



ЦЕНТР
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
РАЗРАБОТОК

**Текущее состояние и
перспективы
развития рынка
краткосрочной
аренды в России до
2030 года**

Вступительное слово

В прошлом году ЦСР выявил рост социально-экономической значимости рынка краткосрочной аренды жилья и провел первое комплексное исследование рынка детально изучив как сегмент предложения, так и сегмент спроса. Также был представлен прогноз развития рынка краткосрочной аренды на период до 2026 года.

В силу того, что за прошедший год ситуация в экономике России претерпела ряд важных изменений (например, рост ставки ЦБ и ипотечных ставок, рост цен и др.), то мы видим целесообразным и своевременным обновить анализ данных по рынку краткосрочной аренды, а также расширить границы исследования, включив в анализ сегмент коллективных средств размещения. Кроме того, с целью корректного определения влияющих на сегмент временного проживания факторов, в исследовательскую волну 2024 года мы включили анализ ключевых трендов на рынке туристических услуг в России: представление современного портрета рынка туристических услуг, сегментирование рынка с точки зрения затратных сегментов поездки (проживание, транспорт, питание, развлечение и прочие услуги), прогноз развития рынка туристических услуг до 2030 год. Все вышеперечисленное позволило нам провести сравнительный анализ тенденций и перспектив развития трех изучаемых рынков – рынка туристических услуг, рынка коллективных средств размещения и рынка краткосрочной аренды.

В ходе реализации данного проекта были использованы различные методы для сбора уникальных данных – структурированные экспертные интервью, запрос внутренних операционных данных ведущих онлайн тревел агентств, менеджеров каналов, профильных классифайдов, всероссийский опрос населения, а также сбор Больших данных публичных объявлений по объектам размещений. Мы выражаем благодарность всем участникам данного исследования за уделенное время. Особую благодарность мы выражаем коллегам из компаний Авито, Bronevik.com, МТС Travel, Островок, Суточно.ру, Туту.ру, ЦИАН, Яндекс Путешествия и Realty Calendar.

Надеемся, что данное исследование будет интересным и полезным. Рады поделиться нашими результатами.

Содержание

Глоссарий	4
Основные выводы	5
Рынок туризма	13
Текущее положение дел на туристическом рынке РФ	13
Перспективы развития рынка туристических услуг	19
Рынок коллективных средств размещения	30
Рынок краткосрочной аренды	36
Роль онлайн-сервисов поиска и бронирования жилья на рынке краткосрочной аренды	45
Сравнительный анализ OTA по данным экспертных интервью и парсинга	45
Сравнительный анализ OTA через призму настроений пользователей	49
Приложение	59



Глоссарий

Рынок краткосрочной аренды (КА) – сегмент рынка временного размещения, формируемый такими объектами размещения как квартиры, апартаменты, гостевые и частные дома.

Рынок коллективных средств размещения (КСР) – сегмент рынка временного размещения, формируемый объектами КСР – гостиницы и аналогичные им коллективные средства размещения (отели, мотели, хостелы, другие организации гостиничного типа) и специализированных коллективных средств размещения (санаторно-курортные организации, организации отдыха, туристские базы).

Онлайн тревел (или туристическое) агентство (ОТА) – онлайн сервис, предлагающий посреднические услуги (продвижение, поиск, бронирование) между путешественником и представителем туристического сервиса.

Менеджер каналов – программное решение для управления онлайн-продажами объектов размещения; менеджер каналов связывает систему управления объектом размещения (PMS) с онлайн-платформами, ОТА. Менеджер каналов позволяет автоматически обновлять тарифы и наличие мест, а также данные о бронированиях на нескольких платформах одновременно.

Национальный проект (НП) «Туризм и индустрия гостеприимства» – профильный национальный проект для рынка туризма, направленный на создание удобной, безопасной и интересной среды для путешествий по России. Туристы получают качественный сервис, а организаторы мест отдыха и туристических маршрутов – всестороннюю поддержку государства. Подробная информация о проектных инициативах представлена [на сайте проекта](#).

Примечание: информация о национальных целях развития Российской Федерации доступна в Указе Президента России Владимира Путина от 7 мая 2024 года - [указ «О национальных целях развития до 2030 года и на перспективу до 2036 года»](#).

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ



Портрет современного рынка туризма в России (1/2)

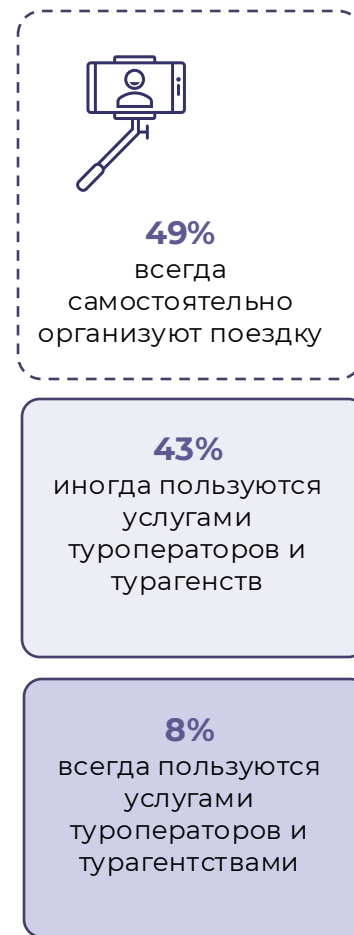
Сегмент предложения



Онлайн-сервисы на рынке туризма



Сегмент спроса



Прочие стейкхолдеры

- Государство
- Инвесторы
- Местные и отраслевые сообщества
- Образовательные и исследовательские организации

Портрет современного рынка туризма в России (2/2)

159 млн поездок

совершено российскими и иностранными туристами в пределах РФ в 2023 году

↑ выявлена тенденция роста

665 млн ночевок

совершено российскими и иностранными туристами в пределах РФ в 2023 году

↓ выявлена тенденция снижения среднего кол-ва ночевок в одной поездке

53%

доля турпотока с размещением в КСР в 2023 году

↓ выявлена тенденция снижения

47%

доля турпотока с размещением в других объектах размещения (краткосрочная аренда, родственники, палаточный отдых) в 2023 году

↑ выявлена тенденция роста

Ключевые драйверы рынка туризма в России:

- Рост внутреннего турпотока;
- Привлечение туристов из дружественных стран (упрощение визового режима с дружественными странами, среди них: Китай, Турция, Индия, Вьетнам, Таиланд, Египет, Республика Корея, Саудовская Аравия, ОАЭ, Малайзия);
- Внедрение цифровых технологий в сферу туризма (в том числе электронные визы);
- Рост популярности самостоятельной организации поездок;
- Расширение географии спроса и развитие туризма в регионах (открытие новых национальных туристических маршрутов по геопаркам в Республике Удмуртии, Камчатском крае, Мурманской и Калининградской областях)
- Развитие новых видов туризма (событийный, гастрономический, индустриальный, оздоровительный, активный и эко-туризм, этнический и др.)
- Развитие новых видов средств размещения (глэмпинги, избинги, капсульные отели и др.)

Перспективы современного рынка туризма в России

4,3 трлн рублей

валовая добавленная стоимость (ВДС)
туристической индустрии в 2023 году

15,6 трлн рублей

прогноз валовой добавленной стоимости (ВДС)
туристической индустрии в 2030 году

831 млрд рублей

оценочная доля сегмента проживания (без учета
сопутствующих услуг – питания, доп. услуги отелей и др.) на
рынке туризма в России в 2023 году (оценка методом
распределения затрат на поездку – с учетом данных
количественных исследований (всероссийские опросы) ЦСР)

Предполагается, что рост к 2030 г. будет обеспечиваться за счет:

- Роста сегментов Туризма: Транспорт, Питание, Развлечения/досуг, Прочие сегменты (CAGR 2023-2030 +19%), Проживание, вкл. КСР и РКА (CAGR 2023-2030 +22%);
- Основные обуславливающие факторы:
 - рост числа внутренних поездок (CAGR 2023-2030 +7%);
 - рост въездных поездок иностранных граждан (CAGR 2023-2030 +22%);
 - в сегменте проживания: рост средней стоимости проживания +10% в год в РКА и +11% в КСР, средней загрузки на 5% в год, количества объектов размещения +10% в год в РКА и +4% в КСР.

Для дальнейшего более детального изучения сегмента проживания мы предлагаем разделить его на два самостоятельных рынка:

- Рынок коллективных средств размещения – гостиницы и аналогичные им коллективные средства размещения (отели, мотели, хостелы, другие организации гостиничного типа) и специализированных коллективных средств размещения (санаторно-курортные организации, организации отдыха, туристские базы);
- Рынок краткосрочной аренды – квартиры, апартаменты, гостевые и частные дома.

Перспективы рынка коллективных средств размещения

585 млрд рублей

объем рынка КСР в России в 2023 году

- 1 117 414 – объем номерного фонда
- 39% – средняя загрузка* объектов в год
- 3 679 рублей – средняя стоимость суток (определяется по фактическим данным среднего чека – данные OTA и менеджеров каналов)

293 млрд рублей

доля OTA (оценки по данным экспертного опроса) (50%)

881 млрд рублей

ожидаемый объем рынка КСР в России в 2024 году

- 1 134 000 – объем номерного фонда
- 47% – средняя загрузка объектов в год
- 4 527 рублей – средняя стоимость суток

440 млрд рублей

ожидаемая доля OTA в 2024 году (50%)

2,3 трлн рублей

прогнозный объем рынка КСР в России в 2030 году

- 1 485 262 – объем номерного фонда
- 56% – средняя загрузка объектов в год
- 7 544 рублей – средняя стоимость суток

1,4 трлн рублей

прогнозная доля OTA в 2030 году (60%)

Предполагается, что рост в периоде до 2030 года будет обеспечиваться за счет:

- Роста номерного фонда на периоде 2024-2030 гг. в среднем на +5% (CAGR)
- Роста средней загрузки номеров на периоде 2024-2030 гг. в среднем на +3% в год
- Роста средней стоимости суток на периоде 2024-2030 гг. в среднем на +9% в год.

Важно отметить, что темпы роста, выявленные посредством сбора данных по ключевым представителям рынка КСР – ведущие OTA, профильные классифайды, менеджеры каналов – соответствуют заявленным темпам роста рынка и изучаемых сегментов в НП «Туризм и гостеприимство», а также макроэкономическим прогнозам ЦБ РФ.

Примечание: *Загрузка объектов размещения в России характеризуется существенными региональными отличиями – так, в локациях с высоким туристическим потоком средняя загрузка номерного фонда в год может превышать 80% (Краснодарский край, Калининградская область, Москва, Санкт-Петербург, Алтай, Дагестан и др.).

Перспективы рынка краткосрочной аренды

246 млрд рублей

объем рынка краткосрочной аренды
в России в 2023 году

- 318 000 – кол-во объектов
- 63% – средняя загрузка объектов в год
- 3 391 рублей – средняя стоимость суток (определяется по фактическим данным среднего чека – данные OTA и менеджеры каналов)

111 млрд рублей

доля OTA (оценки по данным

→ опроса ЦСР – доля респондентов, совершивших бронирование через OTA) (45%)

333 млрд рублей

ожидаемый объем рынка краткосрочной
аренды в России в 2024 году

- 365 700 – кол-во объектов
- 63% – средняя загрузка объектов в год
- 3 955 рублей – средняя стоимость суток

150 млрд рублей

ожидаемая доля OTA в 2024 году

(45%)

1,2 трлн рублей

прогнозный объем рынка краткосрочной
аренды в России в 2030 году

- 624 301 – кол-во объектов
- 80% – средняя загрузка объектов в год
- 6 590 рублей – средняя стоимость суток

856 млрд рублей

прогнозная доля OTA в 2030 году

(71%)

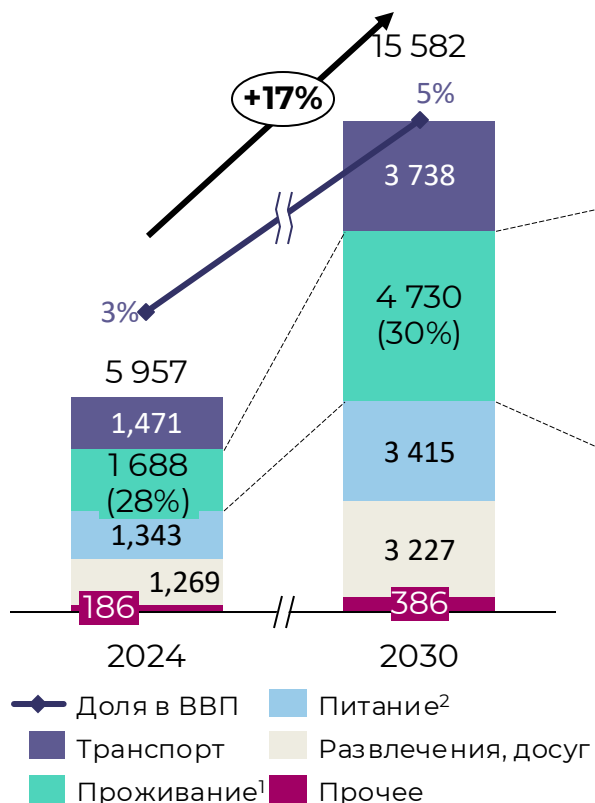
Предполагается, что рост в периоде до 2030 года будет обеспечиваться за счет:

- Роста числа объектов на периоде 2024-2030 гг. в среднем на +9% (CAGR)
- Роста средней загрузки объектов на периоде 2024-2030 гг. в среднем на +4% в год
- Роста средней стоимости суток на периоде 2024-2030 гг. в среднем на +9% в год

Важно отметить, что темпы роста, выявленные посредством сбора данных по ключевым представителям рынка КСР – ведущие OTA, профильные классифайды, менеджеры каналов – соответствуют заявленным темпам роста рынка и изучаемых сегментов в НП «Туризм и гостеприимство», а также макроэкономическим прогнозам ЦБ РФ.

Бенчмаркинг изучаемых рынков (1/2)

Рынок туризма, млрд руб.



Сегменты рынка проживания, млрд руб.



По данным Росстата общий размер сегмента проживания в КСР включает питание и доп. услуги в объектах КСР.

+17% Средние темпы роста рынка туризма за период 2024 – 2030 гг.

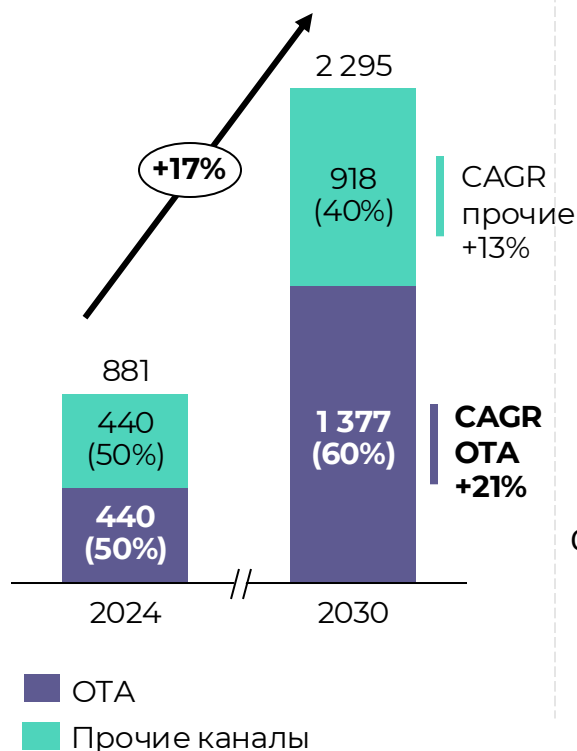
30% Доля сегмента проживания в туризме к 2030 году

Для корректного сопоставления тенденций на рынках КСР и КА ЦСР рекомендует проводить сравнительный анализ без учета сегмента питания и прочих услуг в КСР.

