балкон становится маркером эксклюзивности при условии сильных видовых характеристик.

ПОЛОВИНА РЕСПОНДЕНТОВ ОЖИДАЕТ ОТ ПРЕМИАЛЬНОГО ОТЕЛЯ ПРОСТОРНЫХ НОМЕРОВ С БАЛКОНОМ И ВИДОВЫМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ.

В номере для состоятельных путешественников стираются границы между рабочим пространством и зоной отдыха. Отдельно можно выделить высокие требования, которые туристы предъявляют к ванной комнате: исключительная чистота, идеально сухой пол, отсутствие царапин и потертостей, эффективная система вентиляции, эргономичность пространства и брендированная косметика.

ВСПОМОГАТЕЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

Вне зависимости от состава отдыхающих, цели и формата отдыха, состоятельные туристы ожидают от курорта разнообразной и автономной инфраструктуры, желая, чтобы все элементы отдыха, предназначенные для развлечений или восстановления сил, были доступны в рамках курорта.

Так, например, для семей с детьми курорт превращается в многофункциональный развлекательный комплекс, где каждый может найти себе что-то по вкусу. Помимо базовых потребностей в виде безопасной и приватной территории, семейным путешественникам критически важно наличие следующих объектов:

- профессиональные детские клубы с богатой образовательно-игровой программой, где ребенка можно оставить на длительное время под присмотром квалифицированных сотрудников;
- выделенные детские пространства: отдельные бассейны, игровые площадки, стимулирующие физическую активность, и пр.

Wellness-инфраструктура на премиальных курортах перестала быть просто набором стандартных спа-услуг. Сегодня туристы ожидают от нее нового уникального опыта благодаря термальным зонам с подогреваемым бассейном, индивидуальным комплексам спа-процедур, которые включают не только физическое, но и ментальное расслабление.

БОЛЕЕ ПОЛОВИНЫ РЕСПОНДЕНТОВ СЧИТАЮТ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СПА-УСЛУГИ И ПОДОГРЕВАЕМЫЙ БАССЕЙН В ОТЕЛЕ ВАЖНЫМИ УСЛОВИЯМИ ДЛЯ КОМФОРТНОГО ОТДЫХА.

Состоятельные путешественники ожидают не просто ресторан при отеле, а гастрономическую экосистему с принципиально разными концепциями. Таким образом, на премиальных международных курортах гастрономическая инфраструктура становится одним из ключевых элементов удержания гостей и удовлетворения их потребностей.

БОЛЬШИНСТВО ОПРОШЕННЫХ ПРЕДПОЧИТАЮТ, ЧТОБЫ НА ТЕРРИТОРИИ КУРОРТА БЫЛО НЕСКОЛЬКО РЕСТОРАНОВ С КАЧЕСТВЕННОЙ И РАЗНООБРАЗНОЙ ЕДОЙ.



4 СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИДЕАЛЬНОГО ОТДЫХА: ПРИВЫЧНЫЙ БРЕНД

В ходе путешествий у высокодоходной аудитории формируются лояльность и доверие к гостиничному бренду. Это достигается не только за счет безупречного сервиса в отдельном объекте, но и благодаря умению интегрировать особенности локации в единые стандарты качества бренда. Как результат, гость может быть уверен, что получит уже знакомый

ему уровень сервиса в синтезе с уникальной культурной спецификой. Для поддержания и укрепления эмоциональной связи с гостем международные бренды создают многоуровневые программы лояльности и другие формы коммуникации, позволяющие собирать и анализировать данные о госте, которые в дальнейшем могут быть использованы во всех сетевых объектах. Например, предпочитаемая температура в номере, подбор блюд в ресторане на основании прошлых заказов или экскурсионных программ с учетом состояния здоровья гостя.

