

# ГОСТИНИЧНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ:

РАЗВИТИЕ В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ



# СОДЕРЖАНИЕ

Рынок гостиничной недвижимости РФ



Тенденции развития туризма



Глэмпинги: коротко о главном



Международный опыт



Какие бывают глэмпинги?



Кейсы



Обеспеченность регионов РФ глэмпингами



стр. 3

стр. 4

стр. 5

стр. 7

стр. 8

стр. 9

стр.10

стр.11

стр.12-13

стр. 14

стр. 15-16

стр. 17

стр. 18

стр. 19

Регионы РФ: доходность на номер



Глэмпинги: временное решение или устойчивый формат



Глэмпинги: подробно о формате



Кэмпинг VS Глэмпинг



Рынок глэмпингов РФ в цифрах



Гостиницы VS Модульные объекты



Вектор развития

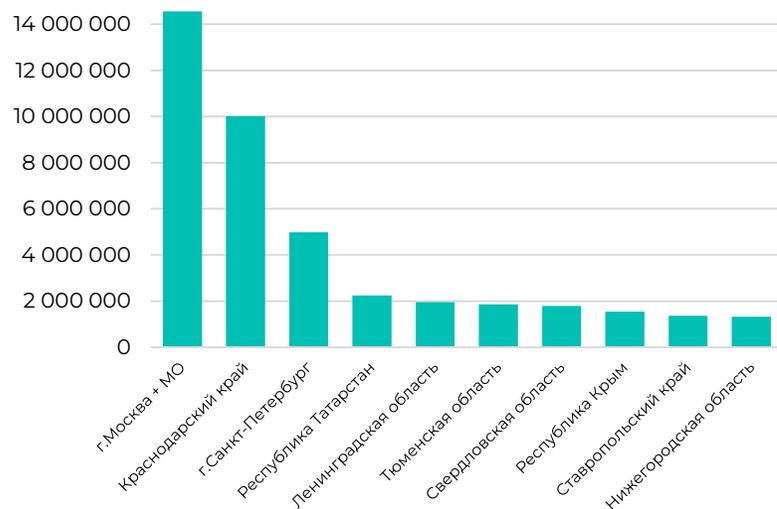


# РЫНОК ГОСТИНИЧНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ РФ

Наиболее привлекательными для туристов остаются регионы с хорошо развитой туристской инфраструктурой. С учётом государственного фокуса на развитие гостиничных и инфраструктурных объектов на Алтае, в Сибири, на Дальнем Востоке и др., туристские потоки будут перераспределяться в сторону этих направлений, но это тренд на среднесрочную перспективу.

- Доминирующую долю российского турпотока стабильно формирует внутренний спрос.
- Работа рекреационных средств размещения в РФ традиционно имеет ярко выраженную сезонность (с «пиком» сезона в летний период и заметным падением спроса в зимний), что отмечается даже в регионах, не обладающих заметной рекреационной привлекательностью.
- ТОП-3 региона по численности лиц, размещенных в КСР, не изменились по сравнению с 2021 годом. Республика Крым, которая в 2021 году была на 4 месте, в 2022 году занимает уже 8 позицию. Причина достаточно очевидна – работа аэропорта Симферополя временно приостановлена с 24 февраля 2022 года.

## ТОП-10 регионов по численности лиц, размещенных в КСР, 2022



Источник: Росстат

## ДИСПАРИТЕТ ТУРПОТОКОВ

Неравномерная обеспеченность регионов гостиничными объектами современного качества влияет на распределение турпотоков внутри страны. Краснодарский край – единственный регион, в котором число лиц, размещенных в КСР, может быть сопоставимо с показателем Московского региона и Санкт-Петербурга. Именно Краснодарский край занял первое место в [национальном рейтинге туризма](#) по итогам 2022 года.

Сложившиеся схемы распределения турпотоков по направлениям в краткосрочной перспективе, скорее всего, не претерпят существенных изменений.



CLICK HERE



# ОЦЕНКА ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ

Начиная с 2022 года, Росстат скорректировал методологию расчета туристских потоков. Однако данные доступны только с прошлого года и при необходимости сравнения предыдущих периодов по турпотокам мы по-прежнему опираемся на статистику Росстата о численности лиц, размещенных в КСР.

При анализе исторических данных по объему турпотока Росстата (расчёт по КСР) CMWP была выявлена разница с данными компании примерно в 40%. Подобное расхождение – [результат анализа CMWP дополнительных факторов](#), влияющих на показатель. Например, при расчетах были учтены: объем «серого» рынка (по турпотоку), число лиц, размещённых в индивидуальных средствах размещения (ИСР), число туристов, размещающихся в палатках/у друзей и родственников.

## Объем турпотока РФ, 2019-22, тыс. чел./год



■ Дополнительная оценка CMWP

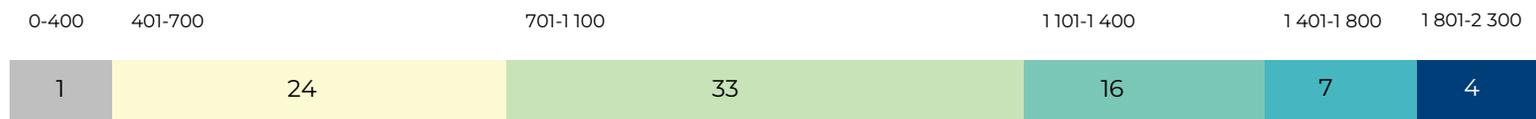
■ Объем турпотока, Росстат (расчет по КСР)

# РЕГИОНЫ РФ: ДОХОДНОСТЬ НА НОМЕР (RevPAR)

Привлечение инвестиций в регионы с низким показателем RevPAR возможно через государственные преференции, а также комплексный подход к созданию единой стратегии развития туристского направления региона.



Количество субъектов РФ по диапазонам RevPAR



## 984 руб.

RevPAR

Среднее значение по РФ

По подсчетам СМWP, инвестиционный потенциал туристской отрасли РФ до 2030 года составляет 2,45 трлн рублей. Оценить инвестиционную привлекательность субъектов РФ можно косвенно, через анализ доходности в расчете на номер (Revenue per Available Room = RevPAR).

RevPAR - это один из ключевых показателей индустрии, который является производной загрузки гостиниц и средней цены на номер. Соответственно, гостиница может стремиться максимально увеличить показатель средней цены на номер - или сделать акцент на максимальной загрузке. В Сахалинской области, которая является одним из трех субъектов с самым высоким показателем RevPAR, подобный рекордный уровень показателя связан с дефицитом качественных КСР, что создает предпосылки для высоких тарифов проживания. С другой стороны, в Ставропольском крае, Санкт-Петербурге и Москве, где отсутствует дефицит предложения, КСР больше фокусируются на наращивании объемов проданных номеров (загрузке).