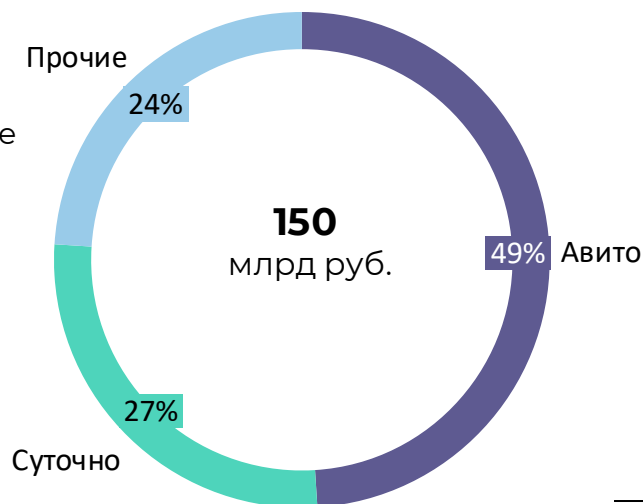
Результаты представлены на следующем слайде.

Бенчмаркинг изучаемых рынков (2/2)

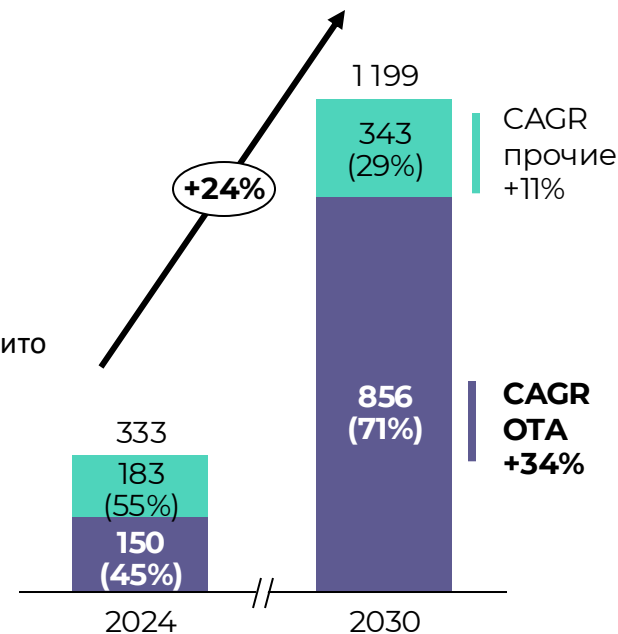
Рынок КСР, млрд руб.



Сегментация рынка краткосрочной аренды по основным ОТА: 2024 год, в %



Рынок КА, млрд руб.



Средние темпы роста рынков за период 2024-2030 гг.

- +24%** Рынок КА (РКА)
- +34%** Сегмент ОТА на РКА
- +17%** Рынок КСР
- +21%** Сегмент ОТА на рынке КСР

Рынок туризма: текущее положение дел на туристическом рынке России

Введение в проблематику

Рынок туристических услуг динамично развивается в условиях высокой зависимости от внешних факторов

Рост индустрии туризма является одним из приоритетов экономической политики России, который предусматривает комплексное развитие и благоустройство туристических территорий, а также развитие отдельных видов туризма и формирование туристического продукта с учётом природного, культурного, этнического разнообразия регионов России.

По предварительным данным, за январь-август 2024 года по России было совершено 118 млн поездок, что на 4% больше, чем за аналогичный период 2023 года. На состояние и развитие рынка влияет комплекс драйверов и барьеров:

Драйверы развития рынка туристических услуг в России

- Рост реальных доходов населения;
- Популяризация внутреннего туризма в России;
- Цифровизация туристического рынка;
- Улучшение туристической инфраструктуры и сервиса в регионах;
- Вовлечение в туризм различных социальных групп – развитие детского и молодежного туризма, туризма старшего поколения;
- Рост популярности туризма как способа проведения досуга (туризм выходного дня);
- Комплексная государственная поддержка отрасли;
- Усложнение выездных турпоездов в связи геополитической обстановкой и санкционным давлением (в частности сокращение количества направлений с прямым авиасообщением, ужесточение визовой политики, прекращение обслуживания карт российских банков и др.).

Барьеры развития рынка туристических услуг в России

- Высокая чувствительность отрасли к экономическим, геополитическим и социальным изменениям в стране;
- Несовершенство нормативно-правового регулирования туристской деятельности, в частности высокая бюрократизация процессов;
- Низкий уровень развития туристической инфраструктуры в регионах, в частности ее ресурсный дефицит в высокий сезон (при высокой загрузке);
- Ограниченное авиасообщение с рядом зарубежных стран;
- Недостаток кадров (в т.ч. высокой квалификации);
- Недостаточный уровень туристического позиционирования отдельных регионов.

РЫНОК В ЛИЦАХ: ОСНОВНЫЕ СЕГМЕНТЫ

Характерной особенностью рынка туристических услуг является значимость посреднического онлайн сегмента, который стимулирует развитие рынка и повышает прозрачность спроса и предложения.

Сегмент предложения

Туроператоры – юридические лица, которые формируют турпродукт как комплекс услуг по перевозке и размещению (и иных дополнительных услуг), оказываемых за общую цену.

Турагентства – юридические лица или индивидуальные предприниматели, которые занимаются продвижением и реализацией туристу сформированного туроператором турпродукта.

Субагенты (исполнители отдельных услуг):

- услуги размещения (коллективные средства размещения, индивидуальные средства размещения, включая объекты краткосрочной аренды жилья);
- транспортные услуги (авиа- и железнодорожные, круизные, автотранспортные компании, в т.ч. предоставляющие услуги аренды);
- услуги страхования (страховые агентства);
- предприятия общественного питания;
- индустрия развлечений (театры, музеи и др., экскурсионное обслуживание).

Сервисы и агенты рынка

Платформенные онлайн-сервисы для поиска и бронирования туристических услуг (агрегаторы услуг) – юридические лица, которые агрегируют турпродукты или отдельные услуги и распространяют их на онлайн-платформах.

Сервисы размещения объявлений (классифайды) – онлайн-площадки, на которых юридические или физические лица размещают информацию о предоставляемых ими туристских услугах.

Менеджеры каналов - программное решение для управления онлайн-продажами объектов размещения; менеджер каналов связывает систему управления объектом размещения (PMS) с онлайн-платформами, OTA; позволяет автоматически обновлять тарифы и наличие мест, а также данные о бронированиях на нескольких платформах одновременно

Физические лица, собирающие информацию о туристских услугах (блогеры, предприниматели).

Сегмент спроса

Туристы – отдельные люди и группы людей, имеющие туристские потребности и ресурсы для их удовлетворения, осуществляющие не менее одной ночевки:

- потребители готового туристского продукта;
- потребители, предпочитающие самостоятельное составление маршрута и приобретение отдельных туристских услуг.

Прочие стейкхолдеры

Государство как регулятор, занимающийся развитием туризма, устанавливающий правила и стандарты осуществления деятельности, а также поддерживающий (в т.ч. финансово) приоритетные задачи развития предложения в отрасли на федеральном и региональном уровнях.

Образовательные и исследовательские организации, которые занимаются подготовкой кадров для туристической индустрии, а также изучением рынка туризма.

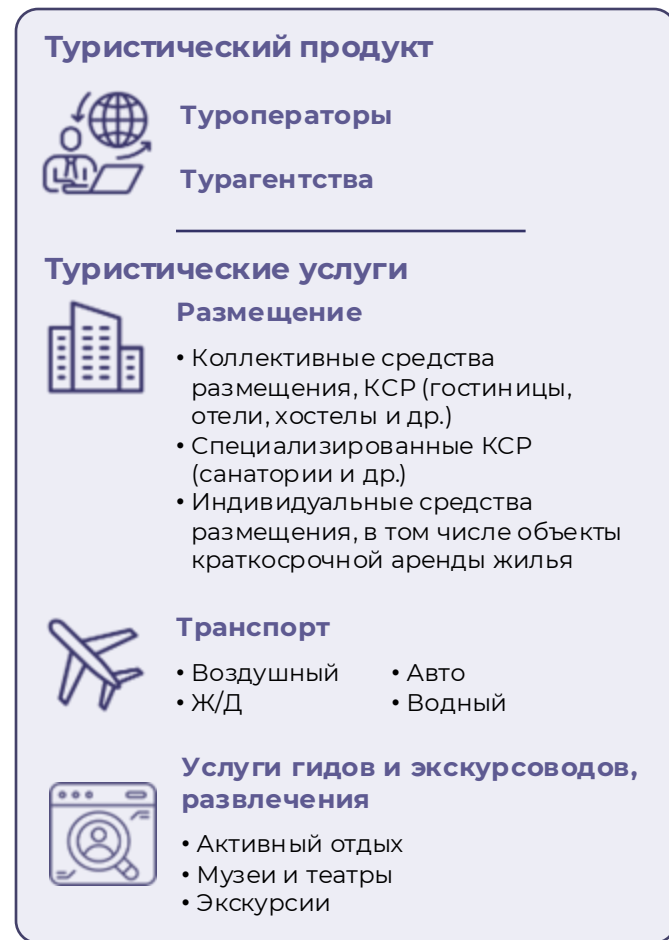
Инвесторы, финансирующие рыночных агентов.

Местные сообщества в регионах и населенных пунктах приема туристов.

Отраслевые общественные и профессиональные организации.

Рынок в лицах: карта стейкхолдеров

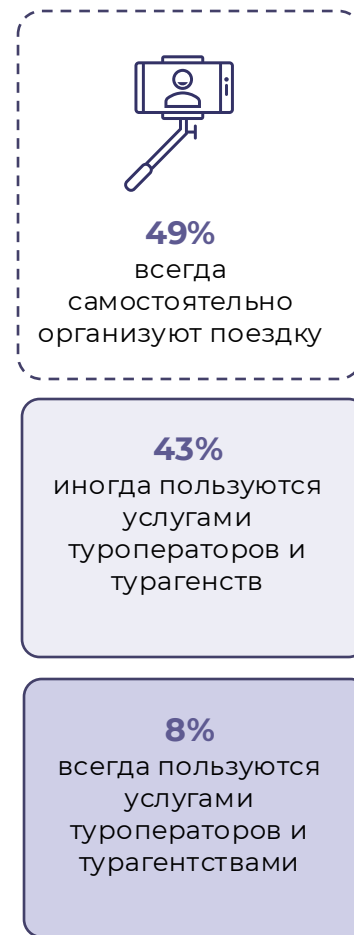
Сегмент предложения



Онлайн-сервисы на рынке туризма



Сегмент спроса



Прочие стейкхолдеры

- Государство
- Инвесторы
- Местные и отраслевые сообщества
- Образовательные и исследовательские организации

Рынок в лицах: сегмент спроса (1/2)

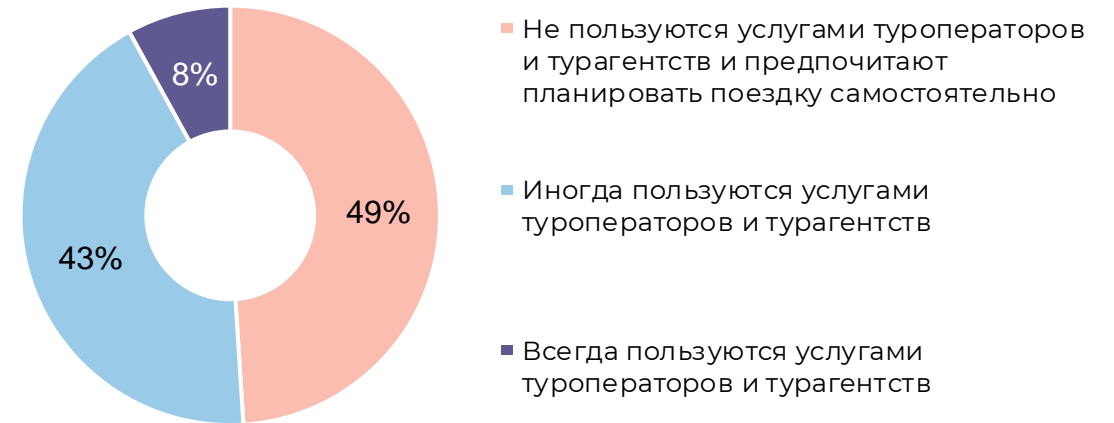
Половина россиян предпочитают планировать поездку самостоятельно

Сегмент спроса можно разделить по следующим параметрам:

- по гражданству и направлению турпоездки: иностранные граждане, составляющие въездной турпоток, и граждане РФ, осуществляющие турпоездки в пределах территории России и за границу;
- по способу организации турпоездки: потребители готового туристского продукта; потребители, предпочитающие самостоятельное составление маршрута и приобретение отдельных туристских услуг;
- по целям совершения выезда с места постоянного пребывания: от рекреационных и познавательных до прохождения лечения, семейных и бытовых нужд;
- по источникам финансирования: туристы, финансирующие поездки за счет собственных средств; туристы, поездки которых финансируются организацией (например, командировки или выезды творческих коллективов), туристы, чьи поездки частично или полностью финансируются государством (социальный туризм);
- по социально-демографическим характеристикам: полу, возрасту, месту постоянного проживания, семейному и трудовому статусу, материальному положению и др.;
- по интересам и предпочтениям.



Использование услуг туроператоров и турагентов среди россиян



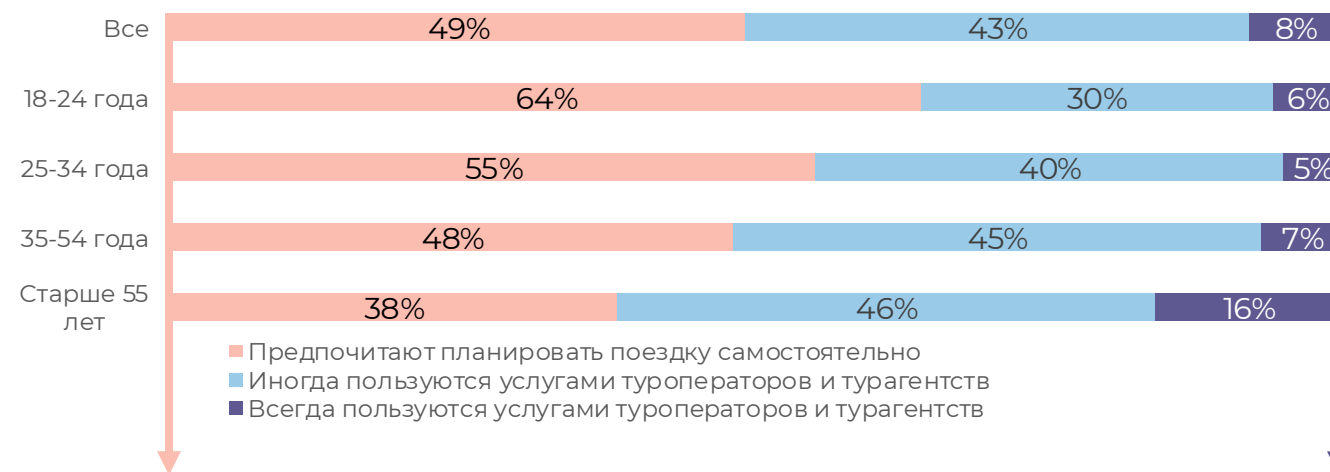
Каждый второй турист (49%) никогда не обращается за услугами туроператоров и турагентств, предпочитая самостоятельно составлять маршрут и бронировать размещение, транспортные услуги и др.

