

# ИНФРАСТРУКТУРА НАРАЩИВАЕТ ТУРПОТОК

ПО ИТОГАМ ПРОШЛОГО ГОДА ПОСТУПЛЕНИЯ В ЭКОНОМИКУ ПЕТЕРБУРГА ОТ ТУРИЗМА ВЫРОСЛИ ПОЧТИ НА ТРЕТЬ. ПОМИМО РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ, В ПРОШЛОМ ГОДУ ОБОЗНАЧИЛСЯ ТРЕНД НА РОСТ ПОПУЛЯРНОСТИ ДЕЛОВОГО И СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА, НАБИРАЛИ ПОПУЛЯРНОСТЬ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ТУРЫ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПОЕЗДКИ. АНТОНИНА ЕГОРОВА

По данным комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга, в 2023 году город посетили 9,4 млн туристов, а вклад туристической отрасли в экономику Северной столицы составил 482,7 млрд рублей, то есть на 32% больше, чем годом ранее. Как отмечает Александр Мусихин, директор туроператора «Интурист», больше всего в этом году было туристов из Москвы — до 40% от общего числа. По словам Ольги Звагольской, основателя культурного пространства «Третье место», москвичи зачастую выбирают Петербург в качестве «тура выходного дня». При этом количество иностранных туристов, как и в прошлом году, по-прежнему не велико. Но вот общий объем турпотока, можно сказать, приблизился к допандемийным показателям.

Среди важных факторов, влияющих на развитие городской индустрии гостеприимства, Сергей Корнеев, председатель комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга, выделяет открытие федеральной трассы, соединившей Москву и Казань. «Трасса М11 Москва — Санкт-Петербург с запуском федеральной М12 фактически продлилась до Поволжья. Это дает новый импульс развитию автотуризма в России и трансформации Петербурга в федеральный и международный тревел-хаб. Уже сегодня связь двух магистралей позволяет совершить путешествие из Казани до Петербурга примерно за 16 часов — менее суток! Другой аспект новых возможностей автотуризма с посещением Петербурга имеет макрорегиональную природу. Исторические города Русского Севера, объединенные флагманским межрегиональным туристическим проектом «Серебряное ожерелье», логистическим и смысловым центром которого является наш город, образуют новые, наполненные смыслом и эмоциями путешествующих, связи с замечательными купеческими городами Поволжья. С учетом планов продления в горизонте следующего года М12 от Казани до Тюмени петербургский тревел-хаб станет неотъемлемой частью трассы — «становой хребта» внутреннего туризма. Подобно БАМУ для индустриального развития страны, эта новая логистика — основа постиндустриальной экономики многих городов», — поясняет Сергей Корнеев.

**СРЕДИ ДРУГИХ ТОЧЕК ПРИТЯЖЕНИЯ ДЛЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ТУРИСТОВ — ПОПУЛЯРНЫЕ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА (НОВАЯ ГОЛЛАНДИЯ, «СЕВКАБЕЛЬ ПОРТ», КУЛЬТУРНЫЙ КВАРТАЛ «БРУСНИЦЫН»), ГДЕ ГОСТИ ЗНАКОМЯТСЯ С СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНЬЮ ГОРОДА, ИМЕЮТ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОСЕТИТЬ ВРЕМЕННЫЕ И ПЕРЕДВИЖНЫЕ ЭКСПОЗИЦИИ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА, ПОСЕТИТЬ РАЗЛИЧНЫЕ МАСТЕР-КЛАССЫ, ПОПРОБОВАТЬ НЕОБЫЧНУЮ СОВРЕМЕННУЮ КУХНЮ**



СЕГОДНЯ СЕВЕРНАЯ СТОЛИЦА ПРИВЛЕКАЕТ ТУРИСТОВ НЕ ТОЛЬКО КУЛЬТУРНЫМ НАСЛЕДИЕМ

**КЛЮЧЕВЫЕ ПЕРЕМЕНЫ В ИНДУСТРИИ** По мнению Александра Кравцова, управляющего партнера Fizika Development, за исключением ухода части гостиничных операторов с российского рынка в глобальном смысле на туристической карте Петербурга за последние годы глобально ничего не изменилось. «Стандарты и критерии качества, которые были привнесены на российский и петербургский рынок международными операторами, были переняты, адаптированы и усовершенствованы отечественным бизнесом. По оценке некоторых экспертов, доля ушедших операторов составила всего 5–7% от общего объема рынка», — поясняет он.

По словам господина Мусихина, в связи с уходом с рынка некоторых международных гостиничных сетей, таких как InterContinental Hotels Group (IHG), Kempinski, Four Seasons, Sokos, Marriott International, фактически треть петербургских гостиниц лишилась международных брендов. Но эти события прошли для рынка почти незаметно, так как отели получили новых собственников и сменили бренды. «В целом наш мегаполис по-прежнему входит в тройку самых посещаемых городов для отпуска в России, с каждым годом растут заполняемость и количество мест для размещения путешественников. Не в последнюю очередь положительную роль в этом играют новые апарт-отели с сервисной составляющей, выступающие в роли альтернативы гостиницам как для классического туризма, так и для бизнес-путешественников», — добавляет господин Кравцов.

