



BUTLER
hospitality

ТУРОПЕРАТОРЫ И СЕРВИСЫ БРОНИРОВАНИЯ ОТЕЛЕЙ В РОССИИ

Плюсы и минусы для туристов и отелей.
Взаимодействие и тренды в 2024 году.





Ограничение ответственности

Материал исследования подготовлен исключительно с информационными целями, при консультациях и участии ТО Мультитур. Любое раскрытие, использование, копирование или рассылка его данных (или информации, в нем содержащейся) возможны только с письменного согласия Butler Hospitality.

Butler Hospitality не несет ответственности и не предоставляет гарантий (прямо или косвенно) в том, что изложенная в исследовании информация является верной, и в случае ошибок не берет на себя обязательств по их исправлению. За дополнительной информацией обращайтесь, пожалуйста, к Дмитрию Селиверстову по электронной почте info@butlerhospitality.ru или по телефону **+7(495) 009-56-96**.

Содержание



Туроператор, турагентство и сервис бронирования отелей. Определение и отличие	4
Туроператоры внутреннего туризма в России. Общая информация и средние показатели	6
Сервисы бронирования отелей в России. Общая информация и средние показатели	7
Плюсы и минусы для туриста при работе с туроператором	8
Плюсы и минусы для туриста при работе с сервисом бронирования.	9
Плюсы и минусы для отеля/санатория при работе с туроператором.	10
Плюсы и минусы для отеля/санатория при работе с сервисом бронирования	11
Тренды развития туроператоров и сервисов бронирования в 2024	12
SWOT-анализ. Туроператоры	13
SWOT-анализ. Сервисы бронирования	16

Туроператор, турагентство и сервис бронирования отелей. Определение и отличие.

Туристический рынок России активно развивается и трансформируется под воздействием новых технологий и изменений в потребительских предпочтениях. Туристский поток в 2023 году увеличился на 5 млн поездок в сравнении с показателями 2022 года. За прошлый год россияне совершили 158,7 млн путешествий. Современные путешественники имеют доступ к множеству вариантов организации своих поездок, среди которых бронирование отелей через Туроператоров, Турагентства и сервисы бронирования отелей. Каждый из них занимает свою долю на рынке гостеприимства, предоставляя туристам различные подходы к организации своих путешествий помимо прямых бронирований на сайтах отелей и санаториев. В России работает более 14 тысяч туристских фирм. Из них 6% занимаются туроператорской деятельностью, 12% совмещают функции туроператора и турагента. Остальные работают только в качестве турагентов. В топ туристических направлений России в прошлом году вошли: Краснодарский край, Санкт-Петербург и Москва.

Туроператоры

Это туристические компании, которые формируют туры и заключают прямые договора с отелями, санаториями, авиакомпаниями, экскурсионными агентствами и т.д., а также выкупают квоты на номера. Они берут на себя все услуги организации поездки: от бронирования авиабилетов и отелей до планирования экскурсий и трансферов. При этом туроператор выступает гарантом качества услуг. Сейчас в России работают порядка 840 туроператоров.

Турагентства

Турагентства не формируют самостоятельно туров и занимается исключительно подбором путешествий. Это компании, которые выступают посредником между туристами и туроператорами, предоставляя услуги по продаже и бронированию туров, гостиниц, экскурсий и других туристических услуг. Турагентство занимается подбором путешествий на основе предпочтений туристов, консультированием, оформлением документов и обеспечивает поддержку туристов на всех этапах их поездки. Сейчас насчитывается порядка 11,5 тыс. турагентств и 1,5 тыс. совмещает деятельность ТО и ТА.

Сервисы бронирования

Эти платформы позволяют туристам самостоятельно в режиме онлайн выбирать и бронировать номера в отелях/санаториях, арендовать авто и некоторые другие услуги через одну платформу. Сервисы бронирования предоставляют больше свободы по времени при выборе объектов размещения.

В рамках данного исследования был проведен анализ двух каналов бронирования – туроператор и сервис бронирования. Цель исследования заключалась в том чтобы, выяснить чем отличаются между собой эти каналы и определить их плюсы и минусы при их взаимодействии с объектами размещения и туристами.