Экспансия международных операторов на российский туристический рынок в известной степени ограничивала развитие национальных сервисов: сложности возникали не столько с дефицитом инфраструктуры, сколько с недостатком глобальной узнаваемости локальных игроков. Международные туристы предпочитали отдыхать в гостиницах, принадлежащих знакомым им мировым брендам, в то время как российские гостиничные операторы оставались в тени. После 2022 года, когда международные сети объявили о полной или частичной приостановке деятельности, сформировались условия для усиления и расширения присутствия национальных игроков на отечественном гостиничном рынке. Несмотря на это, пока наблюдается сдержанное развитие сети отельных брендов в России, что связано с несколькими факторами:



1 ОЖИДАНИЕ ВОЗВРАЩЕНИЯ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПРЕЖНИХ И ПОЯВЛЕНИЯ НОВЫХ КРУПНЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОПЕРАТОРОВ С НАРАБОТАННОЙ РЕПУТАЦИЕЙ



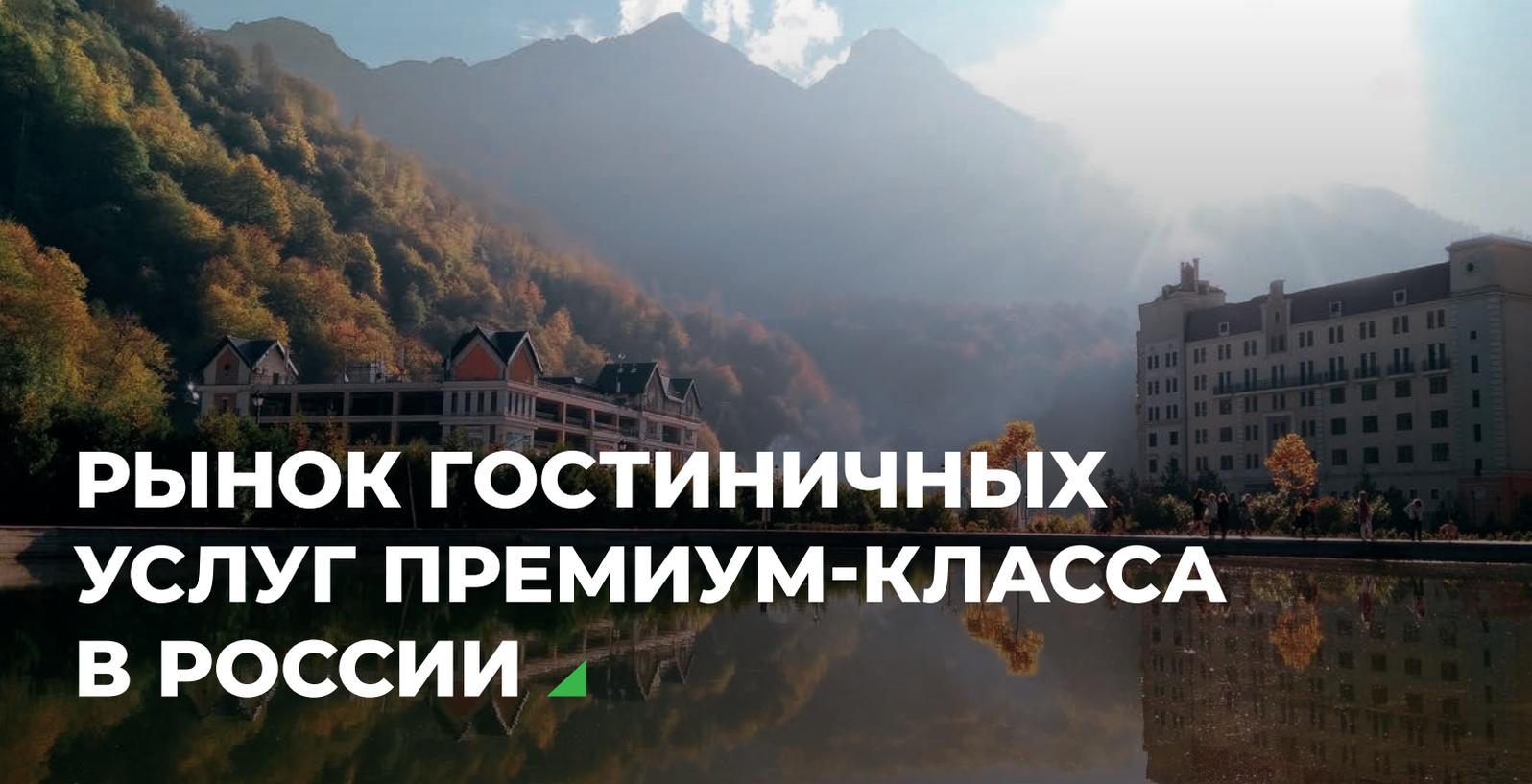
2 НЕХВАТКА КВАЛИФИЦИРОВАННОГО ПЕРСОНАЛА ДЛЯ ВЫСШИХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ДОЛЖНОСТЕЙ