Противоположного мнения придерживаются лишь 8% туристов, которые при планировании турпоездок всегда пользуются услугами туроператоров и турагентств.

Рынок в лицах: сегмент спроса (2/2)

Самостоятельная организация турпоездок привлекает молодежь, а старшее поколение склонно приобретать готовые туры

Использование услуг туроператоров и турагентов среди россиян



Две трети молодежи в возрасте 18-24 лет (64%) не пользуются услугами туроператоров и турагентств, предпочитая самостоятельно организовывать турпоездки, в то время как в старшей возрастной группе от 55 лет аналогичного мнения придерживаются только 38% опрошенных. Туристы, самостоятельно планирующие турпоездки, ценят свободу принятия решений, низкую стоимость и возможность самостоятельно выбирать места для отдыха, опции и остановки. Три четверти таких туристов (73%) используют российские онлайн-сервисы для поиска информации и бронирования услуг.

В группе респондентов старше 55 лет всегда обращаются к туроператорам 16%, в то время как в младших группах такой способ организации турпоездок на постоянной основе выбирают 5-7%. Основными причинами обращения к туроператорам и турагентам являются удобство и наличие скидок и горящих туров.

Причины выбора самостоятельного планирования турпоездок:


1. Свобода принятия решений (72%);
2. Более низкая стоимость поездки (61%);
3. Возможность самостоятельно выбирать места для отдыха, опции и остановки (61%);
4. Возможность глубже погрузиться в культуру страны пребывания (30%);
5. Был негативный опыт, связанный с туроператорами / турагентами (6%).

Сервисы и источники информации при самостоятельном планировании

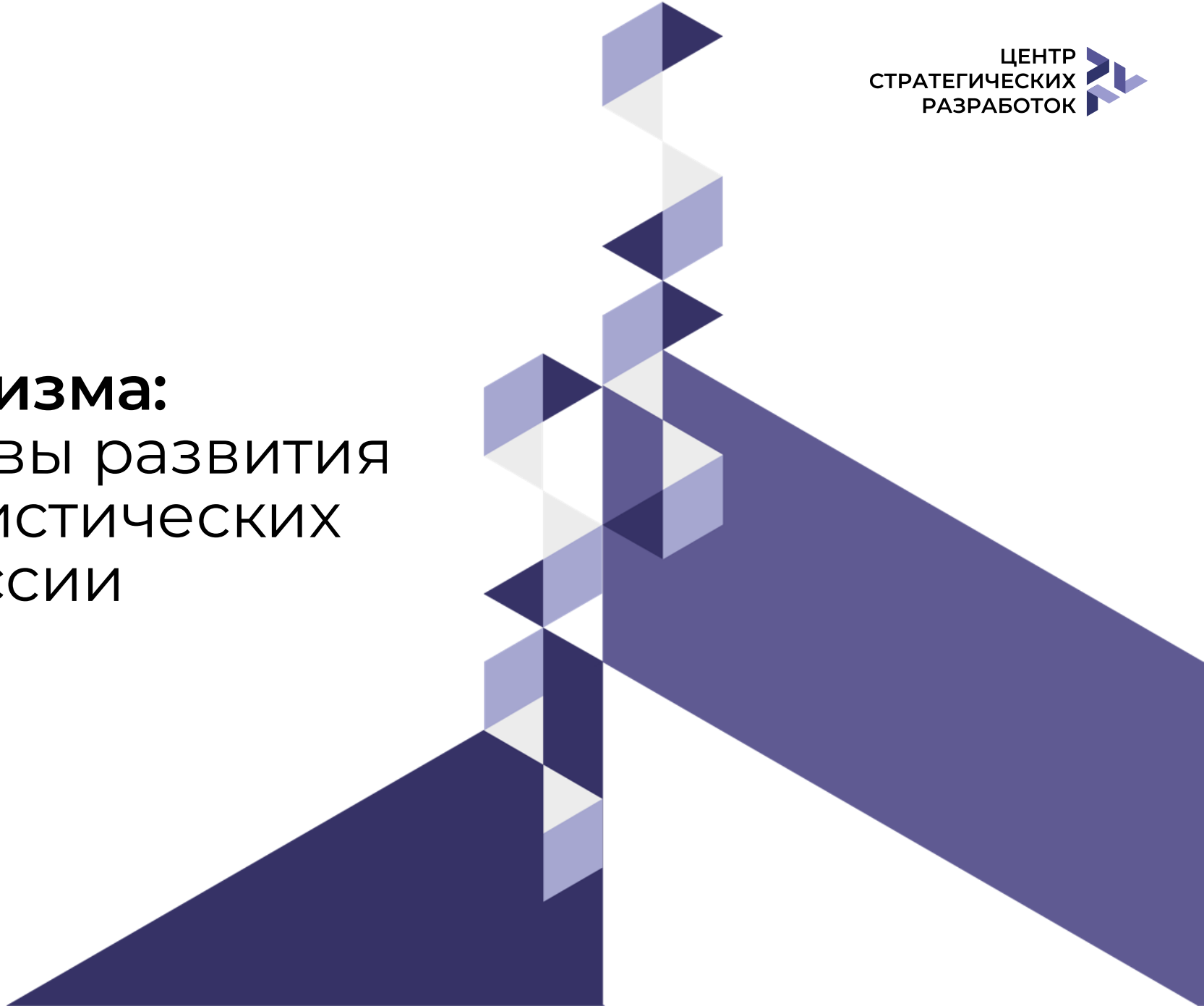


Причины выбора организации турпоездок через туроператора:

1. Удобно, не требует больших усилий (38%)
2. Скидки и горящие туры (31%)
3. Наличие организованного трансфера (26%)
4. Быстрота оформления тура и документов (23%)
5. Безопасность и надежность в случае форс-мажоров (22%)
6. Организованные экскурсии, посещение достопримечательностей (21%)
7. Наличие чартерных рейсов в основные направления (20%)
8. Компетентность и профессионализм (16%)



Рынок туризма: перспективы развития рынка туристических услуг в России



Тенденции развития рынка туристических услуг

Рынок туристических услуг имеет значительный потенциал для ускорения темпов роста и усиления роли в экономике России.

Рост внутреннего турпотока

Ассоциация туроператоров России (АТОР) прогнозирует увеличение внутреннего турпотока в 2024 году на 10-15%. Вице-премьер Чернышенко Д.Н. заявил, что к концу года число турпоездок ожидается около 92 млн.

Внедрения цифровых технологий в сферу туризма

Цифровизация отрасли стимулирует повышение эффективности, удобства и доступности туристических услуг для потребителей. Основными направлениями цифровизации в туризме являются:

- Онлайн-бронирование и оплата (упрощение процесса планирования поездки);
- Мобильные приложения, сервисы и чат-боты (информирование о туристических объектах и инфраструктуре);
- Искусственный интеллект (анализ данных о предпочтениях туристов, их поведении и потребностях, в результате чего создаются персональные рекомендации и предложения);
- Виртуальные туры и 3D-панорамы (привлечения туристов и повышение их осведомлённости о туристических местах).

Рост популярности самостоятельной организации поездок

На фоне распространения использования онлайн-сервисов для поиска и бронирования туристских услуг расширяются возможности самостоятельного планирования и организации поездок.

Расширение географии спроса и развитие туризма в регионах

Наблюдается рост интереса к региональным туристическим направлениям (например, Северный Кавказ, и др.); ожидается открытие новых национальных туристических маршрутов по геопаркам – в Республике Удмуртии, Камчатском крае, Мурманской и Калининградской области.

Распространение новых видов туризма

Топ-3 самых популярных вида туризма – культурно-познавательный, пляжный и отдых на природе (данные исследования Б1). В то же время развиваются и другие категории туризма, например, событийный, гастрономический, индустриальный, оздоровительный, активный и эко-туризм, этнический и др.

Развитие новых видов средств размещения

На фоне роста спроса на различные виды туризма, растет как количество средств размещения, так и их разнообразие (например, глэмпинги, избинги, капсульные отели и др.)

Привлечением туристов из дружественных стран

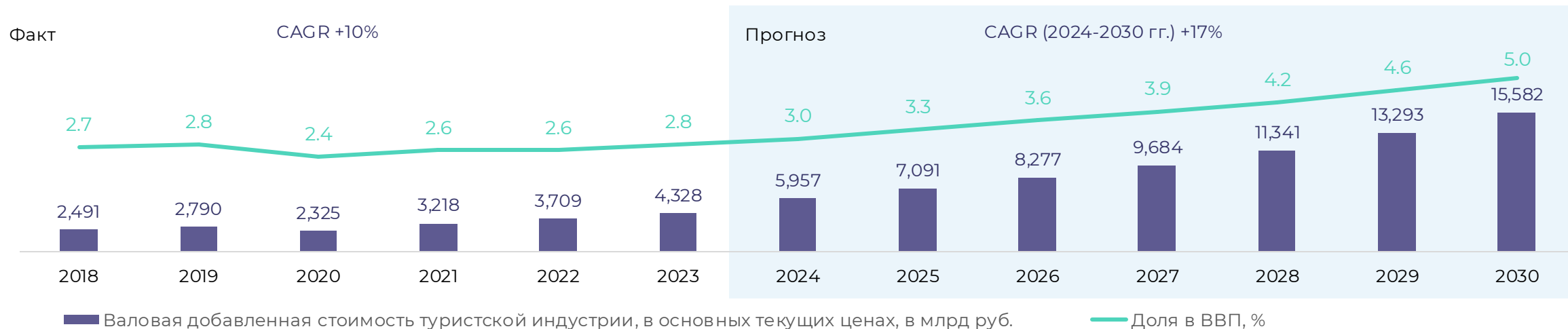
С целью продвижения российского туристического бренда за рубежом Правительство работает над упрощением визового режима с дружественными странами, среди них: Китай, Турция, Индия, Вьетнам, Таиланд, Египет, Республика Корея, Саудовская Аравия, ОАЭ, Малайзия.

Рост вклада туриндустрии в ВВП России

В 2021-2023 годах доля рынка туристических услуг в ВВП страны не превышала 2,8%. Ожидается, что к 2030 году этот показатель достигнет 5% в том числе за счет реализации программ господдержки туризма.

Рынок в цифрах: объем рынка

Среднегодовой темп роста валовой добавленной стоимости туристической индустрии прогнозируется на уровне 17% на период 2024 – 2030 гг.



Валовая добавленная стоимость (ВДС) туристической индустрии в 2023 году составила более 4 трлн рублей, что на 17% больше, чем в 2022 году. За 5 лет с 2018 года ВДС туристической индустрии увеличилась в 1,7 раза (со среднегодовым темпом роста в размере 10%).

В 2018-2023 годах доля рынка туристических услуг в ВВП страны не превышала 2,8%. Однако в соответствии с целевым показателем Национального проекта «Туризм и гостеприимство» к 2030 году доля рынка туристических услуг в ВВП России ожидается на уровне 5%. Среднегодовой темп роста рынка туризма в 2024-2030 гг. ожидается на уровне 17%.

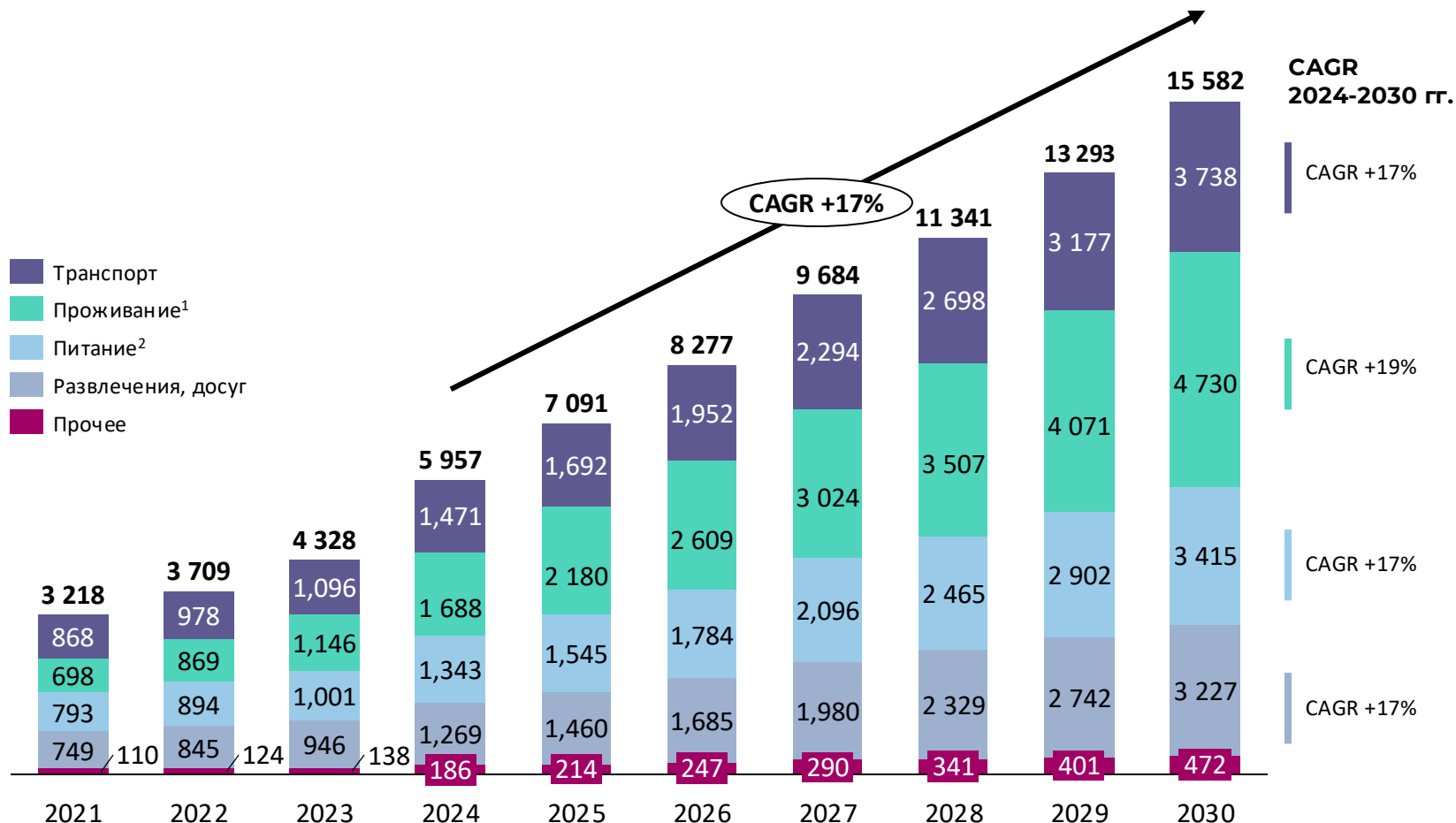
Предполагается, что рост к 2030 г. будет обеспечиваться за счет:

- Роста сегментов Туризма: Транспорт, Питание, Развлечения/досуг, Прочие сегменты (CAGR 2023-2030 +19%), Проживание, вкл. КСР и РКА (CAGR 2023-2030 +22%);
- Основные обуславливающие факторы:
 - рост числа внутренних поездок (CAGR 2023-2030 +7%);
 - рост въездных поездок иностранных граждан (CAGR 2023-2030 +22%);
 - в сегменте проживания: рост средней стоимости проживания +10% в год в РКА и +11% в КСР, средней загрузки на 5% (по CAGR) в год, количества объектов размещения +10% в год в РКА и +4% в КСР.