При анализе показателей в разбивке по субъектам мы наблюдаем, что лидерами являются Ставропольский край, Республика Карелия, Сахалинская область, г. Санкт-Петербург, г. Москва. В то же время, у 49 субъектов показатель находится на уровне ниже 1 000 рублей.

# ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

По итогам 2022 года CMWP выделяют 6 глобальных трендов, влияющих на индустрию гостеприимства (представлены в правой части слайда). Далее рассмотрим каждый из трендов подробнее в контексте его развития в РФ.

## ТУРИЗМ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

В общемировом контексте данная тенденция находит отражение в поиске нового, отказе от типовых средств размещения и стандартных туров; фотографии в социальных сетях становятся главным «трофеем» удачного отпуска. Вместо «классических» гостиничных брендов - запрос на новые, необычные бренды и форматы размещения (например, glamping / гибридные отели, апартаменты/виллы в аренду).

Российский рынок пока находится в позиции «догоняющего» глобальные тенденции, однако, по мере насыщения рынка гостиничными объектами высокого качества, появится и более выраженная сегментация спроса. В текущий момент, несмотря на наличие запроса на впечатления и новые/нестандартные форматы размещения, этот запрос связан, в первую очередь, с неравномерной стадией развития гостиничной инфраструктуры в различных регионах страны.

## ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ И ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ

Недостаточная насыщенность гостиничным продуктом в данном случае тоже видоизменяет глобальный тренд. Например, в мировой практике растет популярность концепции «доступной роскоши», наблюдается активный рост сетевых lifestyle-брендов всех ценовых категорий, предлагающих интересные, «атмосферные» продукты, в том числе, рассчитанные на массовый спрос. В России запрос на lifestyle- и гибридные отели (объединяющие элементы отеля и хостела) пока мало заметен, вместе с тем, запрос на «уникальность» имеется, что объясняет популярность/востребованность малых отелей в традиционных туристских дестинациях, в т.ч., ориентированных на нишевые аудитории (например, дизайн-отель Chez Michel в Москве или гибридный отель «Весна» в Нижнем Новгороде).

## ПРОЗРАЧНОСТЬ РЫНОЧНОЙ СРЕДЫ

Данный тренд все ярче проявляется в РФ - «продвинутые» путешественники (как правило, молодые образованные люди, проживающие в крупных городах и самостоятельно организующие поездки на отдых) активно пользуются агрегаторами / метапоисковиками, агентствами онлайн-бронирования (ostrovok.ru, bronevik.com), а также соцсетями. Расширение инструментария также произошло благодаря интеграциям - Яндекс-путешествия, Сбербанк-путешествия (Спасибо от Сбербанка), заказ трансфера и гостиниц через Tutu.ru.

# 6 ГЛОБАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ

- ✓ Туризм впечатлений
- ✓ Персонализация и индивидуализация
- ✓ Прозрачность рыночной среды  
(как результат создания форм сравнения, рейтингов и контроля качества и цен поставщиков турпродукта)
- Расширение границ рынка гостеприимства через создание гибридных продуктов и шеринговых практик
- Конкуренция традиционным формам со стороны digital
- Рационализация сбережений и потребления



# ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

## РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ РЫНКА ЧЕРЕЗ СОЗДАНИЕ ГИБРИДНЫХ ПРОДУКТОВ И ШЕРИНГОВЫХ ПРАКТИК

Появление тренда строительства кондо-отелей - прежде всего, на традиционных курортных направлениях (Сочи), а также в городах, привлекательных для турпоездки круглый год (Санкт-Петербург и Москва). Яркими примерами являются проект YE'S от ГК Пионер, а также апартамент-отель Вертикаль от Весаг.

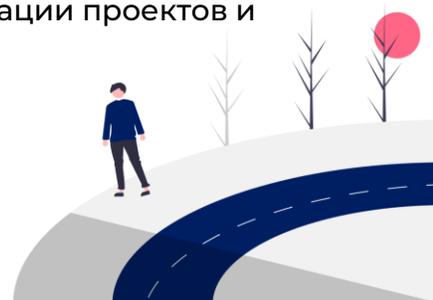
## КОНКУРЕНЦИЯ СО СТОРОНЫ DIGITAL

Растет востребованность современных форматов видео-конференций и видео-сервисов в городских и курортных отелях. Тенденция укрепилась в российских условиях в 2020-2021 гг. в ходе пандемии, когда у клиентов городских и загородных гостиниц возникла долговременная потребность в работе в удаленном режиме, а также проведения видео-конференций - для чего необходима современная качественная инфраструктура wi-fi. Однако несмотря на возврат в 2021-2022 гг. сотрудников компаний и организаций на рабочие места, а также постепенное восстановление спроса на офлайн мероприятия в гостиницах, спрос на качественную инфраструктуру wi-fi/ВКС для обеспечения «гибридных» мероприятий сохраняется.

## РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ СБЕРЕЖЕНИЙ И ПОТРЕБЛЕНИЯ

Происходит изменение модели потребления. Мировые тренды заметны на поведенческой модели наиболее «продвинутой» части клиентуры – молодые люди с высшим образованием, жители крупных городов. Наблюдается рост спроса на продукты шеринговой экономики – кондо-формат в загородной/курортной собственности. Происходит общий рост мобильности, увеличивается быстрота принятия решений. Растущее значение осознанного потребления отразилось и на гостиничном рынке - согласно исследованиям MMGY, 6 из 10 путешественников готовы платить больше за эко-услуги, т.к. сознательно относятся к тому эффекту, который оказывает глобальный туризм на экосистемы различных регионов мира. Тренд уже заметен в России как на уровне отдельных компаний, так и в разработке стандартов экологичности для отелей (Экологический союз, эко-маркировка «Листок жизни». Стандарт «Зеленый код»).

Максимальный потенциал развития будут иметь варианты размещения, расположенные в нестандартных локациях и предоставляющие высокий уровень сервиса и возможность получить уникальный опыт/впечатления. Одним из сравнительно новых форматов, который соответствует вышеперечисленным признакам, является глэмпинг. Важная отличительная особенность формата - короткие сроки реализации проектов и низкий порог входа.