3 ВЫСОКИЕ ВРЕМЕННЫЕ, ФИНАНСОВЫЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ ИЗДЕРЖКИ ПРИ СОЗДАНИИ НОВОГО БРЕНДА И ЕГО СУББРЕНДОВ



4 ДЛИТЕЛЬНОЕ ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ К БРЕНДУ



РЫНОК ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ ПРЕМИУМ-КЛАССА В РОССИИ ▲

В РОССИИ ПРЕМИАЛЬНЫЙ ОТДЫХ РАЗВИТ ОГРАНИЧЕННО И ФРАГМЕНТАРНО: НАСЧИТЫВАЕТСЯ ВСЕГО НЕСКОЛЬКО ДЕСЯТКОВ ПРОЕКТОВ ВЫСОКОГО СЕГМЕНТА, СООТВЕТСТВУЮЩИХ ОБЩЕМУ ПРЕДСТАВЛЕНИЮ ВЗЫСКАТЕЛЬНЫХ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ О ПРЕМИАЛЬНОМ ОТДЫХЕ, ПРИ ЭТОМ СОСРЕДОТОЧЕНЫ ОНИ В ОСНОВНОМ НА ЮГЕ РОССИИ. С ЧЕМ ЭТО МОЖЕТ БЫТЬ СВЯЗАНО?

ИСТОРИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

В СССР туризм имел ярко выраженный коллективный и социальный характер: осуществлялось массовое строительство санаториев, баз отдыха и пансионатов для оздоровления трудящихся, а путевки распространялись через предприятия и профсоюзы.

ВЫСОКАЯ СЕЗОННОСТЬ ТУРИЗМА

Значительная часть РФ расположена на территории с продолжительной зимой. Как итог, в зимний сезон выбор вариантов отдыха ограничен, а горнолыжные курорты перегружены посетителями – очереди на подъемники, дефицит гостиничного предложения. В летний сезон наблюдается схожая ситуация: резко повышается спрос на пляжный отдых, происходит наплыв туристов в основном в два региона России – Краснодарский край и Крым. Отсутствие камерности отталкивает высокодоходную аудиторию.

В зимний период часть высокодоходной аудитории предпочитает «мигрировать» в теплые страны – Мальдивы, Сейшелы, Таиланд, Вьетнам, где, помимо прочего, доступен премиальный сервис.

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПАТТЕРНЫ

В 2000-х годах сложился стереотип о том, что международный отдых – это символ качества, безопасности и престижности. В его основе лежит идея о том, что зарубежные направления исторически более

развиты и способны предложить туристам уникальный опыт за счет своего географического расположения, гастрономии и инфраструктуры. Дополнительную роль в укреплении стереотипа сыграли популяризация международных гостиничных брендов и маркетинговая деятельность туристических операторов, работающих на выездной турпоток.

Данная точка зрения постепенно трансформируется ввиду активного развития новых туристических направлений внутри страны и создания современных премиальных курортов. Однако по инерции мышления международный отдых все еще остается маркером эксклюзивности и люкса.

