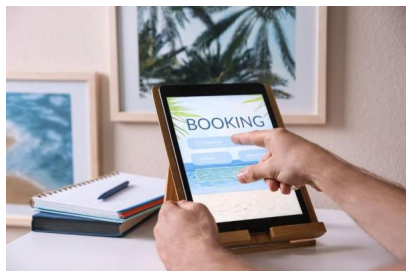


# ГИБКИЕ ТАРИФЫ - МИРОВАЯ ТЕНДЕНЦИЯ В ТУРИЗМЕ



Глобальный опрос Booking.com показал, что 90% тех, кто бронировал тур продукты и услуги на июнь, июль и август, полагались на «гибкие тарифы». То, что начиналось как временная реакция на неопределенность, связанную с пандемией, теперь стало одним из столпов новой реальности в индустрии туризма.

В марте 2020 года, в начале пандемии, отрасль осознала, что предложение услуг не может выглядеть так, как раньше. Туризм был полностью парализован, и отмена рейсов стала второй реальностью для бизнеса: это была поистине беспрецедентная ситуация в отрасли.

Участникам рынка не потребовалось много времени, чтобы осознать, что решение не может быть частным и что при восстановлении потребуются совместные усилия. В результате неопределенность стала частью новой нормы для индустрии путешествий.

Реалии ударили еще сильнее, когда меры и ограничения на поездки стали меняться неделя за неделей, затем день за днем, а иногда даже в течение часа. Именно тогда все сошлись во мнении, что предложение тарифов должно стать гибким, иначе путешествия вообще будут вряд ли возможны. Миллионы и миллионы пассажиров оказались в затруднительном положении по всему миру, и тысячи и тысячи перенесенных рейсов стали опытом для бизнеса, и тем более для самих путешественников.

То, что начиналось как тенденция, теперь стало нормой. Практически ни один пассажир в настоящее время не бронирует поездку без гибкости тарифов, то есть без возможности вносить изменения в даты и время полета без дополнительных затрат в случае, если какая-либо из сторон не может выполнить договор.

Глобальный опрос (среди 28 000 человек из 28 стран, планирующих путешествовать в течение следующих 12 месяцев) показал, что 90% пассажиров, сделавших бронирование на июнь, июль и август, сделали это, полагаясь на гибкие тарифы.

Результаты показали, что предпочтение потребителей этой гибкости «примечательно», учитывая, что «окна бронирования по-прежнему различаются во всем мире, но, например, в Западной Европе компании видят более длительное окно бронирования по сравнению с 2019 годом, частично из-за летних предпочтений европейских путешественников».

Туристы со всего мира хотят путешествовать, и даже говорят о феномене «путешествий в отместку»: всплеске поездок после столь длительного пребывания в карантине. Даже в этом случае для этого потребуются определенные гарантии, и гибкость кажется эффективной стратегией для этого. Конечно, предложение также должно учитывать цены и доступность, а также максимально использовать технологии.

В конечном счете все это для восстановления отрасли, которая, согласно результатам, начинает видеть «свет в конце туннеля» - хотя признается, что восстановление идет медленно, но также утверждается, что более трети поисковых запросов относятся к июню, июлю и августу, и цифры примерно такие же, как и в 2019 году.

Опрос также показывает, что 71% провайдеров размещения с осторожностью относятся к будущему бизнеса, в то время как 62% ожидают увеличения числа поездок в 2021 году, что является низким показателем, учитывая, насколько тяжелым был 2020 год для отрасли. То же самое можно сказать и о спросе, 66% путешественников с оптимизмом смотрят на возможность путешествовать.

В конце концов, для этого оптимизма есть основания. Помимо массовых кампаний вакцинации по всему миру и постепенному открытию основных въездных и выездных рынков, путешествия становятся все более продолжительными: 45% опрошенных заявили, что у них накопились дни отпуска с прошлого года, которые могут обеспечить бронирование на срок от 7 дней.

Date: 2021-05-31

Article link: <https://www.tourism-review.su/gibkie-tarify-standovyatsya-normoj-news12046>