

# ТУРИЗМ В СЕГМЕНТЕ ЛЮКС ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ



Рынок предметов роскоши не смог избежать последствий пандемии коронавируса, что привело к появлению новых тенденций в этом секторе. Консалтинговая компания Elefant Travel провела исследование, цель которого - оценить влияние COVID-19 на туризм класса люкс в мире, определить обновленный нового покупателя предметов роскоши и будущие тенденции в сфере путешествий после пандемии. Исследование проводилось посредством прямых интервью с 19 лучшими туристическими агентствами мира, расположенными в Великобритании, Дании, Швейцарии, Франции, Германии, Люксембурге, Италии, Португалии, Испании, России, Турции, Саудовской Аравии, Иордании, Объединенных Арабских Эмиратов, США, Индии, Японии и Гонконга.

## Экономические последствия пандемии для тур агентств в люкс сегменте

Исследование показывает, что у 63,2% всех тур агентств обслуживающих люкс сегмент объем продаж упал более чем на 80% в 2020 году по сравнению с 2019 годом. В 2020 году 84,3% тур агентств обслужили менее чем 1100 клиентов в год, а более чем у 50% количество клиентов в 2020 году упало ниже 300 клиентов.

В целом средние расходы на человека значительно снизились. Несмотря на снижение, 36,9% всех агентств сообщили о среднем уровне расходов выше 7000 долларов США на человека на поездку. Но топ сегмент (со средними расходами от 10000 до 15000 долларов на человека на поездку) остался сильным и даже увеличился на 6% в 2020 году по сравнению с 2019 годом.

В то время как большинство заказчиков путешествовали от 1 до 2 недель в 2019 году, в 2020 году наблюдался рост коротких поездок, в основном быстрых поездок в пределах региона из-за жестких ограничений на поездки.

Что касается наиболее востребованных путешественниками направлений, то в 2019 году это были ЮАР, Мальдивы и Италия; В 2020 году в тройку самых посещаемых направлений вошли Мальдивы, Дубай и Кения.

Что касается прямого воздействия пандемии COVID-19 на занятость в тур агентствах люкс класса по всему миру, 37% из них пришлось сократить штат в пределах от 1 до 6 человек, 10% - от 6 до 20 человек, 36% сохранили свою рабочую силу, а 5% сообщили, что наняли больше людей.

42% всех опрошенных агентств обошлись своими собственными финансовыми резервами, 47% получали государственную помощь в виде ссуд или прямой финансовой помощи, а 10% обращались за кредитами в частные банки.

Что касается инвестиций, то в 2020 году 40% агентств инвестировали в деятельность по маркетингу и связям с общественностью, в то время как 16% воздержались от каких-либо инвестиций, 16% инвестировали в обучение и обучение персонала, 10% - в цифровые и другие технологии, 5% - в наем большего числа людей, а 5% объединились с другими агентствами.

## **Текущий профиль клиента туристического агентства люкс сегмента**

Более половины богачей планируют поездки вдвоем. В Германии и Индии мужчины чаще бронируют семейные поездки, чем женщины. С другой стороны, женщины склонны организовывать семейные поездки в Италию, Португалию, Турцию, Швейцарию и Японию.

В среднем возраст клиентов сегмента путешествий класса люкс составляет от 50 до 59 лет (53%) и от 40 до 49 лет (36,8%). Самые молодые заказчики люкс сегмента (от 30 до 39 лет) в основном из Объединенных Арабских Эмиратов и Саудовской Аравии, а самый возрастной (50-59 лет) - в основном из Европы и США.

На профессиональном уровне в исследовании подчеркивается, что 63,2% клиентов, пользующихся услугами люкс туризма, - бизнесмены, а 26,3% - руководители высшего звена.

Средний заказчик в сегменте люкс тратит от 35 000 до 50 000 долларов США в год (36,8%), в то время как те, кто выше среднего, обычно тратят от 55 000 до 90 000 долларов США (31,7%). Среднегодовые расходы европейских путешественников люкс сегмента составляют от 45 000 до 50 000 долларов США. Такие страны, как Индия, тратят от 20 до 25 тысяч долларов, а Гонконг - от 80 до 90 тысяч долларов. Между тем, российские элитные путешественники тратят от 100 до 150 тысяч долларов в год.

Что касается туристических интересов, то в прошлом году в основном запрашивались поездки на острова и на пляж, семейные поездки, поездки на природу, культуру, а также кулинарные туры.

## **Будущие тенденции в сфере путешествий люкс класса**

Исследование показывает, что 63% агентств считают, что клиенты будут тратить меньше времени на планирование поездок, чем раньше, большинство (78,9%) убеждены, что путешественники люкс класса будут требовать от туристических агентств больше услуг, чем до пандемии, и только 10% считают, что клиенты будут чаще заказывать поездки онлайн.

Что касается роли технологий, то 73,7% считают, что технологии будут более важными, чем в прошлом, хотя заказчики будут больше обращать внимание и на человеческий фактор, а 10,5% согласны с тем, что технологии улучшат работу туристических агентств.

Что касается туристических тенденций, тур агентства люкс класса считают, что клиенты будут путешествовать реже, но поездки будут длиннее. В целом ожидается, что за путешествие будут платить больше, чем в прошлом.

Конфиденциальность, изоляция, контакт с природой и места без COVID, а также экологичность и хорошее самочувствие будут самыми важными тенденциями будущего при бронировании поездки или посещения места назначения. Ожидается, что спрос на частные виллы также возрастет, потому что путешественники будут стремиться к большей уединенности и изоляции во время путешествия. Направления, связанные с островами и пляжами, а также семейные поездки, по-прежнему будут одними из самых популярных среди клиентов люкс сегмента.

Что касается международных паспортов вакцинации, 68,4% опрошенных агентств считают, что для выезда за границу такой документ будет обязательным, 30% считают, что этот паспорт станет решением для возобновления международных поездок на отдых, а 10% указывают, что оздоровление отрасли нельзя ожидать до конца успешной вакцинации на основных рынках сбыта.

Тем не менее, большинство агентств с оптимизмом смотрят в будущее: 68,4% заявили, что в 2021 году их бизнес улучшится по сравнению с 2020 годом, особенно во второй половине года. Только 5,3% считают, что восстановление невозможно до 2022 года.

Date: 2021-03-29

Article link: <https://www.tourism-review.su/tur-agentstva-segmenta-lyuks-optimistichny-news11953>