Рынок в цифрах: сегментация по структуре затрат поездки

Проживание как крупнейший сегмент рынка туризма будет расти ускоренными темпами

Динамика рынка туризма в сегментации: проживание, транспорт, питание и развлечения, млрд. рублей



Рынок туризма состоит из сегментов проживания, транспорта, питания и развлечения. По оценкам ЦСР, наибольшим сегментом является проживание (28%), наименьшим – развлечения и досуг (21%).

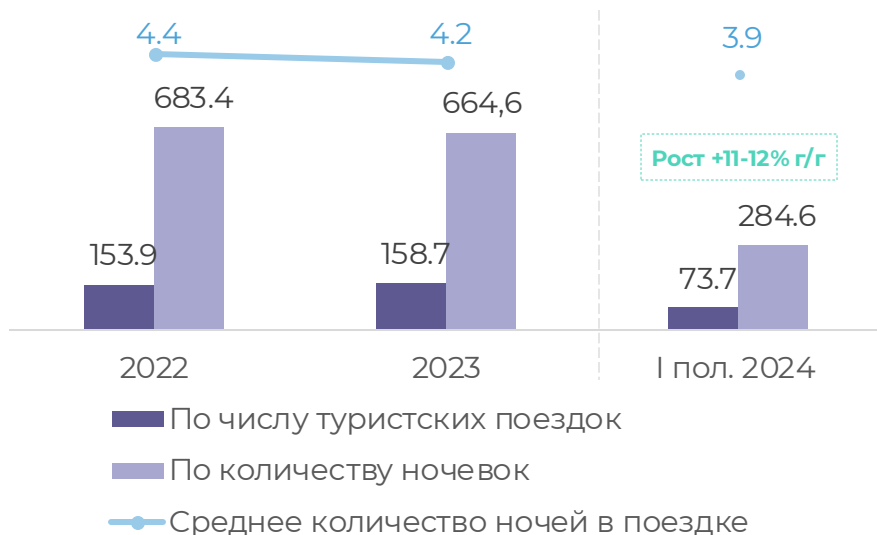
Согласно прогнозам ЦСР сегмент проживания останется крупнейшим и в 2024-2030 гг. и будет расти со среднегодовым темпом роста на уровне 19%, в то время как темп роста других сегментов будет на уровне 17%.

Примечание: ¹ Проживание в КСР (вкл. питание и доп. услуги в объектах КСР) и в объектах РКА, ² Питание в местах общественного питания (бары, кафе, рестораны и др.) за пределами объектов проживания. При оценках рынка КА и КСР питание и доп. услуги в соответствующих объектах не включаются – оценивается только сегмент проживания.

Рынок в цифрах: объем туристского потока (1/2)

В 2023 году в пределах России было совершено почти 159 млн туристских поездок

Объем турпотока в России, млн шт.

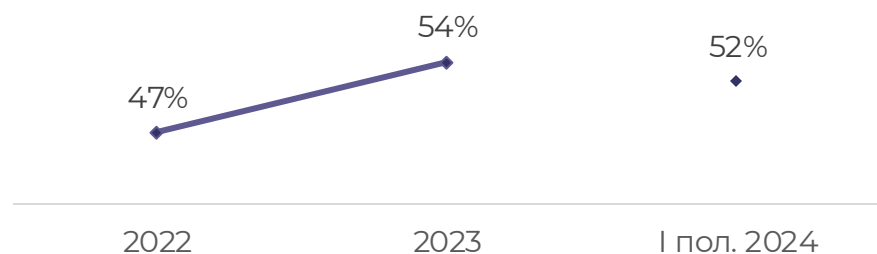


Туристский поток может оцениваться по числу туристических поездок и по количеству ночевков, совершенных российскими и иностранными туристами в пределах Российской Федерации. По данным Росстата, в 2023 году наблюдался рост турпотока по числу туристских поездок до 159 млн (+3% г/г), при одновременном снижении количества ночевков (на 3% г/г, с 683 до 665 млн), что указывает на сокращение средней продолжительности турпоездки (с 4,4 до 4,2 ночей в среднем).

Однако, в 2024 году в России наблюдается рост внутреннего туризма. В первой половине 2024 года было совершено почти 74 млн туристических поездок, что на 11% выше в сравнении с аналогичным периодом 2023 года. Количество ночевков в январе-июне 2024 года выросло на 12% г/г (всего почти 285 млн).

По предварительным оценкам Росстата, турпоток за 9 месяцев 2024 года составил 134,2 млн поездок, что на 3% больше аналогичного периода 2023 года. Среди них с размещением в КСР было совершено 65,6 млн турпоездок, что на 11% больше, чем за аналогичный период 2023 года – это является рекордным значением. Согласно прогнозам Минэкономразвития России, по итогам 2024 года число турпоездок по России с размещением в КСР достигнет 92 млн.

Доля турпотока с размещением в КСР



140 миллионов

целевой показатель числа туристических поездок
с размещением в объектах КСР к 2030 году

Рынок в цифрах: объем туристского потока (2/2)

Москва – ключевое туристическое направление, 13% туристических поездок по России приходится на столицу

Распределение турпотока по федеральным округам в 2023 г.

Федеральный округ	Число турпоездок, млн шт.	Динамика, 2022-2023
Центральный	51,7	+12%
Северо-Западный	29,7	+2%
Южный	27,4	-14%
Приволжский	17,7	+7%
Сибирский	11,9	+2%
Уральский	8,2	+3%
Дальневосточный	6,1	+13%
Северо-Кавказский	5,7	+13%

Туристский поток неравномерно распределяется по федеральным округам и субъектам Российской Федерации: треть всех турпоездок в 2023 году пришлась на Центральный федеральный округ (51,7 млн поездок, что на 12% больше, чем в 2022 году). В топ-3 округа-лидера по числу турпоездов также входят Северо-Западный федеральный округ (29,7 млн поездок, +2% г/г) и Южный федеральный округ (27,4 млн поездок, -14% г/г). Снижение турпотока в ЮФО обусловлено текущей геополитической обстановкой, в том числе опасениями туристов относительно безопасности пребывания, а также повышенными ценами на курортах и сложностями с логистикой.

Топ-10 регионов России по объему турпотока в 2023 г.

Регион	Число турпоездок, млн шт.	Динамика, 2022-2023
1. Москва	20,1	+19%
2. Краснодарский край	18,1	-21%
3. Московская область	16,6	-1%
4. Санкт-Петербург	11,8	+20%
5. Ленинградская область	8,8	-25%
6. Республика Татарстан	4,2	+7%
7. Ростовская область	3,4	+70%
8. Тверская область	3,2	+195%
9. Свердловская область	3,2	+2%
10. Республика Крым	3,2	-30%

На 10 регионов-лидеров приходится почти 60% всех турпоездок. Наиболее популярным регионом для посещения туристов является Москва – ежегодно спрос на данное туристическое направление увеличивается: по итогам 2023 года число поездок выросло на 19% относительно 2022 года и достигло 20,1 млн. В топ-3 региона-лидера также входят Краснодарский край (18,1 млн поездок, -21% г/г) и Московская область (16,6 млн поездок, -1% г/г). По итогам 2024 года АТОР ожидает увеличения турпотока по всем туристическим регионам, в особенности в Краснодарский и Ставропольский края, Калининград, Санкт-Петербург и Ленинградскую область.

Рынок в цифрах: выездной и въездной турпоток (1/2)

Поток иностранных туристов в Россию продолжает восстановление

Число выездных и въездных поездок, млн шт.



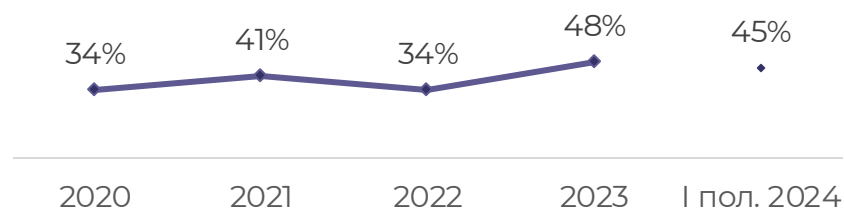
Число выездных туристских поездок граждан России традиционно превышает въездной турпоток в 2,5-3 раза. По итогам 2023 года, число выездных поездок превысило 25 млн, что на 13% больше, чем за 2022 год.

Поток иностранных туристов в Россию резко снизился в 2020 году после начала пандемии коронавируса и до сих пор не восстановился на фоне геополитической нестабильности и санкционного давления (в частности из-за сокращения количества направлений с прямым авиасообщением, невозможности использования в России карт иностранных банков и др.). По итогам 2023 года, число въездных туристических поездок в России осталось на уровне 2022 года и составило 8,2 млн.

В первом полугодии 2024 года наблюдается ускорение турпотока: было совершено почти 12 млн въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию, что на 16% выше в сравнении с аналогичным периодом 2023 года. Число выездных поездок увеличилось на 9% и достигло 4 млн.

По прогнозу Минэкономразвития РФ, поток иностранных туристов в Россию, которые в качестве объекта размещения выберут КСР, по итогам 2024 года вырастет на 20% по сравнению с 2023 годом — до 5,8 млн человек.

Доля въездных поездок с размещением в КСР



16 миллионов

целевой показатель числа въездных туристических поездок с размещением в объектах КСР к 2030 году

Рынок в цифрах: выездной и въездной турпоток (2/2)

Основной поток иностранных туристов в Россию направляется из стран ближнего зарубежья

Топ-10 стран по въездным турпоездам в 2023 г.

Страна	Число турпоездов, млн шт.	Динамика, 2022-2023
1. Казахстан	2,2	+33%
2. Таджикистан	0,8	+68%
3. Узбекистан	0,8	+127%
4. Абхазия	0,8	+14%
5. Китай	0,5	+1506% (в 15 раз)
6. Армения	0,4	+35%
7. Киргизия	0,3	+47%
8. Монголия	0,3	+81%
9. Азербайджан	0,3	+57%
10. Беларусь	0,2	+96%

В 2023 году иностранные граждане посещали Россию в основном из стран ближнего зарубежья (69% от всех въездных турпоездов).

Больше всего туристов в Россию в 2023 году приехало из Казахстана (2,2 млн поездок, +33% к 2022 году). Среди стран-лидеров по росту турпоездов можно выделить Китай (рост в 15 раз), а также Узбекистан и Беларусь (рост примерно в 2 раза).

Топ-10 стран по выездным турпоездам в 2023 г.

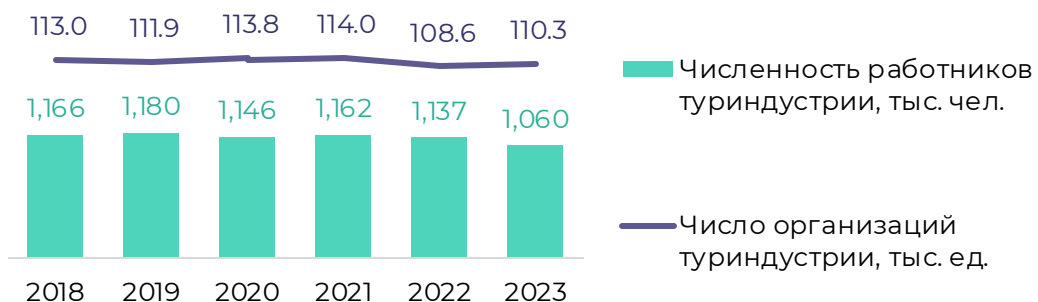
Страна	Число турпоездов, млн шт.	Динамика, 2022-2023
1. Абхазия	5,7	+5%
2. Турция	5,4	+16%
3. Казахстан	2,7	+10%
4. ОАЭ	1,7	+43%
5. Египет	1,2	+37%
6. Грузия	1,1	+29%
7. Армения	1,0	+33%
8. Таиланд	1,0	+390% (в 4 раза)
9. Китай	0,7	+4105 (в 40 раз)
10. Финляндия	0,6	-27%

Наиболее популярными у россиян направлениями выездного туризма в 2023 году стали Абхазия (5,7 млн поездок, +5% к 2022 году), Турция (5,4 млн, +16%) и Казахстан (2,7 млн, +10%).

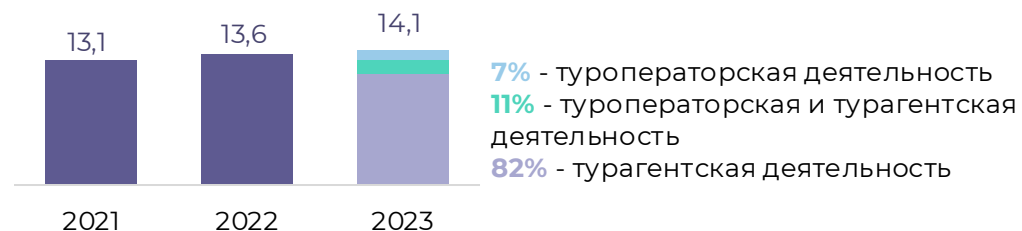
В лидерах роста по турпотoku оказались Китай и Таиланд (рост в 40 раз и в 4 раза соответственно).

Рынок в цифрах: численность организаций и работников

Количество организаций и работников туриндустрии**



Численность туристских фирм и направления их деятельности, тыс. компаний**



На конец 2023 года в России зарегистрировано более 110 тыс. организаций туриндустрии***, в которых занято более 1 млн официально зарегистрированных работников. За год численность организаций увеличилась на 2%, в то время как число занятых, наоборот, снизилось на 7%. Средняя численность работников в организациях туриндустрии составляет порядка 10 человек.

Согласно национальному проекту «Туризм и гостеприимство», потребность в дополнительных кадрах в туриндустрии составляет 400 тыс. человек, из которых 320 тыс. – работники КСР.

Общая численность туристских фирм в 2023 году составила 14,1 тыс. компаний. Распределение направлений их деятельности за последние 3 года относительно стабильно: подавляющее большинство (82%) занимается исключительно турагентской деятельностью (продвигает и реализует турпродукты, сформированные туроператором), 7% фирм занимаются только туроператорской деятельностью (формируют турпродукты), а 11% – совмещают оба направления.

* без учета субъектов малого предпринимательства, а также самозанятых работников в сфере туризма; ** без учета статистической информации по Донецкой Народной Республике (ДНР), Луганской Народной Республике (ЛНР), Запорожской и Херсонской областям; *** собирабельная группировка по ОКВЭД2, вид экономической деятельности «Туризм»

Источники: Росстат. Отдельные показатели деятельности организаций туриндустрии. 2023; Росстат. Турфирмы. 2023; Национальный проект «Туризм и гостеприимство». 2024.

Меры поддержки рынка туристических услуг (1/2)

Государство активно поддерживает туристическую отрасль

С 2020 года в России в рамках государственной программы «Развитие туризма» стали выделяться средства для поддержки туристической отрасли на ежегодной основе. В рамках Национального проекта «Туризм и гостеприимство» на период с 2025 по 2030 годы планируется реализовать комплекс мер, направленных на улучшение инфраструктуры, повышение качества туристического сервиса, укрепление безопасности путешествий и увеличение вклада сферы туризма в ВВП страны.

Финансирование сферы туризма до 2030 года

В 2023 году на все программы поддержки туризма в РФ было выделено 52,8 млрд руб., что на 15% больше, чем в 2022 году (45,9 млрд руб.).

Исходя из утвержденных на 2024 год бюджетов отдельных федеральных проектов, можно ожидать до 10% увеличения суммы поддержки к концу года.