# 6 ГЛОБАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ

- Туризм впечатлений
- Персонализация и индивидуализация
- Прозрачность рыночной среды  
(как результат создания форм сравнения, рейтингов и контроля качества и цен поставщиков турпродукта)
- ✓ Расширение границ рынка гостеприимства через создание гибридных продуктов и шеринговых практик
- ✓ Конкуренция традиционным формам со стороны digital
- ✓ Рационализация сбережений и потребления

# ГЛЭМПИНГИ:

ВРЕМЕННОЕ РЕШЕНИЕ ИЛИ  
УСТОЙЧИВЫЙ ФОРМАТ



## ГЛЭМПИНГИ: КОРОТКО О ГЛАВНОМ

- ✓ Глобальный рынок глэмпингов\* продолжает расти – к 2027 году эксперты ожидают почти двукратный рост рынка. Крупнейшие рынки глэмпингов в мире – Европа и США.
- ✓ Для РФ глэмпинг – относительно новый формат, который активно развивается последние три года, когда мощным драйвером развития сегмента стали ограничения на перемещения граждан из-за пандемии и внешнеполитических шоков.
- ✓ На данном этапе развития сегмента глэмпинги расположены, преимущественно, на территориях с развитой инфраструктурой, вблизи ключевых рынков сбыта (крупные города). Со временем, после затухания всплеска интереса к новому продукту со стороны основной массы потребителей, спрос стабилизируется, и формат будет развиваться как решение для природных зон и особо охраняемых территорий. Глэмпинги займут свою нишу на рынке гостиничных услуг, но массовым форматом, скорее всего, не станут. В России реализация проектов на малоосвоенных природных территориях сдерживается их сложной транспортной доступностью и отсутствием инженерных коммуникаций.
- ✓ По сравнению с форматными гостиницами глэмпинги дают своим владельцам быстрый, но менее долгосрочный результат в сочетании со слабым влиянием на социальную сферу (создание новых рабочих мест).
- ✓ Помимо заметного роста спроса на глэмпинги, для предпринимателей дополнительным стимулом инвестиций в данный вид туризма является возможность получения государственной поддержки. Например, [распоряжением Правительства Российской Федерации №1441 от 31.05.23](#) распределены субсидии по субъектам на строительство модульных гостиниц.
- ✓ Распространено мнение, что объектам такого формата присуща сезонность, но при этом свыше 60% российских глэмпингов являются круглогодичными.
- ✓ В текущий момент большинство субъектов РФ не перенасыщены предложением глэмпингов – в 22 субъектах глэмпингов нет, а в 42 – их менее 5. Лишь в двух субъектах РФ насчитывается свыше 40 глэмпингов. Всего 9% глэмпингов консолидировано в руках сетевых операторов. Средняя цена за ночь в глэмпинге в РФ составляет 8000 рублей.

\*Глэмпинг – объект некапитального строительства, расположенный за чертой населенных пунктов на природе, который подразумевает комбинацию инфраструктуры, жилища и сервиса.

## ПОДРОБНО О ФОРМАТЕ

Глэмпинг – это комбинация инфраструктуры, жилища и сервиса, в то время как кемпинг подразумевает лишь предоставление площадки для установки палатки.



## ЧТО ОТЛИЧАЕТ ГЛЭМПИНГ-ЖИЛИЩЕ?

- Некапитальное строительство
- Вне населенных пунктов
- Вписывается в окружающую среду, не нанося ей ущерба
- Мебель, горячая вода, прочие удобства
- В отличие от палатки для кемпинга внутри глэмпинга можно встать в полный рост
- Мобильность (можно собрать, разобрать и перенести без особых потерь)

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

Мировой опыт рынка глэмпингов построен на ключевых особенностях формата – уникальный опыт природного экологичного отдыха и возможность размещения на территориях, где ограничен или запрещён девелопмент форматных отелей. Объекты сосредоточены как на малоосвоенных природных территориях, так и вблизи крупных городов.

Глобальный рынок глэмпингов продолжает расти – к 2027 году эксперты ожидают почти двукратный рост рынка. Оценки размеров рынка разнятся в зависимости от подходов к расчётам, но в темпах ежегодного прироста позиции экспертов схожи – порядка 10-13%. Ключевыми драйверами развития формата остаются стремление потребителей к осознанному потреблению, снижению негативного влияния на экологию, поиск новых впечатлений. В качестве стимула для поддержания спроса игроки рынка ищут инновационные решения - как повышающие качество предоставляемых услуг, так и делающие сегмент более доступным и прозрачным для потребителя.

Европа, где размещается 35% от глобального рынка глэмпингов, занимает лидирующие позиции в мире по представленности формата. Основные концентрации глэмпингов в странах Европы - в природных территориях и в популярных курортных зонах.

США занимает порядка 25% глобального рынка глэмпингов, при этом самая высокая плотность данного типа объектов отмечается на территории национальных парков. Это связано как с географическими особенностями страны, так и высоким развитием транспортной инфраструктуры. При этом для всех крупнейших агломераций как крупнейших рынков сбыта в поясе 200 км также доступно разнообразие вариантов размещения в глэмпингах.



## ГЛОБАЛЬНЫЙ РЫНОК ГЛЭМПИНГОВ

# 2,5 млрд долл. США

Размер рынка, 2022

# 4,6 млрд долл. США

Размер рынка, 2027 (прогноз)

# 13-14 %

Среднегодовой прирост

Формат глэмпингов позволяет отдохнуть в уникальных природных зонах по всему миру, не пренебрегая комфортом. Примеры проектов: Skylodge Adventure Suites, расположенный на вершине скалы в Священной долине инков (Перу) - один из самых необычных глэмпингов мира; Wadi Rum Bubble Luxotel - находится посреди иорданской пустыни; геодезический купольный глэмпинг EcoCamp Patagonia на территории национального парка Торрес дель Пайне (Чили).

## КЕМПИНГ



**«Кемпинг»** (camping) – дословный перевод с английского языка, означает «место привала туристов под открытым небом». В более привычном понимании данный вид туризма – это не только «место для привала» с палаткой, но и оборудованная территория с базовой инфраструктурой, где путешественники могут разбить палаточный лагерь или сделать остановку дома на колесах.

- Имеет минимально развитую инфраструктуру, чаще всего включающую в себя оборудованное место под палатку/автомобиль и стоянку для автомобилей (с коммуникациями)
- Функционирование кемпинга основано на самообслуживании
- Отсутствие кафе и ресторанов на территории, необходимо самостоятельно закупать продукты и готовить пищу
- В кемпингах не представлены варианты досуга

## ГЛЭМПИНГ



**«Глэмпинг»** (glamping) — сама морфология слова, а это сочетание слов «кемпинг» (camping) и «гламур» (glamour), подразумевает сочетание отдыха на природе и привычного «городского» комфорта, таким образом, добавляя элемент «люкса». Глэмпинг включает в себя все привычные удобства и полноценное отельное обслуживание.