Методология

Для анализа были выбраны отели в четырех федеральных округах России. Исследование охватило по отеля 3, 4, 5 звезд и категории номера стандарт. Сравнение проводилось по тарифам проживания в категории стандарт с одинаковыми условиями проживания.



Результаты

По итогам анализа оказалось, что тарифы на бронирования через эти два канала были практически идентичны тарифам на официальных сайтах отеля. Это свидетельствует о паритете цен среди этих каналов продаж и официального сайта отеля.

Данный результат демонстрирует, что туристы, выбирая между сайтом отеля, туроператором или сервисом бронирования, могут ориентироваться не столько на тариф, сколько на дополнительные условия или удобства, такие как программы лояльности, кэшбэк или наличие поддержки. Паритет цен также способствует повышению прозрачности и доверия на рынке.

Туроператоры внутреннего туризма в России. Общая информация и средние показатели

Рынок внутреннего туризма в России в последние годы демонстрирует устойчивый рост. Туроператоры, работающие на внутреннем рынке, предлагают разнообразные направления: от культурных и экскурсионных туров по Золотому кольцу и Сибири до отдыха на курортах Краснодарского края и Кавказа. Среди ведущих туроператоров внутреннего туризма можно выделить Мультитур, Алеан, Дельфин.

Средний объем объектов размещения, предлагаемых этими операторами, колеблется **от 5 000 до 7 000 отелей**. Туроператоры также активно предлагают экскурсионные программы и индивидуальные туры, что делает внутренний туризм доступным и разнообразным для разных категорий туристов.



Условия сотрудничества для объектов размещения включают комиссии в среднем **от 15% до 17%** от стоимости бронирования.



Программы лояльности для турагентств, стимулирующие активное продвижение туров и привлечение туристов. Размер комиссионного вознаграждения составляет в среднем **от 7 до 11%**.



Программы лояльности для туристов позволяют им получить дополнительный бонус, в среднем **до 3%** в зависимости от действующих условий этих программ.

Средний чек бронирования тура 2024

(Номер категории Стандарт, 2 взр.)



Сервисы бронирования отелей в России. Общая информация и средние показатели.

Сервисы бронирования занимают важное место на рынке онлайн-бронирований, предлагая платформы для бронирования отелей и дополнительных услуг. Основными сервисами являются Островок, Яндекс Путешествия и Броневик. Они предоставляют широкий выбор вариантов размещения, начиная от хостелов, апарт-отелей до отелей премиум-класса. Они ориентированы в основном на городские средства размещения.

Средний объем объектов размещения на платформах варьируется от 20 тыс. до 25 тыс. объектов размещения по России.



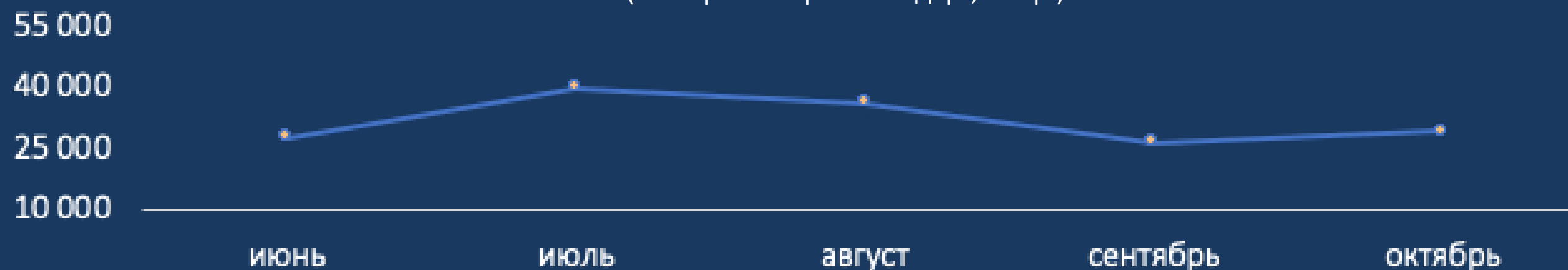
Условия сотрудничества для отелей и апарт-отелей включают комиссии в среднем **от 15% до 17%**, в зависимости от условий договора.