Обострение конкуренции гостиниц с апартаментами, как отмечают эксперты, действительно заметно. Загрузка апартаментов в 2023 году значительно превысила загрузку традиционных гостиниц. При этом, по словам Николая Погорелова, доцента кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса Президентской академии в Санкт-Петербурге, возрос спрос

на краткосрочное проживание. Так, все больше гостей остается в городе только на одну ночь. Увеличение спроса стимулирует многие апарт-отели не только ориентироваться на гостей, планирующих длительное пребывание, но и активно включать в свою стратегию сегмент краткосрочных туристов, становясь той самой альтернативой классическим гостиницам.

Среди других тенденций в сегменте господин Мусихин отмечает стабильный рост тарифов на размещение, хотя и значительно более низкими темпами, чем в других регионах и в Москве. Также уход таких систем бронирования, как Booking.com, существенно изменил каналы продаж отелей, заставив многих переориентироваться на прямого потребителя. «У отелей появилось больше постоянных клиентов и клиентов, которые бронируют гостиницы напрямую, минуя агрегаторы. Возросла важность соцсетей и «сарфанного радио»: мнению инфлюенсеров и людей из близкого круга доверяют», — подчеркивает госпожа Звагольская.

При этом, по словам Наталии Беляковой, директора департамента экспедиций и туризма Русского географического общества, покупательная способность снижается, что тоже оказывает влияние на рынок. «По итогам 2023 года треть всех бронирований приходилась на средства размещения «без звезд»: люди путешествуют крайне экономно», — отмечает эксперт. Госпожа Белякова обращает внимание и на другой проблемный вопрос — кадровый. «Рекордно низкий уровень безработицы в стране — итог демографического провала прошлых лет — обостряет битву за персонал и в сфере индустрии гостеприимства. На фоне увеличения объема номерного фонда (для инвесторов действуют многие спецусловия в рамках нацпроекта) дефицит кадров ощущается острее и не добавляет отрасли динамики», — сетует эксперт.

В последние годы в городе активно появляются новые точки притяжения для туристов. По словам Николая Погорелова, их можно найти в спортивно-событийном туризме, а также в контексте креативных индустрий, развивающихся и формирующих облик города и региона. «В Петербурге вводятся в эксплуатацию новые крупные спортивные объекты, появляются дополнительные турниры и соревнования — масштабные и нишевые. Для гостиничного бизнеса данная аудитория особенно привлекательна в межсезонье, при этом эффективность работы с ней, которая, на первый взгляд, может показаться несущественной, следует оценивать в разрезе целого года», — поясняет он.

Господин Погорелов замечает, что отельеры сейчас внимательнее изучают городской календарь мероприятий, рассматривая возможности предоставления не только основных услуг по размещению, но и дополнительных сервисов для организаторов событий или групп, не проживающих в их отелях.

**ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ НОВОГО ВРЕМЕНИ** Сегодня Северная столица привлекает туристов не только культурным наследием. Становятся востребованы и новые пространства, где под одной крышей собраны и галереи, и маркеты, и фуд-корт, проходят различные культурные и социальные события. Модные локации сами по себе являются генераторами интересного туристического контента, поэтому проводимые мероприятия привлекают в Петербург гостей и становятся поводом посетить город.

«Среди популярных современных точек притяжения — новые креативные пространства в дуге Васильевского острова, который становится привлекательной локацией для туристов вне зависимости от сезона. Вообще то, что объекты начинают жить всесезонно, — главный тренд развития туризма в Петербурге. Это позволяет в низкий сезон претендовать не только на деловых туристов, но и на другие сегменты — в частности, на рекреантов», — думает госпожа Белякова.

По мнению господина Мусихина, современных туристов притягивают новизна, ориентация на модные течения и вовлеченность посетителей в процессы. «Поэтому мы наблюдаем рост популярности новых видов туризма: это могут быть гастротуризм, авторские экскурсии, посещение неклассических объектов, таких как дома-музеи известных людей и арт-пространства, фототуры. Все это влияет на разнообразие предложений и расширение сезона», — указывает он.

Также на развитие событийного туризма и рост количества деловых туристов влияет проведение масштабных мероприятий, форумов, праздников международного и всероссийского формата (ПМЭФ, День города, «Алые паруса», день ВМФ). Среди других точек притяжения для потенциальных туристов — популярные общественные пространства (Новая Голландия, «Севкабель Порт», культурный квартал «Брусницын»), где гости знакомятся с современной жизнью города, имеют возможность посетить временные и передвижные экспозиции современного искусства, посетить различные мастер-классы, попробовать необычную современную кухню. «Наконец, все находится в ожидании открытия высотной смотровой площадки „Лахта-центра“, который вошел в число туристических достопримечательностей прошлым летом», — заключает господин Мусихин. ■



ТУРИЗМ