- Развитая инфраструктура позволяет достичь привычного уровня комфорта даже в условиях дикой природы
- Глэмпинг предполагает гостиничный сервис (бронирование, размещение, уборка номеров)
- На территории глэмпингов расположены кафе и рестораны, что избавляет посетителей от лишних хлопот
- Широкий выбор развлекательных программ (SUP-серфинг, конные прогулки, яхтинг, пешие маршруты, рыбалка, баня и многое другое)

# КАКИЕ БЫВАЮТ ГЛЭМПИНГИ?

На текущий момент единой общепринятой типологии глэмпингов нет, поэтому мы приводим свой вариант, в котором анализируем каждый объект по трем ключевым признакам: возможность доступа, тип оператора, а также внешнее устройство. Стоит отметить, что существуют более расширенные варианты типологизации глэмпингов, включающие категоризацию по внешнему признаку (подробнее на следующем слайде), мы же включили наиболее часто встречающиеся формы устройства глэмпингов.

## ПО ВОЗМОЖНОСТИ ДОСТУПА



1. КРУГЛОГОДИЧНЫЙ



2. СЕЗОННЫЙ

## ПО ТИПУ ОПЕРАТОРА



1. СЕТЕВОЙ



2. НЕСЕТЕВОЙ

## ПО ВНЕШНЕМУ ПРИЗНАКУ



Палатка



Геокупол



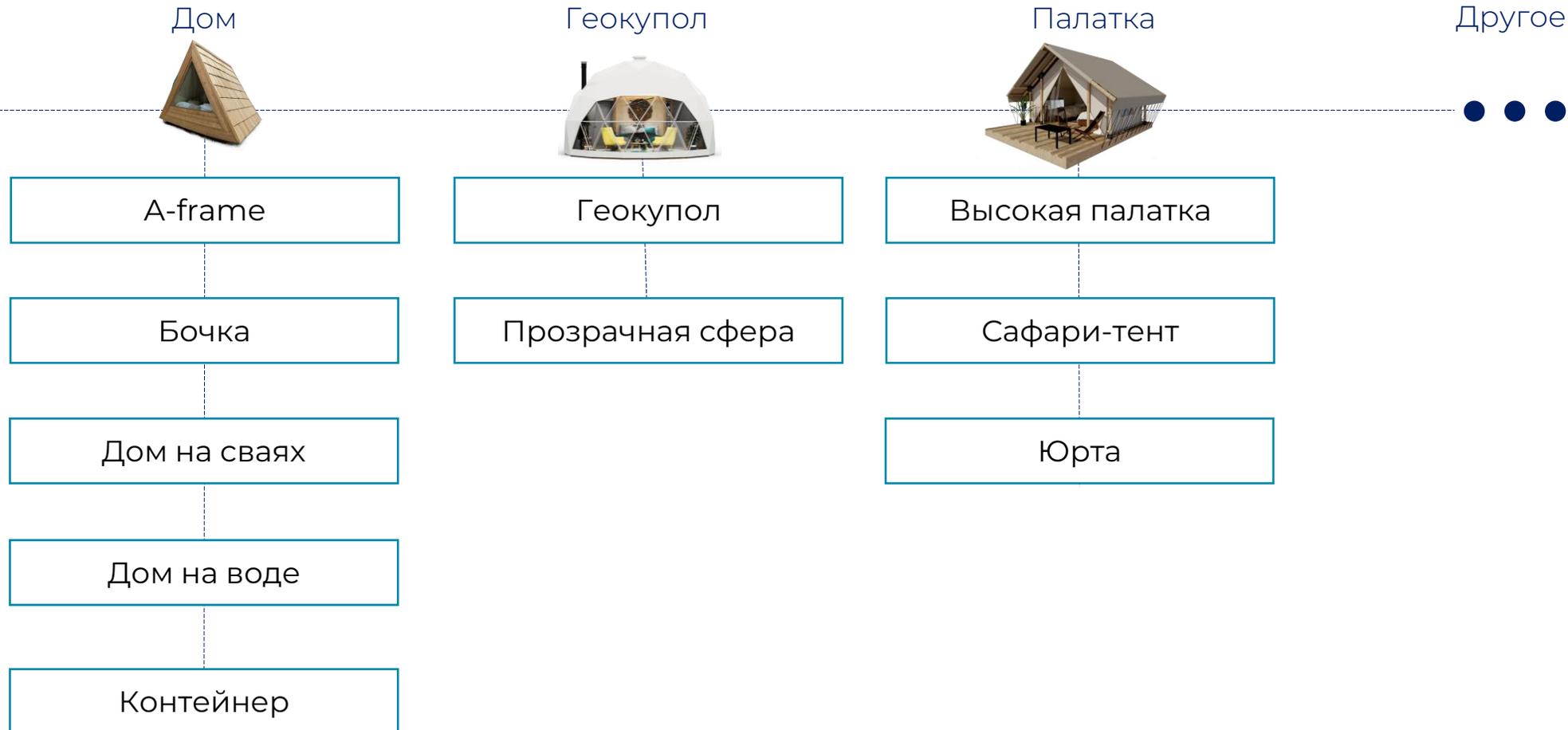
Дом



Другое

# ПОДРОБНЕЕ О ТИПОЛОГИИ

СМWP выделяют 4 основные типа объектов в зависимости от внешнего устройства: дом, геокупол, палатка, другое. Каждый из данных типов, в свою очередь, включает подтипы, которые представлены на слайде. Глэмпинг-курорты могут включать как один тип строений, так и комбинации нескольких.