Всего до 2030 года из федерального бюджета на поддержку сферы туризма будет направлено 444,9 млрд руб., которые распределятся между 5 федеральными проектами:

- «Создание номерного фонда, инфраструктуры и новых точек притяжения» (308,9 млрд руб.);
- «Пять морей и озеро Байкал» (103 млрд руб.);
- «Производство отечественной продукции для туристской индустрии» (12 млрд руб.);
- «Туристическая привлекательность страны» (16,6 млрд руб.);
- «Кадры для туризма» (4,4 млрд руб.).

Развитие туристического потенциала регионов

В 2023 году 11 регионов России получили субсидирование в рамках федерального проекта «Развитие туристической инфраструктуры» на строительство доступных для гостей объектов притяжения, достопримечательностей и природных мест (Кузбасс, Пермский и Приморский края, Воронежская, Челябинская области и другие субъекты).

С 2024 года регионы также получают единую субсидию (6,2 млрд руб.), которая предоставляет возможность использовать средства на приоритетные направления развития туризма по усмотрению региона. До конца текущего года планируется провести конкурс по единой субсидии регионам на туризм на три года с 2025 по 2027 гг.

Планируется, что субъекты на этот период получат еще 27 млрд рублей. Таким образом, ежегодный объем такой субсидии будет увеличен более чем на треть, а увеличение сроков реализации поддержанных проектов даст возможность комплексно подойти к развитию туризма на конкретных территориях.

В рамках федерального проекта «Пять морей и озеро Байкал» также предусматривается развитие региональных территорий и создание круглогодичных курортов, улучшение дорожной и создание обеспечивающей инфраструктуры.

Меры поддержки рынка туристических услуг (2/2)

Государство активно поддерживает туристическую отрасль

Строительство новой туристической инфраструктуры

В 2023–2024 годах по сравнению с 2022 годом среди мер поддержки больше всего было выделено средств в рамках программ софинансирования строительства инфраструктуры (для проектов совместных с Туризм.рф) — 10 млрд руб., что составляет 19% от общей суммы госпрограммы «Развитие туризма».

Среди других мер поддержки лидирует субсидия на модульное строительство/глэмпинги (3,8 млрд руб.) и субсидии в рамках Программы развития туристической инфраструктуры («Туризм и индустрия гостеприимства») — 3,1 млрд руб. Кроме программы софинансирования строительства инфраструктуры ускоренный рост наблюдается в программе субсидирования сельского туризма «Агротуризм» — с 300 млн руб. в 2022 году до 700 млн руб. в 2024 году.

Подготовка кадров

К 2030 году планируется увеличить численность занятых в сфере на 36% (с 1,1 млн до 1,5 млн чел.). С этой целью создаются условия для переподготовки и воспроизводства специалистов всех уровней: открываются образовательные центры на базе университетов и организаций, проводятся конкурсы профессионального мастерства.

В период 2025–2030 гг. также планируется реализация образовательных программ по подготовке региональных команд в 89 субъектах РФ и введение 90 образовательных продуктов в рамках практико-ориентированного обучения по формированию международных туристских продуктов и их продвижения на зарубежные рынки.

Производительность труда в туризме

В марте 2024 года национальный проект «Производительность труда» был расширен на туристическую сферу. Участником проекта может стать компания туристической отрасли, выручка которой превышает 180 млн рублей в год. В проекте уже участвуют 33 гостиницы в 10 субъектах.

Поддержка малого и среднего бизнеса в туризме

Льготные кредиты в рамках совмещенной «Программы стимулирования кредитования» и Программы 1764 под льготную ставку в течение 5 лет направлены на инвестиционные цели, в том числе на строительство и реконструкцию отелей. За 2023 год компании туристической отрасли получили 59 млрд рублей льготных кредитов, что на 64% больше показателя предыдущего года.

Регионами-лидерами по объему привлеченного финансирования стали Москва (8,7 млрд рублей), Краснодарский край (3,9 млрд рублей), Новосибирская область (3,5 млрд рублей).

Еще один механизм, направленный на поддержку МСП в туризме, - предоставление гарантий и поручительств. За предыдущий год малый и средний бизнес привлек более 37 млрд рублей в рамках поручительств Национальной гарантийной системы (НГР), в том числе 11 млрд рублей на строительство новых объектов размещения и расширения номерного фонда.

Рынок коллективных средств размещения в России

Общее положение дел на рынке КСР

Рынок коллективных средств размещения демонстрирует высокий уровень адаптивности: он остается сильным и привлекательным для инвестиций даже в условиях внешних шоков последних пяти лет. По данным консалтинговой компании IBC Real Estate в I квартале 2024 года доля вложений в гостиничную недвижимость в общем объеме инвестиций стала рекордной с 2015 года и достигла 11%. В абсолютных значениях объем транзакций за январь-март составил 9,2 млрд руб., причем все сделки были закрыты между российскими компаниями.

Несмотря на уход иностранных гостиничных операторов, рынок продолжает активное развитие, наращивание номерного фонда и улучшение качества гостиничных объектов.

Рынок коллективных средств размещения является одним из приоритетов для государства, что находит свое отражение в национальных проектах. Государственная поддержка не только позволяет рынку развиваться, но и делает его привлекательным для непрофильных игроков. Усиление конкуренции и коллаборации с застройщиками жилой недвижимости расширяет разнообразие форматов гостиничных объектов (например, распространение апартаментов) и становится дополнительным драйвером развития рынка.

После ухода зарубежных платформенных сервисов размещения (Airbnb, Booking) отрасль повторно цифровизируется в сотрудничестве с российскими платформами.

Рынок остается зависимым от общеполитической и экономической ситуации: рост издержек на строительство новых объектов вместе с геополитической неопределенностью являются основными барьерами его развития.

Драйверы развития рынка коллективных средств размещения в России

- Развитие внутреннего туризма
- Расширение форматов гостиничных объектов (кемпинги, глэмпинги, апартаменты)
- Государственная поддержка и рост инвестиций в отрасль
- Коллаборации с непрофильными игроками (застройщики жилой недвижимости, банки)
- Цифровизация и платформизация спроса и предложения
- Дефицит объектов размещения

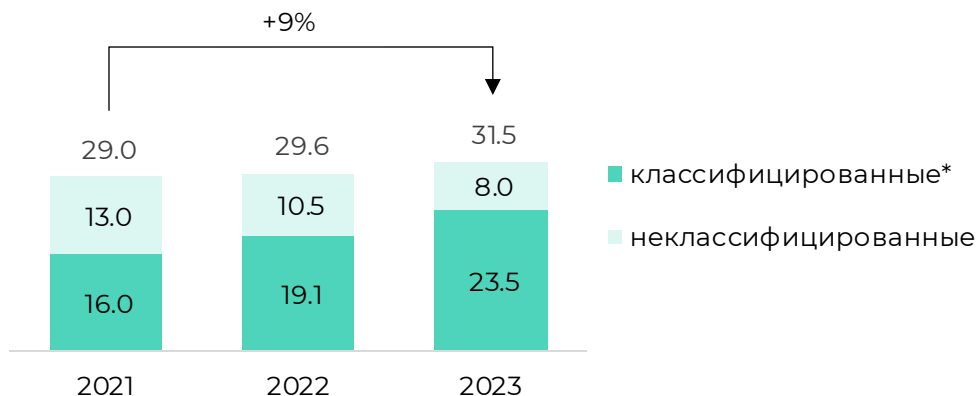
Барьеры развития рынка коллективных средств размещения в России

- Геополитическая неопределенность
- Ограниченное авиасообщение с рядом зарубежных стран
- Снижение активности зарубежных гостиничных сетей
- Высокая ключевая ставка ЦБ, дорогое кредитование и высокие издержки на строительство новых объектов
- Дефицит кадров
- Бюрократизация отрасли

Количество коллективных средств размещения

К 2027 году планируется классифицировать 100% номерного фонда коллективных средств размещения

Количество коллективных средств размещения, тыс. шт.

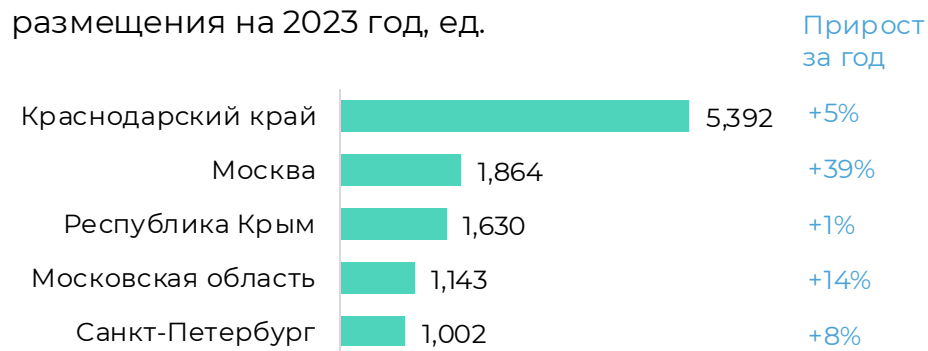


На 2023 год в России насчитывается более 30 тыс. коллективных средств размещения, большая часть из которых – классифицированные объекты (75% имеет присвоенную звездность). С 2021 года численность коллективных средств размещения в России увеличилась на 9%.

В рамках национального проекта «Туризм и гостеприимство» к 2027 году планируется классифицировать весь номерной фонд коллективных средств размещения.

По состоянию на конец 2023 года больше всего гостиничных объектов зарегистрировано в Краснодарском крае – 5,4 тысяч (+5% за год), далее следует Москва с 1,8 тысяч гостиниц, хостелов, домов отдыха, прирост которых за год в столице составил 39%.

Топ-5 регионов по количеству коллективных средств размещения на 2023 год, ед.



Наиболее активный прирост за 2023 год количества коллективных средств размещения наблюдается в южных республиках: Дагестан (+82%), Республика Адыгея (+28%), Чеченская республика (+20%), Кабардино-Балкарская республика (+19%), Республика Калмыкия (+19%), а также в Мурманской области (+20%). Рост предложения в этих направлениях связан с ростом внутреннего туризма и увеличением популярности отдыха в направлении регионов Северного Кавказа.

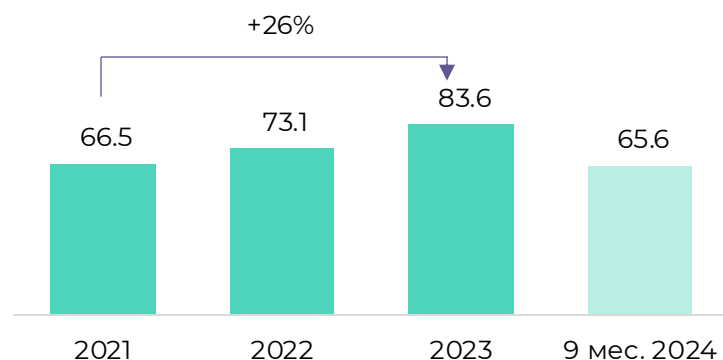
По данным МТС Travel, на сентябрь 2024 года отмечается рост ранних новогодних бронирований объектов размещения в южных регионах относительно зимнего периода 2023 года: Карачаево-Черкесия (+10%), Ингушетия (+6%), Кабардино-Балкария (+5%). На интерес туристов также влияет активное развитие системы горнолыжных курортов Северного Кавказа.

*Классификация коллективных средств размещения – процедура, включающая проведение оценки соответствия гостиниц и других средств размещения требованиям, установленным в Системе, и аттестацию их на соответствующую категорию («пять звезд», «четыре звезды», «три звезды», «две звезды», «одна звезда», «без звезд»).

Численность размещенных лиц в КСР

В 2023 году в гостиницах разместились более 83 млн человек

Численность размещенных лиц в объектах КСР, млн чел



По данным Росстата, численность размещенных лиц в объектах КСР за последние два года выросла на 26% и за 2023 год составила более 83 млн туристов. За 9 месяцев 2024 г. численность размещенных лиц составила 65,6 млн туристов, что на 11,1% больше аналогичного периода прошлого года.

Лидером по количеству размещенных туристов в объектах КСР является Москва – в 2023 году здесь разместилось 12 млн человек. Несмотря на рекордное количество гостиниц в Краснодарском крае, в несколько раз превышающее их число в любом другом регионе России, здесь в 2023 году было размещено только 10 млн туристов, что на 2 млн меньше, чем в Москве.

Топ-5 регионов по числу размещенных туристов за 2023-2024 гг., млн чел.

Прирост к АППГ

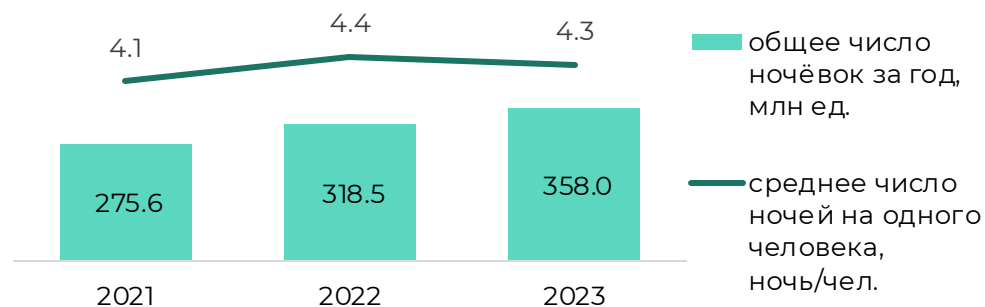


Также в топ-5 по числу размещенных туристов входит Санкт-Петербург, где в гостиницах и отелях в 2023 году остановилось 6,2 млн туристов, Московская область (5,8 млн) и Республика Татарстан (2,8 млн). За 9 месяцев 2024 года 5ка регионов-лидеров не изменилась.

Количество ночевков в КСР

На рынке коллективных средств размещения наблюдается тенденция роста спроса

Число ночевков и среднее количество ночей в КСР



Структура затрат на поездку и средние расходы на проживание в КСР, руб.



Среднее количество ночей, проведенных постояльцами в коллективных средствах размещения за 2023 год, по данным Росстата, составляет 4,3 ночи.

Общее число ночевков за последние два года увеличилось на 30% и составило 358 млн в 2023 году. Отметим, что на рынке коллективных средств размещения темпы роста спроса опережают темпы роста предложения: если число ночевков за два года увеличилось на 30%, то номерной фонд показал динамику только в 9%. В тоже время несколько снижается среднее число ночей на одного человек (с 4,4 в 2022 году до 4,3 в 2023 году).