Сервисы бронирования также предоставляют возможность бронирования по всем действующим тарифам в объектах размещения. Программы лояльности для туристов позволяют им получить дополнительный бонус в среднем **до 3%** в зависимости от действующих условий этих программ.

Средний чек бронирования номера (2024)

(Номер категории Стандарт, 2 взр.)



Плюсы и минусы для туриста при работе с туроператором



Плюсы для туриста:

- Полное сопровождение. Туроператоры отвечают за все элементы поездки: перелет, трансферы, проживание, экскурсии. Для туристов это удобно, так как не нужно беспокоиться о деталях.
- Поддержка в непредвиденных ситуациях. Туроператоры предлагают круглосуточную поддержку, включая помощь в случае форс-мажоров, таких как отмена рейсов или проблемы с отелем.
- Пакетные предложения по более выгодным ценам. Туроператоры часто предлагают комплексные туры, которые более выгоднее, чем самостоятельное бронирование. Это возможно в связи с покупкой туроператорами как квот номерного фонда так и за счет своей прибыли по привлечению туристов.
- Программы лояльности. Туроператоры предлагают своим туристам выгодные системы накопления бонусов и баллов.
- Гарантии на услуги. Туроператоры предоставляют юридическую защиту (страхование, гарантия возврата денег в случае банкротства) и дополнительные сервисы, такие как трансферы и сопровождение.
- Персональные предложения. Туроператоры предлагают специальные экскурсионные программы, сезонные предложения, которые недоступны для бронирования на официальных сайтах отелей.
- Удобный интерфейс. Есть возможность забронировать и оплатить туры через сайт туроператора, что упрощает процесс для туриста.
- Выбор поездки в режиме офлайн и онлайн. Турист может самостоятельно сформировать поездку по своим предпочтениям, выбирая отдельные услуги (проживание, трансфер, доп.услуги) в удобном для него режиме.
- Паритет цен. Сервисы бронирования размещают различные тарифы, которые не различаются с тарифами указанных на официальных сайтах объектов размещения.

Минусы для туриста:

- Ограниченный выбор городских отелей, мини отелей и апартаментов. Туроператоры как правило не специализируется на продаже апартаментов и гостевых домов.

Плюсы и минусы для туриста при работе с сервисом бронирования.

Плюсы для туриста:

- Удобный интерфейс. Сервисы бронирования позволяют быстро забронировать и оплатить туры через интернет, что упрощает бронирование для туриста.
- Большой выбор городских отелей и апартаментов.
- Сезонные скидки. Сервисы бронирования часто предлагают дополнительные скидки и бонусы, что позволяет сделать поездку более выгодной.
- Паритет цен. Сервисы бронирования размещают различные тарифы, которые соответствуют тарифам указанных на официальных сайтах объектов размещения.

Минусы для туриста:

- Отсутствие персонального менеджера. В случае проблем турист вынужден решать вопросы с каждым поставщиком услуг отдельно, что усложняет процесс.
- Отсутствие круглосуточной поддержки. Сервис бронирования не всегда предоставляют круглосуточную поддержку или не предлагают помощь в кризисных ситуациях, таких как отмены рейсов или изменение условий проживания.
- Отсутствует возможность забронировать тур в режиме офлайн.

Туроператоры и сервисы бронирования отелей в России занимают ключевые позиции на туристическом рынке, предоставляя широкий выбор услуг для различных категорий туристов.

- 🌿 Туроператоры предлагают комплексные решения, включая экскурсионные программы и пакетные туры, что удобно для тех, кто ищет организованный отдых с гарантированными услугами. Как в режиме онлайн так и офлайн.
- 🌿 Сервисы бронирования, в свою очередь, предоставляют свободу временного выбора и, позволяя туристам самостоятельно планировать свою поездку в режиме онлайн.

Выбор между туроператорами и сервисом бронирования зависит от личных предпочтений туристов.

Оба варианта бронирования имеют свои сильные стороны и могут удовлетворить различные запросы в зависимости от формата отдыха туриста.

Плюсы и минусы для отеля/санатория при работе с туроператором.