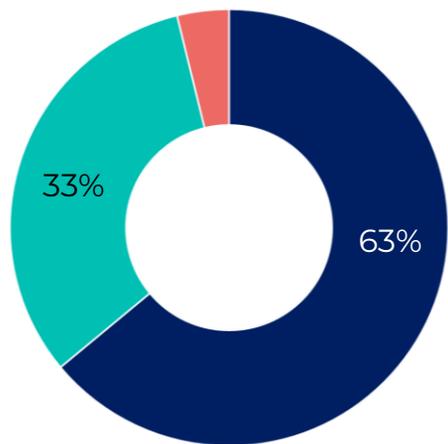


# РЫНОК ГЛЭМПИНГОВ РФ В ЦИФРАХ

**8 000** руб. за ночь

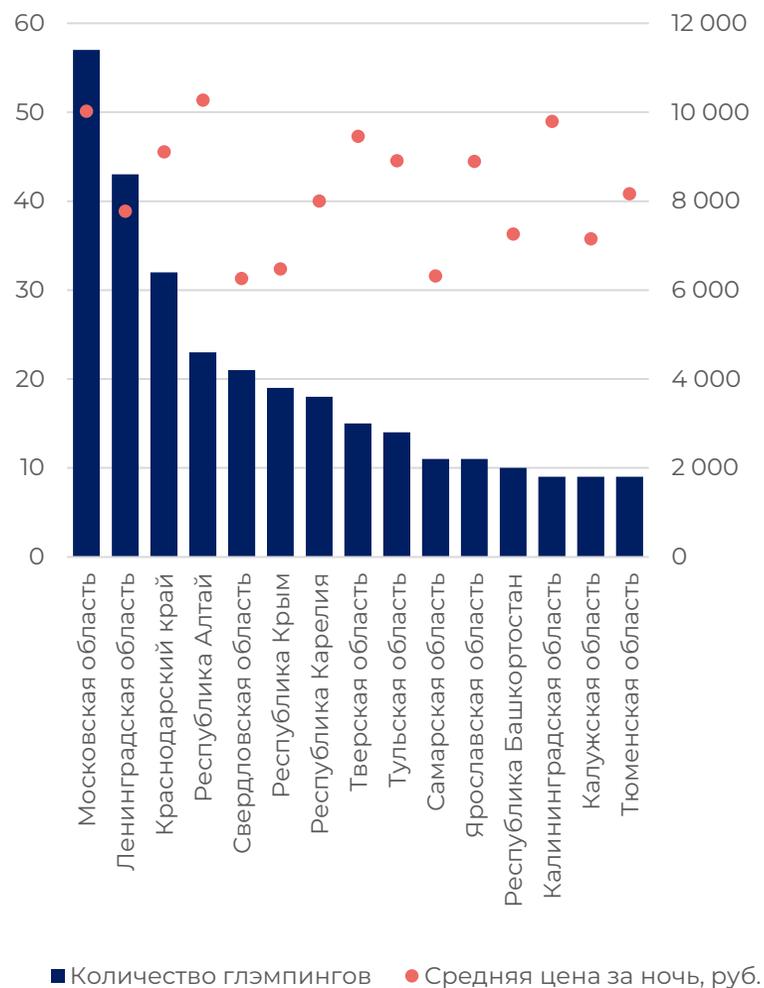
Средняя стоимость размещения в глэмпинге в РФ, май 2023 г.

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ ГЛЭМПИНГОВ ПО СЕЗОННОСТИ



- Круглогодичные
- Сезонные
- Смешанные

## ТОП-15 субъектов РФ по количеству функционирующих глэмпингов, 2023



**416**

Функционирующих глэмпингов в РФ, май 2023

**2 800**

Оценка общего количества юнитов в функционирующих глэмпингах РФ, май 2023

**133**

Число глэмпингов, открывшихся в 2022 году

**7**

Среднее количество юнитов в функционирующих глэмпингах РФ, май 2023

**9%**

Доля сетевых глэмпингов

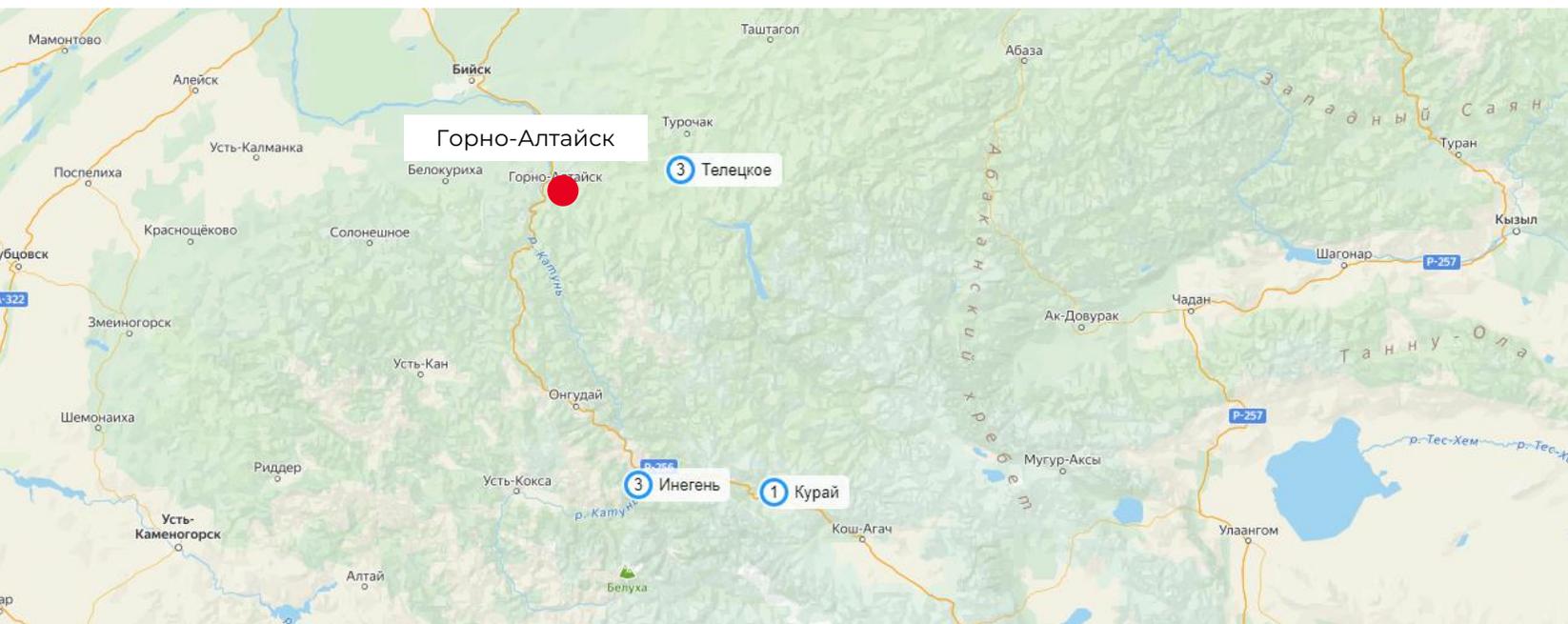
# КЕЙС: ЦЕПЬ ГЛЭМПИНГОВ В ГОРНОМ АЛТАЕ

Республика Алтай  
Тип: палатка  
Сетевой  
Цены: от 7 000 руб. / ночь  
Общее количество  
юнитов в 3 локациях: 25



«Впечатления дольше путешествий»

- Все 3 локации цепи расположены в туристских центрах Горного Алтая, что дает туристам возможность посетить главные «точки притяжения» в рамках одной гостиничной сети.
- Экологичный формат глэмпинга позволяет организовать размещение в пределах заповедников и природных парков, где невозможна капитальная застройка.
- Собственное приложение Сайкол Аудиогид, созданное для популяризации Горного Алтая, позволяет туристу прослушать информацию о наиболее интересных местах региона.