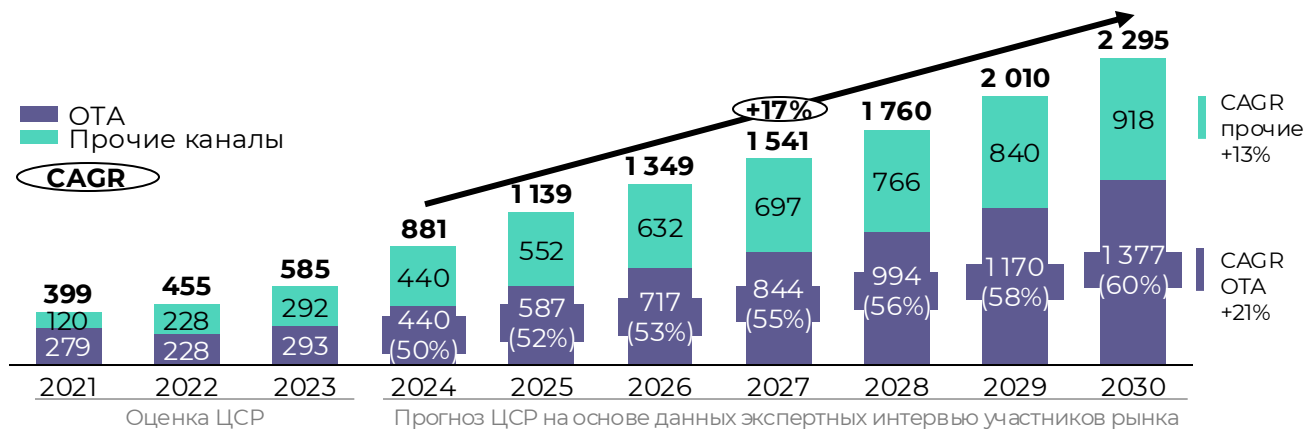
В целом, вышеперечисленные тенденции формируют благоприятный фон для роста загрузки объектов КСР – так, по оценкам Минэкономразвития в 2023 году загрузка КСР составляла на уровне 39% и на период до 2030 года имеется потенциал к росту данного показателя до 55+%. «Мы видим большой потенциал в том, чтобы загружать круглогодично тот номерной фонд, который уже есть. Хотя он безусловно нуждается в реновации и плановом ремонте. Тем не менее, необходимо выйти на загрузку номерного фонда 50+. Это минимальный уровень, в котором номерной фонд будет работать с рентабельностью», Д.С. Вахруков, замминистра экономического развития Российской Федерации.

По данным Центра стратегических разработок, в 2023 году средняя стоимость проживания в сутки на одного человека в коллективном средстве размещения составила почти 4 тыс. рублей, что занимает 31% в структуре общих расходов за поездку (почти 27 тыс. рублей за всю поездку). Средние затраты туриста, останавливающегося в коллективном средстве размещения на день составляют почти 13 тыс. рублей в сутки.

Перспективы развития рынка КСР до 2030 года

Уже в 2025 году рынок КСР может превысить 1 трлн рублей

Объем рынка КСР и его динамика до 2030 года, млрд рублей



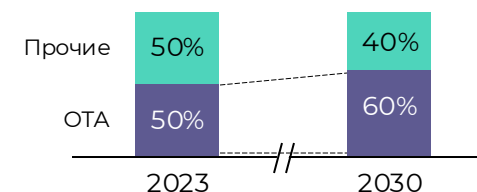
Рынок коллективных средств размещения имеет высокий потенциал к росту: если в 2023 году его объем по оценкам ЦСР составлял около 585 млрд руб., то к 2030 году ожидается трехкратный рост объема этого рынка.

По прогнозам ЦСР (основанным на данных от ведущих OTA, профильных классифайдов, менеджеров каналов, которые в свою очередь соответствуют заявленным темпам роста рынка и изучаемых сегментов в НП «Туризм и гостеприимство», а также макроэкономическим прогнозам) объем рынка коллективных средств размещения в денежном эквиваленте в период 2024-2030 гг. будет расти в среднем на 17% в год и к 2030 году может составить ~ 2,3 трлн руб. При этом сегмент OTA будет расти ускоренными темпами на уровне 21% в год, тогда как альтернативный сегмент (офлайн каналы, продажи через сайты объектов, социальные сети и др.) в среднем на 13% ежегодно. Подробнее о сегменте OTA на рынке КСР на следующем слайде.

Примечание: *Загрузка объектов размещения в России характеризуется существенными региональными отличиями – так, в локациях с высоким туристическим потоком средняя загрузка номерного фонда в год может превышать 80% (Краснодарский край, Калининградская область, Москва, Санкт-Петербург, Алтай, Дагестан и др.); что подтверждает необходимость создания новых средств размещения, а также формирования новых туристических маршрутов.

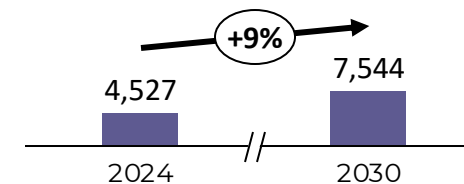
Формирующие рынок факторы

Структура бронирований в КСР



К 2030 году 60% сделок будут совершаться через OTA

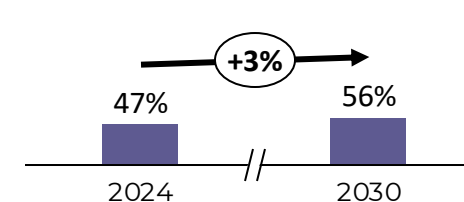
Средний чек за сутки, руб.



Пик роста цен приходится на период 2024-2025 гг.:

- 2025 +20%, 2026 +10%, 2027-2030 гг. +6% в год

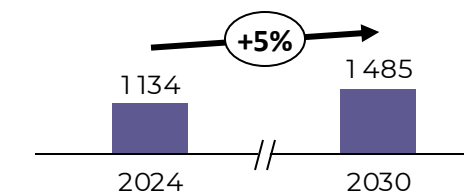
Средняя загрузка (*), %



Рост загрузки объектов сдерживается ростом цен:

- 2025-2030 гг. +3% в год

Количество номеров, тыс.



Рост количества номеров обеспечат крупные инфраструктурные проекты:

- +4,6% в год в среднем за период

Рынок краткосрочной аренды



Общее положение дел на рынке КА

За последние три года рынок краткосрочной аренды существенно укрепил свою позицию полноценного элемента рынка туризма в России. Важно отметить, что данная тенденция происходит естественным путем – посредством повышения интереса потребителей к альтернативным объектам размещения.

Соответственно, рынок краткосрочной аренды обеспечивает новыми возможностями население, удовлетворяя запрос на доступные и разнообразные объекты размещения, в том числе в малых и удаленных населенных пунктах, а также дает новые возможности для развития бизнеса, особенно в условиях, когда посуточная аренда приносит доходность выше долгосрочной или является основным источником дохода.

В тоже время, пересечение интересов множества стейкхолдеров, обуславливает определенные сдерживающие рост факторы, среди которых можно выделить законодательную неопределенность, высокую долю серого рынка. Однако высокая вовлеченность государства и бизнеса в развитие рынка позволяет их преодолевать: с 3 апреля 2024 года вступил в силу закон, регулирующий вопросы краткосрочного найма жилья, также ожидается принятие закона о регулировании деятельности гостевых домов.

Драйверы развития рынка краткосрочной аренды в России

- Цифровизация и платформизация спроса и предложения
- Рост мобильности населения и развитие внутреннего туризма (рост турпотока и числа направлений, развитие туризма выходного дня)
- Рост инвестиций граждан в жилье для сдачи в краткосрочную аренду
- Разнообразие вариантов размещения и широкий ценовой диапазон
- Рост уровня сервиса
- Использование бесконтактных технологий для заселения
- Дефицит объектов размещения

Барьеры развития рынка краткосрочной аренды в России

- Геополитическая неопределенность
- Кратный рост ипотечной ставки
- Рост себестоимости содержания объектов
- Развитый рынок нелегальной аренды жилья
- Отсутствие четкого законодательного регулирования
- Риски бюрократизации процедуры регистрации жилья для сдачи в аренду
- Недоверие со стороны потребителей, опасения по поводу мошенничества

Тенденции на рынке краткосрочной аренды (1/5)

Рост спроса на посуточную аренду

Эксперты рынка и представители различных ОТА отмечают заметный рост спроса на посуточную аренду за 2024 год. Так, платформа «Авито Путешествия» говорит о том, что с мая по июнь 2024 года спрос на посуточную аренду квартир увеличился на 30%. По данным сервиса «Островок», количество бронирований размещения в апартаментах в январе – августе 2024 года увеличилось на 31% в сравнении с предыдущим годом.

С учетом роста турпотока внутри страны посуточная аренда становится все более востребованной. Ценовой фактор становится определяющим в выборе потребителем объекта размещения, в частности, на фоне роста стоимости перелетов и сложностей с железнодорожными билетами в пиковые периоды. Частное размещение также рассматривается как более приоритетное семьями, у которых двое и более детей, а также автомобилистами. Важно отметить, что эта тенденция распространяется и на b2b сегмент, где эксперты также отмечают рост спроса на посуточную аренду.

«Действительно спрос на КА растет, при этом наблюдается небольшой переток бронирований из КСР в квартиры и апартаменты. Это связано с ростом среднего чека в отелях, особенно в топовых локациях. Корпоративные клиенты начинают смотреть в сторону посуточной аренды, так как стоимость размещения в гостинице уже не всегда вписывается в их бюджеты на командировки. Самостоятельные туристы, особенно путешествующие с семьей, все чаще выбирают апартаменты по той же причине – им выгоднее снять для отдыха квартиру. Это дешевле, они получают большую площадь, на которой удобнее разместиться с детьми, они могут самостоятельно готовить еду, стирать одежду и т.п. Разумеется, на рост интереса к КА влияет и общий рост внутреннего туризма. Количество КСР не может увеличиваться с той же скоростью, и нехватку номеров в гостиницах компенсируют квартиры».

Марина Гончаренко, исполнительный директор Bronevik.com

«Гости часто отдают предпочтение в поездках квартирам и апартаментам. Это обусловлено тем, что зачастую это выгоднее, особенно если планируется отдых с семьей или компанией. В квартире больше приватности. Есть стиральная машинка, собственная кухня, поэтому можно готовить самостоятельно, что также позволит сэкономить в поездке, также при аренде квартиры зачастую удобнее с парковкой. Кроме того, в отличие от отелей, частное жильё есть во всех населенных пунктах, даже самых маленьких и во всех районах крупных городов. Из-за региональной специфики, в некоторых регионах ограниченное количество КСР, поэтому апартаменты и квартиры пользуются большей популярностью - например, Алтай, Карелия, Краснодарский край или Дагестан».

Юрий Кузнецов, основатель Суточно.ру

Тенденции на рынке краткосрочной аренды (2/5)

Увеличение предложения на посуточную аренду

Объем предложения квартир в краткосрочную аренду в городах-миллионниках России в августе 2024 года достиг 100,7 тыс. лотов, увеличившись за год на 36%, за два года — на 80%, отмечают эксперты «ЦИАН.Аналитики». Согласно аналитики «Суточно.ру», в России в 2024 году в краткосрочную аренду сдается около 300 тыс. объектов, что на 25% больше, чем годом ранее. Кроме того, эксперты отмечают развитие рынка КА в регионах, где есть ряд ограничений на строительство КСР.

Также в сегменте предложения отмечается не только увеличение числа лотов, но и расширение типологии предлагаемых объектов размещения. Арендодатели готовы сдавать не только квартиры или апартаменты, но и активно предлагают новые виды жилья, например, дачи.

На рынок краткосрочной аренды также начинают выходить объекты в новостройках, которые покупались по льготным ипотечным программам. В свою очередь это положительно сказывается на качестве объектов размещения, при этом также является значимым фактором роста цен в сегменте краткосрочной аренды.

«Мы проанализировали данные по бронированиям 90 000 квартир и апартаментов, подключенных к нашему сервису и видим рост средней стоимости суток на 15%, что соответствует реальной инфляции. Традиционно рынок краткосрочной аренды характеризуется большим количеством игроков благодаря низкому порогу входа и наличию нескольких бизнес-моделей взаимодействия с собственниками - субаренда, доверительное управление. Однако в 2024 году выросла ключевая ставка ЦБ, а также ужесточились требования при ипотечном кредитовании, что препятствует выходу на рынок новых игроков. Поэтому мы ожидаем, что средняя стоимость суток к 2030 году вырастет примерно на 30%»

Илья Формальский, директор по развитию бизнеса RealtyCalendar

Источники: Коммерсантъ. [Инвесторы заработали посуточные](#). 2024; Коммерсантъ. [Квартирный спрос не испортил их](#). 2024; Строительная газета. [В России более чем на треть выросло предложение посуточной аренды дач](#). 2024.

Рост цен на посуточную аренду

Платформенные онлайн-сервисы по поиску и бронированию жилья, такие как Островок, Суточно.ру и OneTwoTrip, отмечают рост цен в сегменте краткосрочного размещения: стоимость проживания в квартирах и апартаментах в летний период 2024 года увеличилась на 15-20% год к году (до 5-6 тыс. руб. за ночь).

В первую очередь цены в сегменте растут на фоне высокого спроса на объекты краткосрочной аренды. Как отмечалось ранее, рост цен на краткосрочную аренду также связан с изменением структуры предложения: в крупнейших городах становится больше предложения в новых домах, где квартиры и апартаменты специально покупают для сдачи в аренду, что объясняется относительно высокой доходностью.

«По нашим данным, стоимость суток в 2024 году в посуточной аренде выросла на 10-20% в зависимости от локации относительно прошлого года. При этом немного снизилась средняя продолжительность проживания. На рост цен, безусловно, влияет инфляция и растущий спрос. По нашим прогнозам, в следующем году средняя стоимость суток будет так же увеличиваться. Это касается как отелей, так и апартаментов и гостевых домов. При этом по нашим наблюдениям, средняя стоимость аренды квартиры уже далеко не всегда дешевле, чем проживание в отеле».

Юрий Кузнецов, основатель Суточно.ру

Тенденции на рынке краткосрочной аренды (3/5)

Платформизация рынка краткосрочной аренды, концентрация поиска и бронирования жилья на онлайн-сервисах

В марте 2022 года международные агрегаторы, специализирующиеся на предоставлении услуг по краткосрочному бронированию жилых объектов (Airbnb, Agoda, Booking и др.), приостановили свой бизнес в России, что дало толчок для развития отечественных агрегаторов. По данным исследования МТС Travel и «МТС Исследования» в 2022 году лидером по приросту числа новых пользователей после ухода с российского рынка платформы Booking.com стал онлайн-сервис для бронирования отелей и апартаментов «Суточно.ру» (рост в 4,5 раза по сравнению с 2021 годом). Также интерес к рынку КА усилился со стороны таких компаний как Островок, Домклик, Авито и др.

Новый тренд современной экономики, который в том числе является результатом платформизации различных сервисов и услуг для потребителей, заключается в формировании потребительского сегмента внутри цифровых экосистем. Рынок туризма, в частности сегмент проживания и краткосрочной аренды, не является исключением – на сегодняшний день на рынке представлены такие экосистемные платформы как Яндекс Путешествия (входят в экосистему Яндекс), МТС Travel и Bronevik.com (входят в экосистему МТС), Отелло (входят в экосистему Сбер) и др.

Рост уровня сервиса и интеграция технологий

Популярность краткосрочной аренды растет вместе с уровнем предоставляемого сервиса на фоне высокой конкуренции как среди платформ поиска и бронирования, так и среди объектов размещения. Первые расширяют набор предоставляемых услуг: объединяют функции бронирования, оплаты и управления в единые приложения, улучшают системы отзывов с применением проверенных данных и автоматической модерацией и другое. Вторые активно интегрируют бесконтактные технологии, технологии умного дома и виртуальной реальности. Технологизация отрасли и снижение личного контакта повышает привлекательность для потенциальных арендаторов.

Тенденции на рынке краткосрочной аренды (4/5)

Конкуренция с рынком долгосрочной аренды

Несмотря на то, что рынки краткосрочной и долгосрочной аренды значительно отличаются и собственники в основном выбирают форму сдачи жилья исходя из личных предпочтений, растущий спрос и ожидания более высокой доходности стимулируют собственников переориентироваться с долгосрочной аренды на краткосрочную. По мнению экспертов ЦИАН.Аналитики, во многом тренд связан со стратегией покупателей-инвесторов, начавших отдавать предпочтение именно краткосрочной аренде. В компании обращают внимание на то, что 35% объектов посуточной аренды расположены в домах, сданных после 2015 года. С 2021 года этот показатель вырос на 14 п. п. По оценкам экспертов рынка, краткосрочная аренда приносит собственникам в среднем на 30–50% больше дохода, чем долгосрочная.