КАДРОВЫЕ РЕСУРСЫ

После распада СССР, в 1990-х годах, российский гостиничный рынок начал пополняться международными брендами, присутствие которых задавало новые стандарты качества и обслуживания. Однако изначально их экспансия происходила в основном в крупных городах – Москве, Санкт-Петербурге и т. д. Позже, в рамках подготовки к Олимпиаде-2014, международные операторы стали активно расширять географию своего присутствия на южном побережье, преимущественно в Сочи. В связи с тем что кадровые ресурсы не были подготовлены к стандартам премиального сегмента, международным операторам приходилось импортировать менеджеров и обучать сотрудников с нуля.

ТЕКУЩЕЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПРЕМИАЛЬНЫХ РЕКРЕАЦИОННЫХ ОБЪЕКТОВ В РОССИИ

Качественный номерной фонд в России насчитывает 130 тыс. номеров⁵, из которых порядка 30 тыс. – номера категории «5 звезд». В рамках исследования были отобраны рекреационные гостиницы высокой ценовой категории, предоставляющие услуги премиального отдыха.

По итогу было выделено более 35 гостиниц высокой ценовой категории с возможностью премиального отдыха. Их совокупный номерной фонд составил более 6 тыс. номеров. Стоит отметить, что около 85% предложения сконцентрировано лишь в трех регионах России: Краснодарский край (62%), Республика Крым (15%) и Республика Алтай (8%).

При отборе объектов учитывались следующие критерии:



категория «5 звезд»;



высокий уровень сервиса (круглосуточное обслуживание номеров, консьерж-сервис, предоставление персонализированных и уникальных услуг и др.);



развитая инфраструктура (спа-центр, разнообразные точки питания, спортивные и развлекательные объекты на территории курорта и др.).

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРЕМИАЛЬНЫХ РЕКРЕАЦИОННЫХ ГОСТИНИЦ ПО РЕГИОНАМ РОССИИ⁶

Республика Крым



Республика Алтай



Краснодарский край



Прочие регионы



(Ставропольский край, Калининградская область, Республика Карелия, Московская область, Ленинградская область, Ивановская область, Красноярский край и др.)

⁵ Экспертная оценка. Под качественными средствами размещения понимаются классифицированные объекты категории 3–5*, введенные в эксплуатацию с 2010 г. или прошедшие реконструкцию в этот период. Кроме того, к качественным объектам относятся гостиницы и сервисные апартаменты, которые находятся под профессиональным управлением.

⁶ По данным открытых источников, анализ Группы компаний Б1.

БАЛАНС СПРОСА НА ПРЕМИАЛЬНЫЙ ОТДЫХ В РОССИИ И ТЕКУЩЕГО УРОВНЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

В ХОДЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МЫ ПРОАНАЛИЗИРОВАЛИ КЛЮЧЕВЫЕ ОЖИДАНИЯ ВЫСОКОДОХОДНОЙ АУДИТОРИИ ОТ БЕЗУПРЕЧНОГО ПРЕМИАЛЬНОГО ОТДЫХА. ПРИ УСЛОВИИ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ОЗВУЧЕННЫХ ЗАПРОСОВ ОПЕРАТОРАМИ И УПРАВЛЯЮЩИМИ ГОСТИНИЦ И ВСЕСЕЗОННЫХ КУОРТОВ ВОЗМОЖНО ПЕРЕОРИЕНТИРОВАНИЕ СПРОСА НА ВНУТРЕННИЙ РЫНОК НА ДОЛГОСРОЧНОЙ ОСНОВЕ. С УЧЕТОМ ДАННОЙ ТЕНДЕНЦИИ ОПРЕДЕЛЕНА ПОТРЕБНОСТЬ В ПОТЕНЦИАЛЬНОМ НОМЕРНОМ ФОНДЕ ГОСТИНИЧНЫХ ОБЪЕКТОВ ВЫСОКОЙ ЦЕНОВОЙ КАТЕГОРИИ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРЕМИАЛЬНОГО ОТДЫХА.