САЙКОЛАУДИОГИД

Послушай о том, что видишь.

Путешествие в Горный Алтай, которое НЕ ОТМЕНЯЕТСЯ

НА ВСЕ ВРЕМЯ С ГЕОЛОКАЦИЕЙ



# КЕЙСЫ: СЕЗОННЫЕ И КРУГЛОГОДИЧНЫЕ

## СЕЗОННЫЕ



*Hills & Huts*

Регион: Ленинградская область  
Тип: геокупол  
Количество юнитов: 6  
Не сетевой  
Цены: 6 000-9 000 руб. за ночь



## КРУГЛОГОДИЧНЫЕ



Регион: Ленинградская область  
Тип: геокупол  
Количество юнитов: 15  
Не сетевой  
Цены: 9 000-16 500 руб. за ночь



Регион: Самарская область  
Тип: палатка (сафари-тент)  
Количество юнитов: 5  
Не сетевой  
Цены: 3 900-8 900 руб. за ночь



Регион: Ленинградская область  
Тип: дом (A-frame)  
Количество юнитов: 12  
Не сетевой  
Цены: 6 500-8 500 руб. за ночь



# ГОСТИНИЦЫ VS МОДУЛЬНЫЕ ОБЪЕКТЫ

## ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Преимущества строительства глэмпинга по сравнению с форматной гостиницей - достаточно низкий «порог входа» и возможность получения [государственной поддержки](#), более короткий срок строительства и быстрая окупаемость.

	МОДУЛЬНЫЕ ОБЪЕКТЫ	ГОСТИНИЦЫ, 4*
Стоимость строительства на номер	От 2,5 млн рублей	От 10 млн рублей
Срок строительства	2-3 месяца	2-3 года
Окупаемость	До 4 лет	От 8 лет
Износ	До 10 лет	30 лет
Характер использования	Сезонный/Круглогодичный	Круглогодичный
Дополнительная инфраструктура	Минимальная нагрузка на аттракты	Вся необходимая для отдыха и работы
Создаваемые рабочие места	0,5 на номер, 10-15 рм/объект	1,2 на номер, 120-150 рм/объект



*Делая выбор между капитальным и некапитальным строительством, нужно четко понимать, какую цель вы перед собой ставите.*

*Если выбор падает на модульные конструкции, вы получаете быстрый, но недолговечный результат со слабым влиянием на социальную сферу (создание небольшого количества рабочих мест и не очень высокий бюджетный эффект).*

*Если вы идете по пути создания форматных гостиниц, то это более серьезные капиталовложения, но и долгосрочный результат в сочетании с созданием большего количества новых рабочих мест.*



**Марина Смирнова**

Партнер  
Руководитель Департамента  
гостиничного бизнеса и туризма

# ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ РЕГИОНОВ РФ ГЛЭМПИНГАМИ



Количество субъектов РФ в разбивке по обеспеченности глэмпингами (по количеству объектов)



Для целей отчёта проанализировано 416 глэмпингов, расположенных на территории РФ. На текущем этапе развития формата наибольшее скопление глэмпингов отмечено вблизи крупнейших рынков сбыта.

В 64 из 85 субъектов РФ глэмпинги либо отсутствуют либо их менее пяти. «Лидеры» по обеспеченности форматом глэмпингов – Ленинградская и Московская области, где расположено 43 и 57 глэмпингов, соответственно.



*В России формат начал активно развиваться после 2015, а бурное развитие мы наблюдаем последние 3 года – как следствие пандемии и внешнеполитической ситуации.*

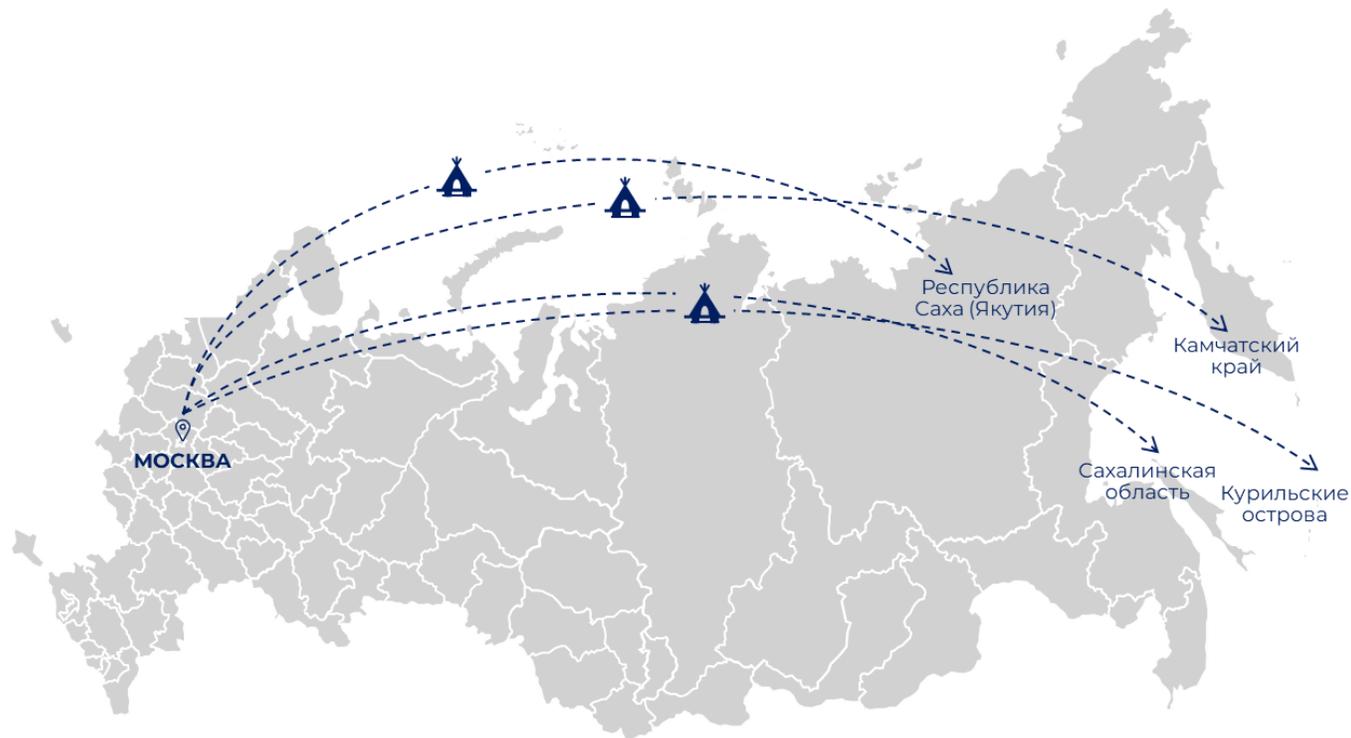
*В текущий момент большинство глэмпингов сосредоточено вблизи ключевых рынков сбыта. Скорее всего, в будущем география предложения изменится: они займут свою устойчивую нишу и будут выполнять свою основную функцию – позволять организовать комфортный отдых на уникальных природных территориях, где построить гостиницы просто невозможно.*