Развитие профессиональных управляющих компаний

На рынке краткосрочной аренды появляются новые типы игроков, выполняющие функции управляющих компаний (например, ArendaGrad, CITYSTAY, FLAT INN и др.). Они предлагают для арендодателей услуги "под ключ", которые включают в себя оценку и страхование объектов, создание и продвижение объявлений об аренде, поиск и проверку жильцов. Появление игроков такого формата указывает на новую стадию зрелости рынка и повышение качества предоставляемых услуг.

«Мы видим интересный новый тренд - владельцы недвижимости, выставленной на продажу, в период поиска покупателя начинают сдавать эти объекты на короткий срок. Таким образом они хэджируют риски от увеличения цикла сделки. Устойчивость данной тенденции будет зависеть от рынка недвижимости в целом и условий кредитования в частности. Также мы видим тренд на укрупнение среди своих клиентов, когда управляющие компании кратно растут по количеству объектов, в том числе за счёт объединения активов с другими игроками рынка. В дальнейшем мы ожидаем, что предприниматели, у которых бизнес-процессы организованы неэффективно, выйдут из бизнеса из-за давления рынка».

Илья Формальский, директор по развитию бизнеса RealtyCalendar

Тенденции на рынке краткосрочной аренды (5/5)

Развитие законодательного регулирования

Расширение рынка посуточной аренды стимулировало развитие законодательного регулирования данного сегмента, основной целью которого стало выведение его из тени, а также легализация и установление прозрачных правил для всех участников.

Так, в марте 2024 года вступил в силу закон, регламентирующий сдачу жилых помещений в многоквартирных домах, в том числе на короткий срок, с учетом прав и интересов соседей.

Помимо регулирования краткосрочной аренды квартир, законодательные инициативы затрагивают и сферу гостевых домов. В ноябре 2023 года Госдума одобрила в первом чтении законопроект, направленный на легализацию аренды гостевых домов и создание реестра для них.

В рамках комплексного регулирования сферы краткосрочной аренды также рассматривается законопроект, предлагающий внести поправки в закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», разделив услуги гостиниц и гостевых домов, создав для последних отдельный реестр.

«Изменения, внесённые в статью 30 Жилищного кодекса Российской Федерации, поставили точку в спорах о легитимности краткосрочной аренды жилья в многоквартирных домах. Ранее возникали единичные, но резонансные споры по этому вопросу. Ярким примером стало судебное решение по делу предпринимателя П. Бахирева, который сдавал квартиру посуточно на основании договора краткосрочного найма. Изначально суды встали на сторону запрета подобной деятельности, квалифицируя её как предоставление гостиничных услуг. Однако Конституционный Суд в своих разъяснениях указал на право владельца квартиры распоряжаться собственным имуществом и рекомендовал законодательно определить признаки, разграничивающие гостиничные услуги и краткосрочный найм. В результате были внесены изменения в статью 30 ЖК РФ, закрепившие право собственника предоставлять жильё по договору краткосрочного найма при условии соблюдения прав и интересов соседей.»

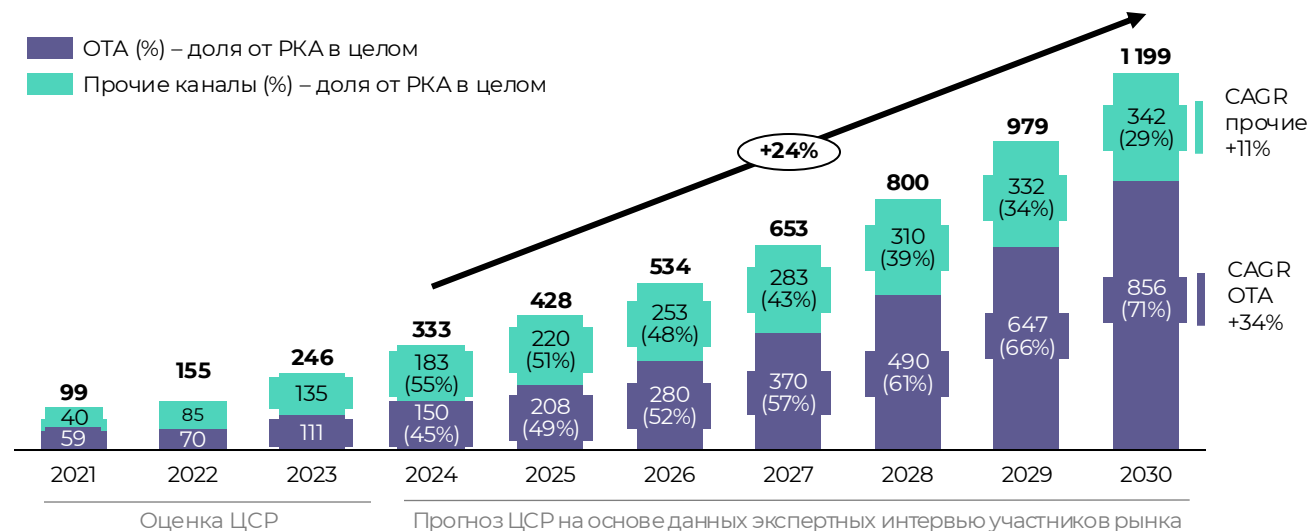
Такое внимание со стороны законодателей подтверждает, что посуточная аренда стала важным явлением современного общества и экономики. А решение Конституционного Суда и поправки в Жилищном кодексе открывают новые возможности для развития посуточного сегмента».

Юридическая служба Суточно.ру

Перспективы развития рынка КА до 2030 года

К 2030 году объем рынка краткосрочной аренды может составить более триллиона рублей

Оценка перспектив развития РКА, млрд рублей

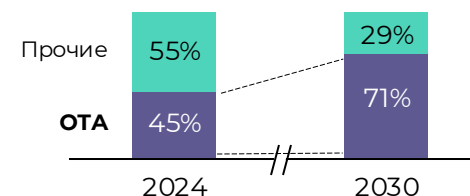


Рынок краткосрочной аренды имеет высокий потенциал к росту: к 2024 году мы оцениваем рынок КА в размере 333 млрд рублей. По нашим прогнозам объем рынка краткосрочной аренды в денежном эквиваленте в период 2024-2030 гг. будет расти в среднем на 24% в год и к 2030 г. может составить ~ 1,2 трлн руб.

При этом сегмент ОТА будет расти в периоде 2024-2030 гг. ускоренными темпами - 34% в год, тогда как альтернативный сегмент (офлайн каналы, продажи через сайты объектов, социальные сети и др.) только на 11%. Данная тенденция и усиление роли ОТА (как на рынке КСР, так и КА) вызывает неподдельный исследовательский интерес. В связи с этим, мы уделили особое внимание изучению деятельности ОТА, в частности изучив пользовательские настроения и проведя конкурентный анализ по ведущим ОТА на примере рынка краткосрочной аренды, так как именно он отличается наибольшими темпами «онлайнизации».

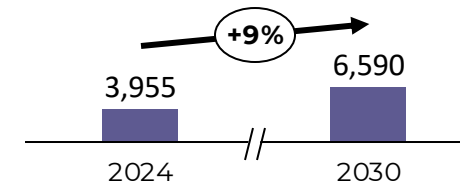
Формирующие рынок факторы

Структура бронирований на РКА



К 2030 году 71% сделок будут совершаться через ОТА

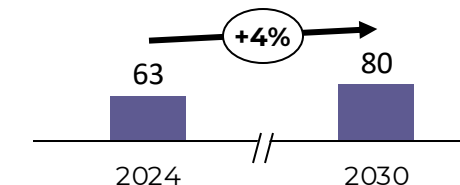
Средний чек за сутки, руб.



Пик роста цен приходится на период 2024-2025 гг.:

- 2025 +20%, 2026 +10%, 2027-2030 гг. +6% в год

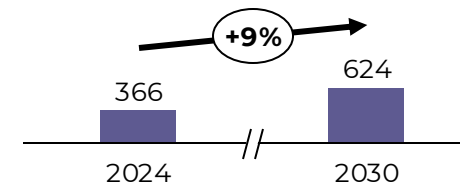
Средняя загрузка, %



Рост загрузки объектов сдерживается ростом цен:

- 2025 +1%, 2026 +3%, 2027-2030 гг. +5% в год

Количество объектов, тыс. ед.



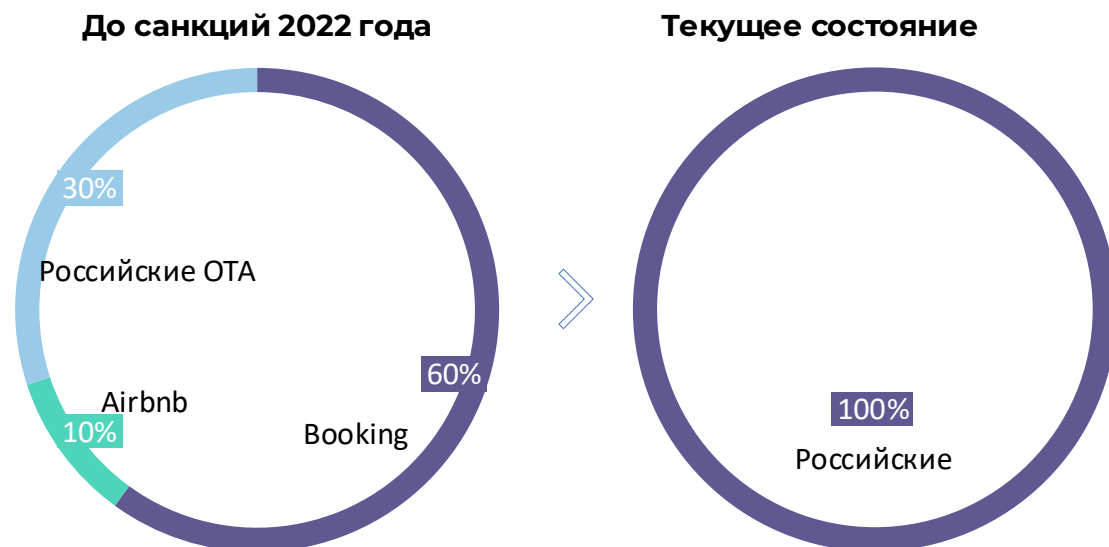
Замедление темпов по сравнению с 2024 г. из-за высокой ставки:

- 2025 + 6%, 2026-2030 гг. +10% в год

**Роль онлайн-сервисов
поиска и бронирования
жилья на рынке
краткосрочной аренды:
сравнительный анализ
ОТА по данным
экспертных интервью и
парсинга**

Усиление позиции локальных ОТА на рынке КА – устойчивый тренд до 2030 года

Цифровизация как тренд не является исключением для рынка краткосрочной аренды. Причем усиление позиций локальных ОТА в сегменте краткосрочной аренды укрепилось на фоне ухода иностранных сервисов (Airbnb, Booking.com) в 2022 году. До 2022 года иностранные платформы контролировали значительную часть онлайн рынка размещения (до 70%), но после их ухода рынок был перераспределен (и данный процесс еще продолжается) между российскими игроками, что привело к полной смене лидеров в сегменте ОТА.



До 2022

В этот период на российском рынке доминировали две платформы – Airbnb, Booking.com. Доля Booking.com в сегменте онлайн-бронирований достигала 55-60%, в то время как на Airbnb приходилось значительное число частных арендаторов – сегмент КА (точная доля Airbnb часто варьировалась в зависимости от источников, но она стабильно занимала около 10-15% рынка). Эти иностранные платформы контролировали около 70%.

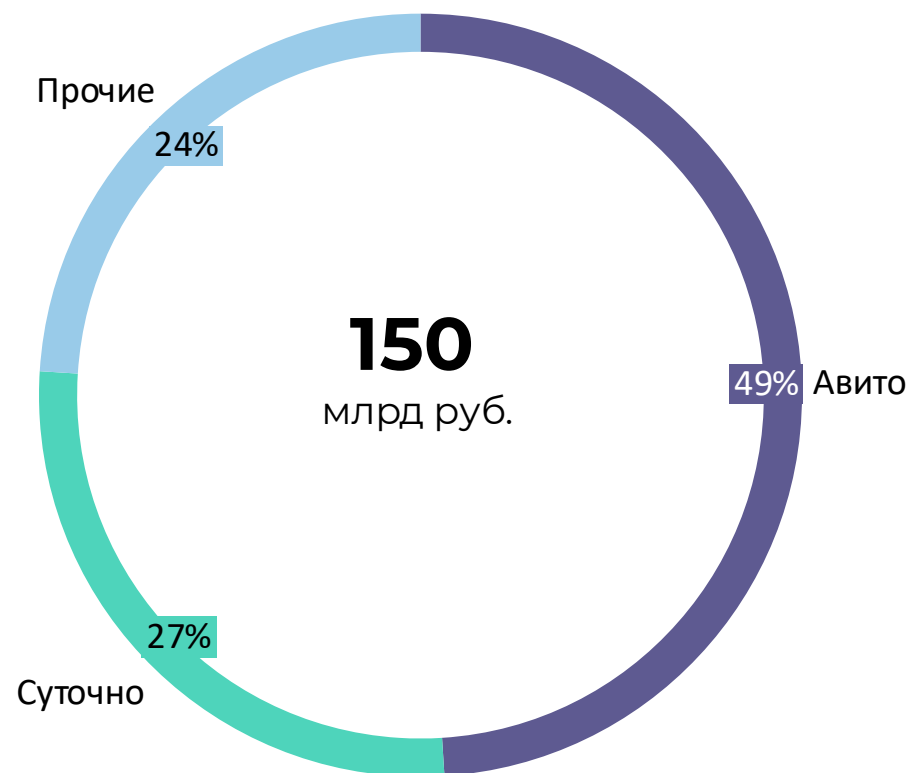
2022

В марте 2022 года, в связи с введенными санкциями, Airbnb и Booking.com прекратили деятельность на российском рынке. С уходом этих платформ доля международных ОТА начала стремительно снижаться, уступая место российским сервисам.

2023-по настоящее время

С 2023 года происходит перестройка рынка онлайн поиска и бронирования объектов размещения. Причем если КСР имеют больше возможности развивать собственные сайты, то для представителей КА в России ключевым каналом продаж становятся именно российские сервисы онлайн поиска и бронирования.

Текущее распределение долей на рынке КА в сегменте ОТА



Как уже было отмечено выше, перераспределение позиций по охвату рынка между локальными ОТА продолжается, причем на структуру лидерства влияет не только уход иностранных игроков, но и стратегические трансформации внутри каждого игрока.

На сегодняшний день рынок краткосрочной аренды жилья является высоко конкурентным. Конкуренция между онлайн-платформами бронирования жилья усиливается, что выражается в выходе в 2024 году на рынок краткосрочной аренды ряда новых компаний. Дополнительное подтверждение усиления конкуренции наблюдается в виде перестраивания бизнес-моделей: с лета 2022 года компания «Авито» начала переход с модели классифайда на транзакционную модель, после аналогичную трансформацию начал сервис ЦИАН*.

С точки зрения распределения долей, рынок краткосрочной аренды является высоко концентрированным – по оценке ЦСР в 2024 году >70% рынка делят два игрока: Авито (49%), Суточно.ру (27%). Среди основных игроков выделяются МТС Travel, Островок, ЦИАН, Яндекс Путешествия.

Далее мы представили итоги сравнительного анализа ведущих ОТА на рынке краткосрочной аренды по ключевым показателям деятельности (доступные посредством получения информации посредством экспертных интервью, парсинга и анализа открытой статистики).