Плюсы для отеля/санатория:

- Гарантированные объемы бронирования. Туроператоры часто заключают контракты на заранее оговоренные блоки номеров, что обеспечивает отелю стабильную загрузку, особенно в высокий сезон. Это особенно выгодно для отелей/санаториев, стремящихся снизить риски по заполняемости.
- Гарантированная оплата при раннем бронировании позволяет объектам размещения планировать подготовку к новому сезону и ликвидировать свой кассовый разрыв.
- Меньше усилий по маркетингу. Туроператор берет на себя все маркетинговые и рекламные мероприятия по продвижению туров и отелей/санаториев. Это позволяет отелю сократить расходы на привлечение туристов, так как маркетинговая активность идет через каналы оператора.
- Комплексные предложения. Поскольку туроператоры предлагают пакетные туры, отели/санатории повышают свою доходность в связи с продажей дополнительных услуг, как на этапе бронирования так и во время своего отдыха.
- Наличие удобного личного кабинета для отеля/санатория. Это позволяет автоматизировать бронирование гостей.
- Динамическое ценообразование. Отели/санатории могут быстро менять цены на номера в зависимости от спроса и сезонности, что позволяет им гибко реагировать на рыночные изменения.

Минусы для отеля/санатория:

- Комиссии от бронирования. Туроператорам предоставляются комиссии за продажу туров, что может снижать общую рентабельность отеля/санатория.

Плюсы и минусы для отеля/санатория при работе с сервисом бронирования.

Плюсы для отеля/санатория:

- Широкая видимость. Работа с крупными сервисами бронирования, такими как Островок, Яндекс Путешествия или Броневик, дает отелю доступ к широкой базе пользователей и увеличивает шансы на бронирование благодаря множеству каналов дистрибуции.
- Динамическое ценообразование. Отели/санатории могут быстро менять цены на номера в зависимости от спроса и сезонности, что позволяет им гибко реагировать на рыночные изменения.
- Удобные инструменты управления бронированиями. Сервисы предлагают отелям/санаториям удобные интерфейсы для управления бронированиями, что упрощает работу с туристами и автоматизирует многие процессы.

Минусы для отеля/санатория:

- Комиссии от бронирования. Сервисам бронирования предоставляются комиссии за продажу туров что может снижать общую рентабельность отеля/санатория. В среднем от 15 до 17%.
- Отсутствие прямого контакта с туристом. При работе через системы бронирования отели/санатории теряют возможность напрямую взаимодействовать с туристом, что затрудняет построение программы лояльности и повторные продажи.

Таким образом, работа с туроператорами и с сервисами бронирования имеет свои преимущества и недостатки.

Выбор между туроператором и сервисом бронирования зависит от бизнес-модели отеля/санатория.

Тренды развития туроператоров и сервисов бронирования в 2024

Туроператоры и сервисы бронирования ориентируются на следующие ключевые тренды:

- 🌿 **Рост внутреннего туризма:** Туроператоры активно предлагают туры по России, а сервисы бронирования поддерживают этот тренд, добавляя больше вариантов бронирования жилья и экскурсий.
- 🌿 **Гибкость и персонализация:** Туроператоры будут предлагать гибкие условия бронирования, условия отмены и возврата, а сервисы бронирования продолжат внедрять персонализированные рекомендации через технологии ИИ. Это тренд 2023 года, который продолжил набирать обороты и в 2024-м.
- 🌿 **Развитие экологических и ответственных туров:** Экотуризм и устойчивые путешествия набирают популярность, и туроператоры начнут активнее предлагать такие варианты.
- 🌿 **Цифровизация и автоматизация:** Сервисы бронирования и туроператоры будут внедрять новые технологии для улучшения клиентского опыта и автоматизации процессов.
- 🌿 **Партнерства и перекрестные продажи:** Туроператоры и сервисы бронирования будут продолжать укреплять партнерства для создания комплексных предложений, включая перекрестные продажи.

Эти направления развития помогут как туроператорам, так и сервисам бронирования укрепить свои позиции на рынке, улучшить клиентский опыт и адаптироваться к новым потребностям туристов.

SWOT-анализ. Туроператоры

S

Сильные стороны:

- ✿ Широкий выбор туров и готовые пакеты
- ✿ Возможности бронирования онлайн и оффлайн
- ✿ Поддержка на всех этапах поездки
- ✿ Программы лояльности для туристов
- ✿ Гарантия качества и безопасность
- ✿ Гибкая система отмены туров
- ✿ Сезонные акции и предложения
- ✿ Возможность квотирования и предоплаты для отелей.