**Николай Мороз**  
Генеральный директор  
Commonwealth Partnership

## ГЛЭМПИНГИ: ВЕКТОР РАЗВИТИЯ

По мере развития сегмента география глэмпингов будет расширяться в сторону регионов с уникальной природной средой и особо охраняемых природных территорий (ООПТ).



“

*Несмотря на то, что глэмпинг – инструмент «быстрых побед», который должен развивать туризм в природной среде и обеспечивать быстрое включение удаленных территорий в туристское предложение, на самом деле глэмпинги сейчас группируются вокруг регионов, где уже достаточно сформирована инфраструктура, за редкими исключениями, как, например, Алтай.*

*В то же время, мы полагаем, что основной потенциал такого продукта – в территориях с особым природным статусом, поскольку некапитальные постройки могут быть успешно интегрированы в природную среду регионов, где невозможно резкое увеличение антропогенной нагрузки.*

**Марина Усенко**

Партнер  
Гостиничный бизнес и туризм



# КОНТАКТЫ



## ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС И ТУРИЗМ



**Марина Смирнова**

Руководитель департамента  
гостиничного бизнеса и туризма



**Марина Усенко**

Партнер,  
Гостиничный бизнес и туризм



*Отчет подготовлен при участии  
Анастасии Федоровой*



## ИССЛЕДОВАНИЯ И АНАЛИТИКА



**Татьяна Дивина**

Руководитель Департамента  
исследований и аналитики



**Полина Афанасьева**

Директор,  
Исследования и аналитика



## БОЛЬШЕ АНАЛИТИКИ В TELEGRAM-КАНАЛЕ И НА САЙТЕ

- ✓ Комментарии экспертов CMWP в профильных СМИ
- ✓ Анонсы мероприятий с участием экспертов
- ✓ Наиболее интересные факты и выводы из отчетов
- ✓ Серии подкастов с руководителем департамента исследований и аналитики Татьяной Дивиной
- ✓ Анонсы мероприятий с участием экспертов CMWP и новых исследований



ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ  
@cmwp\_channel



# ПРИЛОЖЕНИЕ:

- ТЕРМИНОЛОГИЯ
- КАРТЫ ГЛЭМПИНГОВ В РАЗНЫХ СТРАНАХ



# ПРИЛОЖЕНИЕ

- ✓ **КСР** – коллективное средство размещения: единица в статистике туризма, обозначающая, в отличие от индивидуального средства размещения, «жилое помещение, минимальное число мест в котором превышает определенный минимум для группы лиц, превышающих отдельную семейную единицу. Все места в данном заведении должны подчиняться единому руководству коммерческого типа, даже если оно не ставит целью извлечение прибыли».
- ✓ **ИСР** – индивидуальное средство размещения – собственное жилище - квартиры, комнаты в квартирах, дома, коттеджи, сдаваемые в наем.
- ✓ **Гостиница** – это имущественный комплекс (здание, часть здания), предназначенный для предоставления услуг размещения и питания, имеющий не менее 5 номерных единиц. Помимо этого минимума некоторые источники включают в определение гостиниц требования по наличию единого управления, предоставлению услуг по уборке номеров и обеспечению безопасности проживания.
- ✓ **Турист** (ночующий посетитель) – гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране временного пребывания в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки в стране временного пребывания.
- ✓ **Туризм** – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации (выездной и внутренний туризм), иностранных граждан (въездной туризм) и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.
- ✓ **Кемпинги** - ограниченные территории с санитарными объектами, на которых располагаются шале, бунгало, палатки, стационарные фургоны, а также оборудованные площадки для размещения палаток и автодомов. В кемпингах к услугам проживающих могут быть предоставлены рестораны, магазины, спортивные и развлекательные сооружения, однако вышеперечисленные услуги не являются обязательными.

## МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЕТА ТУРИСТСКОГО ПОТОКА CMWP

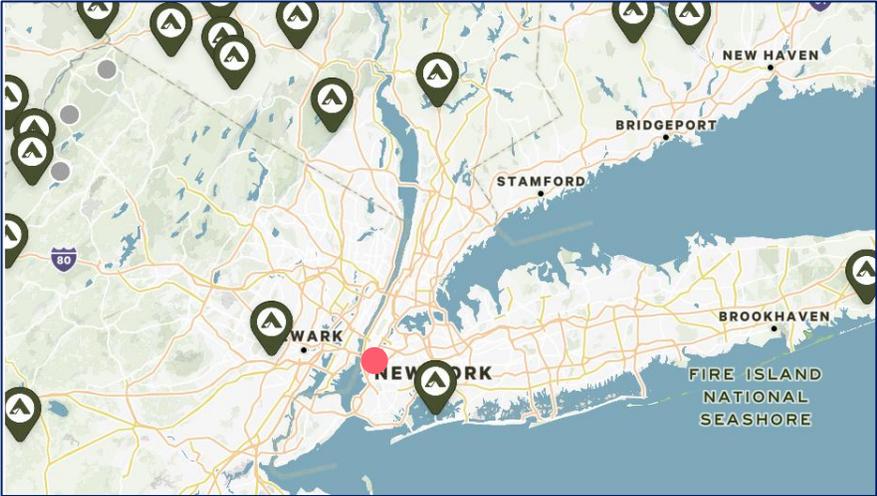
$$\begin{aligned} & \text{Туристский поток} \\ & = \\ & \text{Число размещенных лиц в КСР} \\ & + \\ & \text{Число размещенных лиц в неофициальных КСР («серый рынок»)} \\ & + \\ & \text{Число размещенных лиц в ИСР (квартиры, апартаменты и пр.)} \\ & + \\ & \text{Число размещенных лиц в палатках и кэмперах («дикий туризм»)} \\ & + \\ & \text{Число размещенных лиц у родственников/друзей} \end{aligned}$$