В рамках текущего исследования к высокодоходной аудитории относятся туристы, которые зарабатывают в месяц от 800 тыс. рублей и более, т. е. порядка 0,2 млн человек⁷. Результаты интервью показали, что при наличии сопоставимого с мировым уровнем сервиса рассматриваемые путешественники готовы в среднем за год проводить в России 15 дней отпуска. Как правило, такие туристы путешествуют не в одиночку, а небольшой группой в составе двух-трех человек. Таким образом, высокодоходное население может генерировать в год до 5,5 млн ночевков по России.

Согласно текущему исследованию, в России насчитывается 6 тыс. номеров высокой категории, которые являются рекреационными и предоставляют возможность премиального отдыха. Данный номерной фонд позволяет в год удовлетворить спрос до 3 млн ночевков по России.

Таким образом, превышение спроса над предложением составляет 2,5 млн ночевков по России. Иными словами, можно отметить потенциал строительства 5 тыс. номеров в рекреационных гостиницах высокого ценового сегмента, предоставляющих услуги премиального отдыха в стране.

Используемые
предпосылки
для расчета
потребности
в номерном
фонде:

средний уровень
годовой загрузки

65%

среднее количество
проживающих

2,1

человека на номер

период
функционирования

365

дней в году

⁷ По данным ФНС, 2024 г. (vedomosti.ru/economics/articles/2024/05/31/1040661-minfin-raskril-chislo-platelschikov-ndfl-s-samimi-visokimi-dohodami)



СПРОС



0,2

млн человек

Население с доходами от 800 тыс. руб. в месяц на 1 чел.



5,5

млн ночевок

Количество ночевок по России туристов с доходами от 800 тыс. руб. в месяц на 1 чел.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ



6,0

тыс. номеров

Номерной фонд рекреационных гостиниц высокого ценового сегмента с премиальным отдыхом в России



3,0

млн ночевок

Генерируемое количество ночевок в качественных рекреационных гостиницах высокого ценового сегмента в России

Превышение спроса над предложением – 2,5 млн ночевок

5,0 тыс. номеров

Потенциал строительства рекреационных гостиниц высокого ценового сегмента, предоставляющих возможность премиального отдыха в России

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На текущий момент премиальный рекреационный отдых в России представлен примерно 6 тыс. номеров высокой ценовой категории. Наибольшая концентрация объектов наблюдается в Краснодарском крае, Крыму и на Алтае – около 85% всего предложения.

Потенциальный интерес со стороны высокодоходной аудитории на премиальный отдых создает условия для строительства 5 тыс. номеров в рекреационных гостиницах высокого ценового сегмента по России.

Строительство рекреационных гостиниц высокой ценовой категории является необходимым, но недостаточным условием стабильного долгосрочного привлечения спроса состоятельных клиентов на внутренний туризм. Прежде всего необходимо «заякорить» спрос, предоставив высокий уровень «бесшовного» сервиса, сопоставимый с лучшими мировыми практиками, т. е. сформировать качественный рынок.

Инфраструктура гостиниц должна отвечать спросу и предпочтениям аудитории и привлекать лидеров мнения, которые, в свою очередь, будут формировать имидж туристической отрасли в целом.

ПОРТРЕТ ВЫСОКОДОХОДНОЙ АУДИТОРИИ



ДОХОД

От 800 тыс. руб. в месяц на 1 человека



ДОЛЖНОСТЬ, МЕСТО РАБОТЫ

Топ-менеджеры, руководители коммерческих компаний и государственных учреждений, владельцы среднего и крупного бизнеса, блогеры, инфлюенсеры, успешные деятели науки, культуры и спорта, общественные деятели и т. д.



ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО ОТДЫХУ

До ограничения авиасообщения активно путешествовали по миру, стараются брать отпуск 3–4 раза в год



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Готовы платить за качество и высокий уровень сервиса, ожидают персонализированный подход

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



ОЛЬГА АРХАНГЕЛЬСКАЯ

Партнер, руководитель направления по оказанию услуг компаниям сектора недвижимости, инфраструктуры, гостиничного бизнеса и строительства, государственного и транспортного секторов

olga.arkhangel'skaya@b1.ru



ИЛЬЯ СУХАРНИКОВ

Ассоциированный партнер, отдел консультирования в сфере недвижимости, строительства и развития территорий

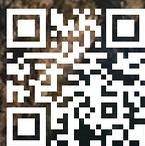
ilya.sukharnikov@b1.ru



АЛЬБЕРТ САРЕЦЯН

Менеджер, отдел консультирования в сфере недвижимости, строительства и развития территорий

albert.saret'cian@b1.ru

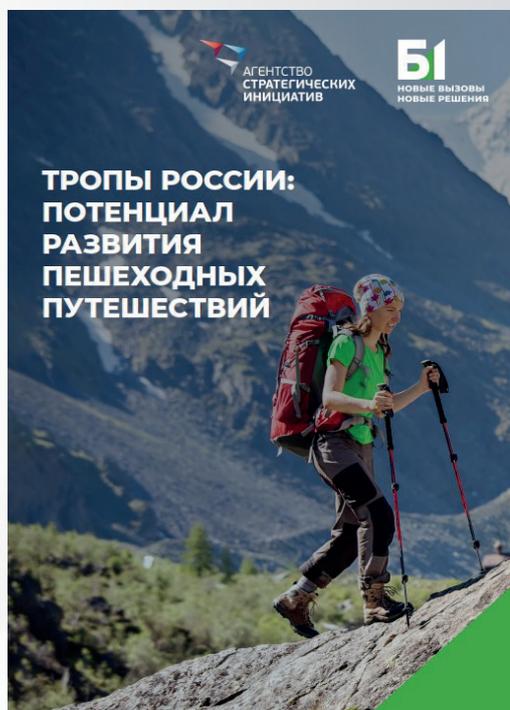


b1.ru/real-estate/

Единый бесплатный номер для звонков по России: 8 800 500 9700

Связаться с офисом в Москве: +7 495 755 9700

НАШИ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБЗОРЫ: ТУРИЗМ И ИНФРАСТРУКТУРА





О ГРУППЕ КОМПАНИЙ Б1

Группа компаний Б1 предлагает многопрофильные услуги в сфере аудита, стратегического, технологического и бизнес-консалтинга, сделок, оценки, налогообложения, права и сопровождения бизнеса.

Мы работаем свыше 35 лет в России и 25 лет в Беларуси. За это время в компаниях группы создана сильная команда специалистов с обширными знаниями и опытом реализации сложнейших проектов. Наша практика представлена в 12 городах: Москве, Минске, Владивостоке, Екатеринбурге, Казани, Краснодаре, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Самаре, Санкт-Петербурге, Тольятти и Челябинске.

Группа компаний Б1 помогает клиентам находить новые решения, расширять, трансформировать и успешно вести свою деятельность, а также повышать свою финансовую устойчивость и кадровый потенциал.

© ООО «Б1 – Консалт», 2025
Все права защищены.

Информация, содержащаяся в настоящей публикации, представлена в сокращенной форме и предназначена лишь для общего ознакомления, в связи с чем она не может рассматриваться в качестве полноценной замены подробного отчета о проведенном исследовании и других упомянутых материалов и служить основанием для вынесения профессионального суждения. Группа компаний Б1 не несет ответственности за ущерб, причиненный каким-либо лицам в результате действия или отказа от действия на основании сведений, содержащихся в данной публикации. По всем конкретным вопросам следует обращаться к специалисту по соответствующему направлению.

B1.RU | B1.BY