W

Слабые стороны:

- ✿ Ограниченный выбор городских средств размещения
- ✿ Зависимость от экономической и политической обстановки
- ✿ Высокие издержки на содержание офиса и персонала

O

Возможности:

- ✿ Рост внутреннего туризма
- ✿ Популярность экотуризма и оздоровительных туров
- ✿ Увеличение количества прямых рейсов по России
- ✿ Увеличение экскурсионных туров по России
- ✿ Внедрение собственных онлайн-платформ

T

Угрозы:

- ✿ Конкуренция с онлайн-сервисами
- ✿ Негативное влияние изменений законодательства
- ✿ Непредвиденные обстоятельства
- ✿ Отсутствие сервиса и развитой инфраструктуры на внутреннем направлении

Сильные стороны

- 🌿 **Широкий выбор туров и готовые пакеты**
Туроператоры предлагают комплексные туры с перелетом, проживанием, трансфером и экскурсиями, что привлекает туристов удобством и простотой.
- 🌿 **Возможности бронирования онлайн и офлайн.**
Возможность для туристов забронировать туры в офлайн и онлайн форматах.
- 🌿 **Поддержка на всех этапах поездки**
Персональный подход к каждому туристу, помощь в оформлении страховок, трансфера и других документов, что снижает риски и облегчает путешествие.
- 🌿 **Программы лояльности для туристов**
Программы лояльности и скидки для постоянных туристов способствуют удержанию аудитории.
- 🌿 **Гарантия качества и безопасность**
Репутация на рынке, многолетний опыт и отзывы делают туроператоров более надежным выбором туристов.
- 🌿 **Гибкая система отмены туров**
Возможность для туристов аннулировать или перенести даты заезда.
- 🌿 **Сезонные акции и предложения**
Возможность получения скидок, бонусов и кэшбэка, что стимулирует туристов к бронированию проживания.
- 🌿 **Внедрение собственных онлайн платформ**
Удобный интерфейс, где есть возможность забронировать и оплатить туры через интернет, что упрощает процесс для туриста.
- 🌿 **Возможность квотирования и предоплаты для отелей**

Слабые стороны

- 🌿 **Ограниченный выбор городских средств размещения и услуг**
Работа с определенным списком партнеров ограничивает выбор для туристов.
- 🌿 **Зависимость от экономической и политической обстановки**
Колебания валют и санкции/ограничения могут влиять на доступность туров и цены.
- 🌿 **Высокие издержки на содержание офиса и персонала**
Увеличение затрат на поддержание физической сети офисов.

Возможности

- 🌿 **Рост внутреннего туризма**
Повышение спроса на российские направления открывает новые перспективы для бизнеса.
- 🌿 **Внедрение собственных онлайн-платформ**
Создание удобных цифровых платформ для упрощения процесса бронирования и улучшения клиентского опыта.
- 🌿 **Популярность экотуризма и оздоровительных туров**
Спрос на отдых в санаториях и на экологически чистых курортах растет.
- 🌿 **Увеличение количества прямых рейсов по России**
Улучшение транспортной доступности многих регионов делает туры внутри страны более привлекательными.
- 🌿 **Увеличение экскурсионных туров по России**
Спрос на отдых растет и экскурсионные туры становятся популярными. Удобно для туриста забронировать эти услуги в одном туре.

Угрозы

- 🌿 **Конкуренция с онлайн-сервисами**
Туристы могут предпочитать самостоятельное бронирование через сервисы бронирования.
- 🌿 **Негативное влияние изменений законодательства**
Новые регуляции могут увеличивать расходы и накладывать дополнительные обязательства на туроператоров.
- 🌿 **Непредвиденные обстоятельства**
Пандемии, природные катастрофы и другие события, которые ограничивают или делают менее доступными туристические направления.
- 🌿 **Отсутствие сервиса и развитой инфраструктуры на внутреннем направлении**
Недостаточно развитая инфраструктура и качество сервиса мешает спросу на внутренний туризм