# РАСПОЛОЖЕНИЕ ГЛЭМПИНГОВ В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ

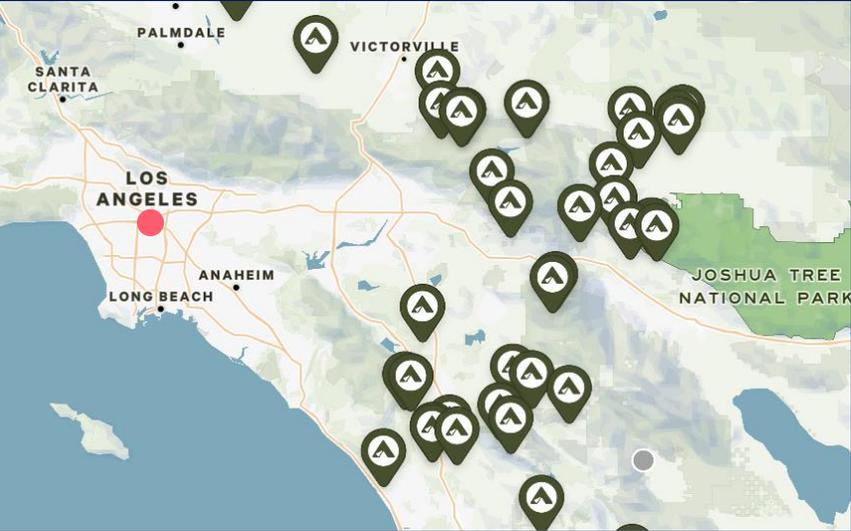
ВАШИНГТОН



НЬЮ-ЙОРК



ЛОС-АНДЖЕЛЕС



# РАСПОЛОЖЕНИЕ ГЛЭМПИНГОВ В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ

ЛОНДОН

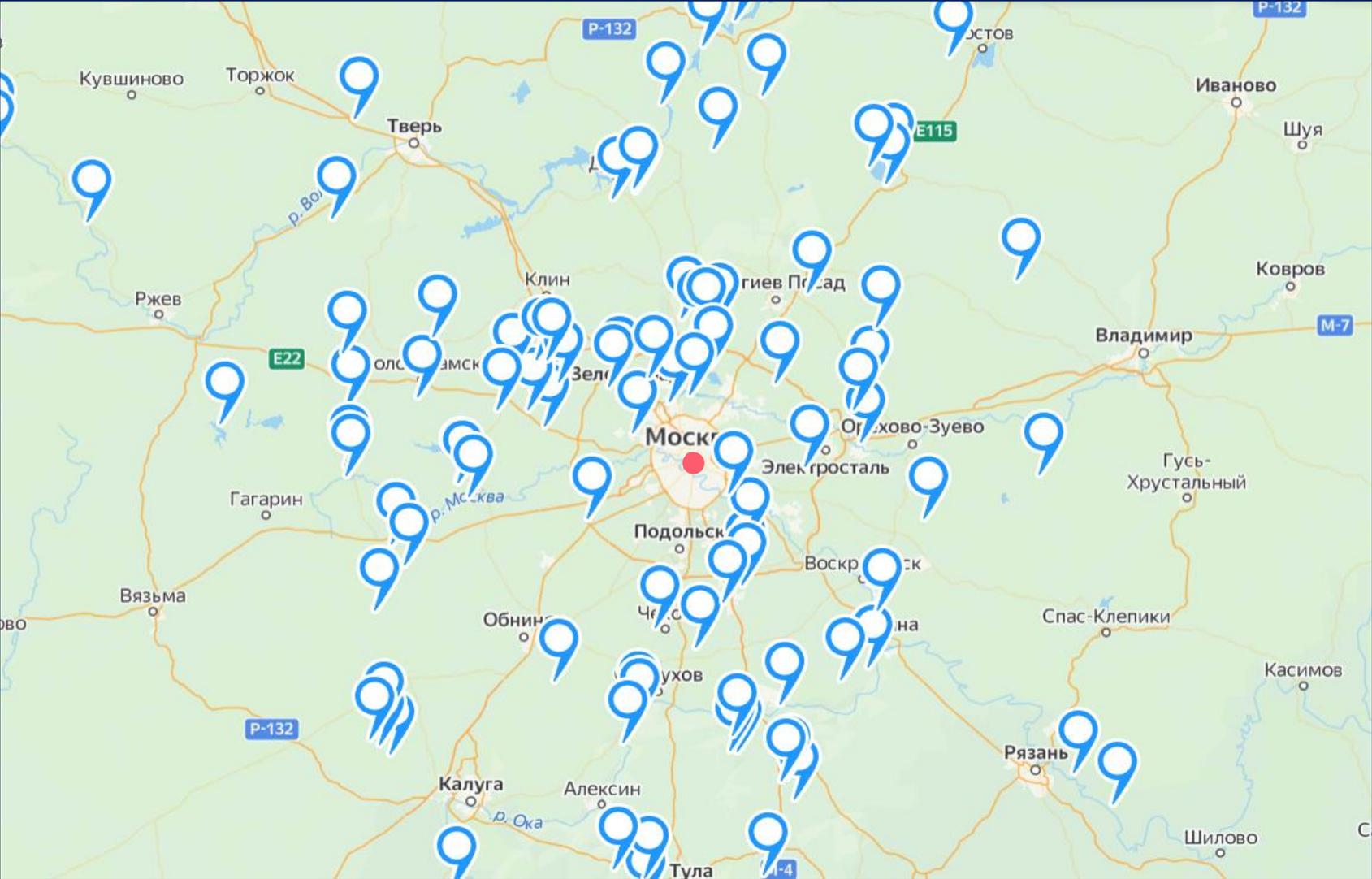


ПАРИЖ



# РАСПОЛОЖЕНИЕ ГЛЭМПИНГОВ В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ

## МОСКВА



Источник: Commonwealth Partnership