SWOT-анализ. Сервисы бронирования

S

Сильные стороны:

- 🌿 Большой выбор городских средств размещения и апартаментов
- 🌿 Легкий доступ к отзывам и рейтингам
- 🌿 Разнообразные тарифы
- 🌿 Мобильные приложения и интерфейс
- 🌿 Сезонные акции и предложения

W

Слабые стороны:

- 🌿 Зависимость от комиссионных доходов
- 🌿 Ограниченная поддержка туристов
- 🌿 Уязвимость к кибератакам и мошенничеству
- 🌿 Отсутствие персонального подхода к туристу
- 🌿 Отсутствие возможности бронировать офлайн

O

Возможности:

- 🌿 Растущий интерес к самостоятельным путешествиям
- 🌿 Развитие на внутреннем рынке и расширение ассортимента
- 🌿 Развитие сотрудничества с туроператорами и отелями

T

Угрозы:

- 🌿 Высокий уровень конкуренции
- 🌿 Проблемы с доверием к сервисам
- 🌿 Непредвиденные экономические факторы
- 🌿 Негативное влияние изменений законодательства
- 🌿 Зависимость от качества интернета

Сильные стороны

- 🌿 **Большой выбор предложений средств размещения на одной платформе**
Туристы самостоятельно и в удобное для себя время могут забронировать проживания в одном месте исходя из своих предпочтений.
- 🌿 **Легкий доступ к отзывам и рейтингам**
Отзывы и рейтинги от предыдущих туристов позволяют новым пользователям лучше ориентироваться в качестве услуг.
- 🌿 **Разнообразные тарифы**
Разнообразие тарифов позволяет туристам иметь выбор при бронировании.
- 🌿 **Мобильные приложения и интерфейс**
Технологии упрощающие бронирование: удобные платформы с быстрым и понятным процессом бронирования
- 🌿 **Сезонные акции и предложения**
Возможность получения скидок, бонусов и кэшбэка, что стимулирует туристов к использованию сервисов.

Слабые стороны

- 🌿 **Зависимость от комиссионных доходов**
Доход сервисов строится на комиссионных отчислениях.
- 🌿 **Ограниченная поддержка туристов**
В случае проблем с бронированием сервисы не всегда могут оперативно их решить.
- 🌿 **Уязвимость к кибератакам и мошенничеству**
Риск для безопасности данных пользователей и финансовых операций на платформе.
- 🌿 **Отсутствие персонального подхода к туристу**
Это приводит к отказу от бронирований туриста и его переходу к Туроператору.
- 🌿 **Отсутствие возможности бронирования офлайн**
Это приводит к отказу от бронирований туриста и его переходу к Туроператору.

Возможности

- 🌿 **Растущий интерес к самостоятельным путешествиям**
Рост числа туристов, бронирующих жилье и транспорт напрямую, открывает дополнительные возможности.
- 🌿 **Развитие на внутреннем рынке и расширение ассортимента**
Развитие предложений для регионов с низким уровнем туристической инфраструктуры.
- 🌿 **Развитие сотрудничества с туроператорами и отелями**
Возможность предложить туристам полный спектр услуг от бронирования до отдыха.


Угрозы

- 🌿 **Высокий уровень конкуренции**
На рынке бронирования уже много игроков, что увеличивает давление и снижает маржинальность.
- 🌿 **Проблемы с доверием к сервисам**
Негативные отзывы и отсутствие поддержки в трудных ситуациях могут подорвать репутацию.
- 🌿 **Непредвиденные экономические факторы**
Такие, как инфляция, падение доходов населения или политические санкции, могут сократить спрос.
- 🌿 **Негативное влияние изменений законодательства**
Изменение законодательных условий для сервисов, включая налогообложение и регулирование бизнеса.
- 🌿 **Зависимость от качества интернета**
Сервисы зависят или отключаются в случае отсутствия стабильного интернета.



BUTLER
hospitality

 127474, Дмитровское шоссе, д. 60А,
БЦ «Лихоборский»

 +7 (495) 009-56-96
+7 (905) 746-68-73

 butlerhospitality.ru

 info@butlerhospitality.ru



 [butlerhospitality](http://butlerhospitality.ru)