*ЦИАН – транзакционная модель введена в 14 регионах РФ; в остальных регионах платформа продолжает работу в формате классифайда,

Источник: оценка ЦСР, основанная на данных экспертных интервью (вкл. информацию по ожидаемым темпам роста бизнеса (по показателю выручки от сегмента КА) за 2024 год)

Конкурентный анализ ведущих ОТА

	Авито Путешествия	Суточно.ру	Островок	МТС Travel	ЦИАН	Яндекс Путешествия
Конкурентный анализ: общие положения						
Год запуска транзакционной модели	2023	2017	2011	2022	2024	2019
Начало работы с физическими лицами в КА по транзакционной модели	2023	2017	2024	-	2024	2024
Конкурентный анализ: инвентарь						
Число объектов КА в России	250-300 тыс	200-250 тыс	50-100 тыс	50-100 тыс	50-100 тыс	50-100 тыс
Наличие объектов за рубежом	нет	да	да	да	нет	да
Конкурентный анализ: продукт						
Наличие процедуры верификации объектов	да	да	да	да, через Bronevik.com	да	да
Страхование жилья	да	да	да	нет	нет	н/д
Рейтинг приложения для гостей в AppStore	4,7 (общее приложение)	4,7	4,9	4,7	4,7 (общее приложение)	4,9
Рейтинг приложения для гостей в Google Play	нет приложения	4,9	4,9	4,6	4,5	4,9
Рейтинг приложения для арендодателей в AppStore	нет приложения	4,4	3,3	нет приложения	нет приложения	нет приложения
Рейтинг приложения для арендодателей в Google Play	нет приложения	4,8	2,8	нет приложения	нет приложения	нет приложения
Наличие кэшбэка для гостей	да	да	нет	да	нет	да
Возможность передачи кэшбэка другому пользователю	нет	да	нет	нет	нет	нет
Рейтинг гостя	да	да	нет	нет	нет	нет

**Роль онлайн-сервисов
поиска и бронирования
жилья на рынке
краткосрочной аренды:
сравнительный анализ
ОТА через призму
настроек
пользователей**

Факторы выбора сервисов для поиска и бронирования жилья (ОТА) (1/3)

Важность факторов выбора сервисов для поиска и бронирования жилья



Основными причинами выбора платформенных сервисов являются:

- широкий выбор объектов размещения в России (47%);
- понятный и удобный интерфейс сайта (35%);
- понятный и удобный интерфейс мобильного приложения (31%).

При выборе сервисов для поиска и бронирования жилья наиболее важными являются три фактора:

- Привлекательность цен, акций и скидок (43%);
- Наличие отзывов от реальных клиентов (43%);
- Наличие фото и видео от реальных клиентов (40%).

Среди наименее значимых факторов для покупателей можно отметить:

- Отсутствие депозитной системы (5%);
- Наличие дополнительных услуг (ж/д, авиабилетов, экскурсий и т. д.) (4%);
- Возможность оформления рассрочки (3%).

Факторы выбора сервисов для поиска и бронирования жилья (ОТА) (2/3)

Важность факторов выбора сервисов для поиска и бронирования жилья в разрезе пола и возраста

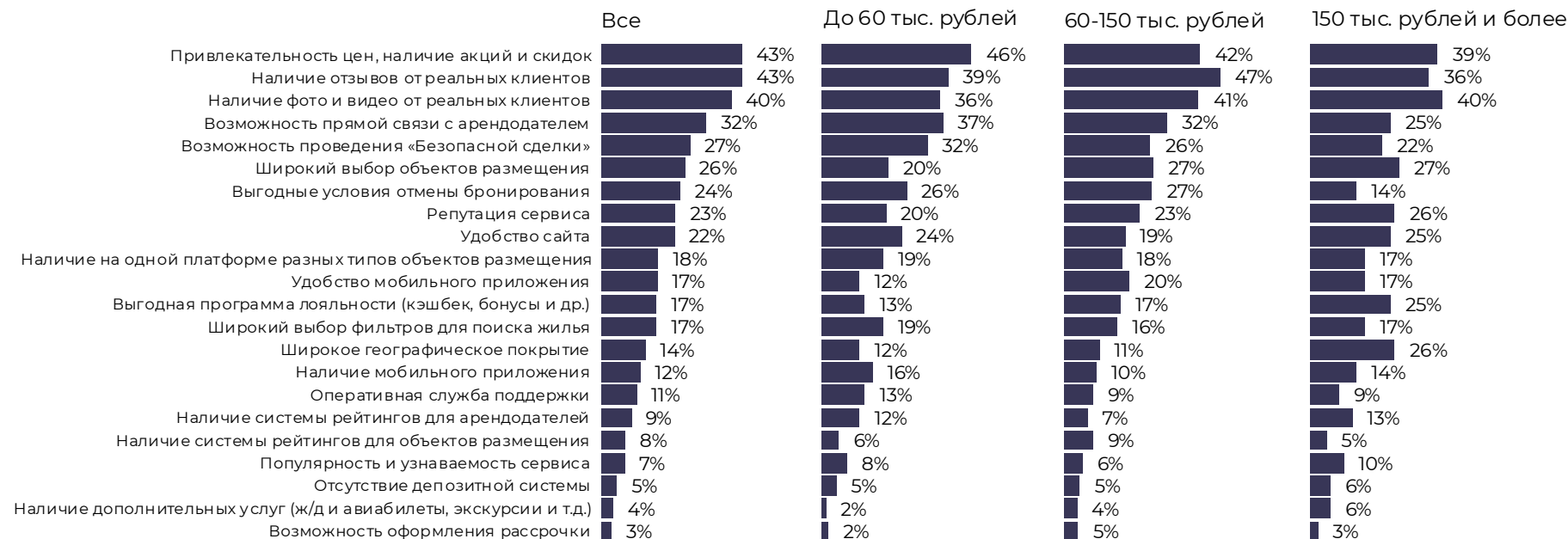


Для женщин более значимыми факторами в сравнении с мужчинами являются наличие отзывов, а также фото и видео от реальных клиентов на сервисе по поиску и бронированию жилья (44-47% среди женщин выбрали эти факторы как значимые против 32-35% среди мужчин). Для мужчин более важными являются ценовые характеристики – 50% считают значимым фактор привлекательности цен, наличия акций и скидков (против 39% среди женщин).

С одной стороны, с возрастом растет значимость привлекательности цен, наличия акций и скидков (с 36% среди клиентов 18-34 лет до 51% среди клиентов от 50 лет и старше), а также широкого выбора объектов размещения (с 21% до 30% соответственно). С другой стороны, с возрастом снижается значимость широкого выбора фильтров для поиска жилья (с 24% среди клиентов 18-34 лет до 11% среди клиентов от 50 лет и старше) и наличия системы рейтингов для арендодателей (с 16% до 6% соответственно). Клиентам в возрасте 35-49 лет важнее, чем клиентам в целом, возможность проведения «Безопасной сделки» (32% против 27% в среднем).

Факторы выбора сервисов для поиска и бронирования жилья (ОТА) (3/3)

Важность факторов выбора сервисов для поиска и бронирования жилья в разрезе домохозяйств по уровню дохода



С ростом уровня дохода домохозяйств снижается значимость таких факторов, как возможность прямой связи с арендодателем (с 37% среди домохозяйств с доходом до 60 тыс. руб./мес. до 25% среди домохозяйств с доходом от 150 тыс. руб./мес. и более), возможность проведения «Безопасной сделки» (с 32% до 22% соответственно) и выгодные условия отмены бронирования (с 26-27% среди домохозяйств с уровнем дохода до 150 тыс. руб./мес. до 14% среди домохозяйств с доходом выше).

При этом с ростом уровня дохода домохозяйств более значимыми становятся выгодная программа лояльности (с 13% среди домохозяйств с доходом до 60 тыс. руб./мес. до 25% среди домохозяйств с доходом от 150 тыс. руб./мес. и более) и широкое географическое покрытие (с 11-12% среди домохозяйств с уровнем дохода до 150 тыс. руб./мес. до 26% среди домохозяйств с доходом выше).

Удовлетворенность работой ОТА (1/2)

Сравнение уровня удовлетворенности работой ОТА

Топ-10 критериев

Сервис (уровень удовлетворенности)	Суточно.ру (0,73)	Туту.ру (0,73)	Авито (0,71)	Островок (0,71)	Яндекс Путешествия (0,71)	Ozon Travel (0,69)	ЦИАН (0,67)
Безопасность личных данных	●	◐	◐	◐	◐	◐	◐
Удобство мобильного приложения	●	●	●	●	◐	◐	●
Удобство сайта	●	●	●	●	◐	●	●
Широкий выбор объектов размещения	●	●	●	◐	◐	◐	◐
Соответствие забронированного объекта размещения его описанию на сервисе	●	●	●	◐	◐	◐	◐
Прозрачность системы оплаты	●	●	◐	◐	◐	◐	◐
Наличие системы рейтингов объектов размещения	●	◐	◐	◐	◐	◐	◐
Удобство связи с объектом размещения через платформу	◐	◐	◐	●	◐		◐
Оперативность работы службы поддержки	◐	●	◐	◐	◐		
Большое количество отзывов от реальных гостей	◐	◐	◐	◐	◐	◐	◐

Критерием безопасности личных данных больше всего удовлетворены клиенты Суточно.ру, средний уровень удовлетворенности на 0,05-0,14 выше, чем среди других платформ.

Критерии удобства пользования мобильным приложением и сайтом входят в топ-4 критериев наибольшей удовлетворенности как среди Суточно.ру (0,77-0,78), так и среди клиентов других сервисов, таких как Островок (0,76-0,79) и ЦИАН (0,76-0,77).

Наиболее высоко по критерию широкого выбора объектов размещения клиенты оценивают Авито (0,79), наименее высоко – ЦИАН (0,69). Среди клиентов Суточно.ру удовлетворенность широким выбором объектов входит в топ-5 (0,77).

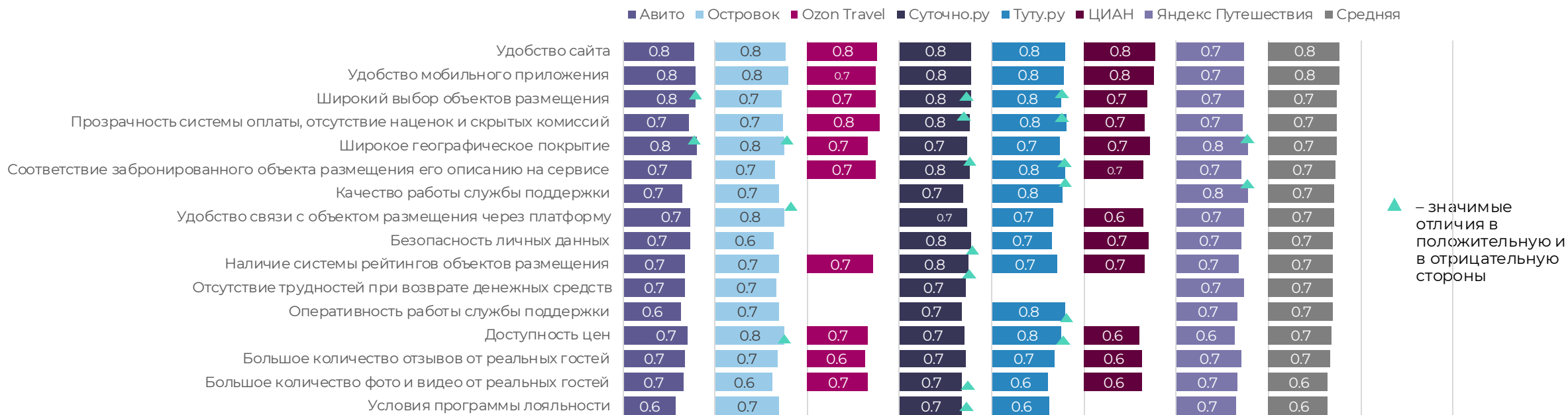
Соответствие забронированного объекта размещения его описанию на сервисе выше среди клиентов Суточно (0,76) выше, чем среди клиентов сервисов Островок (0,65) и ЦИАН (0,65).

Наибольшая удовлетворенность географическим покрытием сервиса отмечается у Авито (0,80), на втором месте сервис Яндекс Путешествия (0,78), далее следуют Островок (0,75) и Суточно.ру (0,74).

По качеству работы службы поддержки наибольшую удовлетворенность демонстрируют клиенты Яндекс Путешествий (0,78) и Туту.ру (0,77) (на 0,06-0,2 выше, чем среди других платформ). При этом оперативностью работы службы поддержки больше удовлетворены клиенты Туту.ру (0,79) – на 0,08-0,16 выше, чем у других платформ.

Удовлетворенность работой ОТА (2/2)

В целом, уровень удовлетворенности* пользователей различных ОТА оценивается на высоком уровне (0,7 из 1)



Критерием безопасности личных данных больше всего удовлетворены клиенты Суточно.ру, средний уровень удовлетворенности на 0,05-0,14 выше, чем среди других платформ.

Критерии удобства пользования мобильным приложением и сайтом входят в топ-4 критериев наибольшей удовлетворенности как среди Суточно.ру (0,77-0,78), так и среди клиентов других сервисов, таких как Островок (0,76-0,79) и ЦИАИ (0,76-0,77).

Наиболее высоко по критерию широкого выбора объектов размещения клиенты оценивают Авито (0,79), наименее высоко – ЦИАИ (0,69). Среди клиентов Суточно.ру удовлетворенность широким выбором объектов входит в топ-5 (0,77).

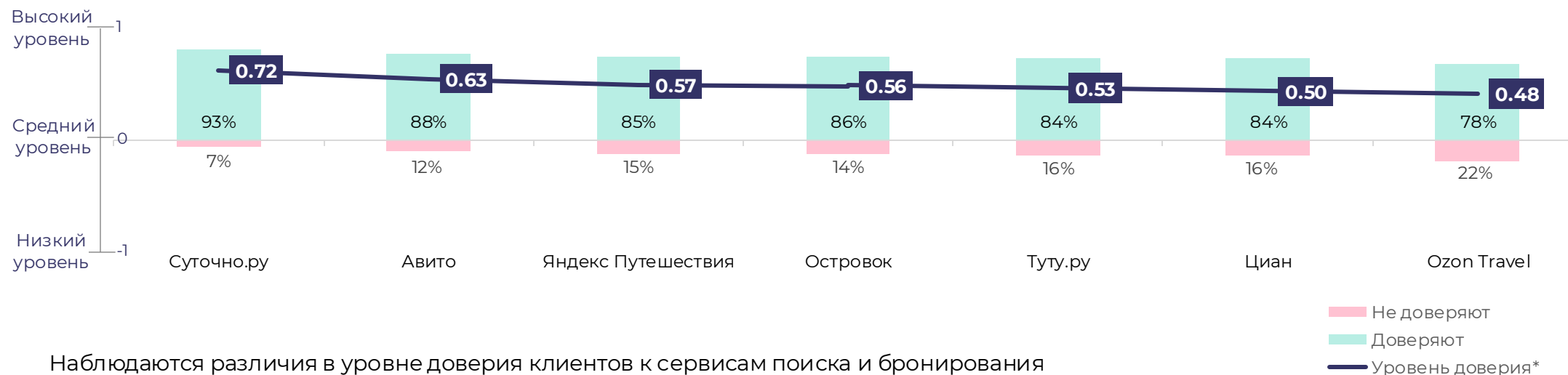
Соответствие забронированного объекта размещения его описанию на сервисе выше среди клиентов Суточно (0,76) выше, чем среди клиентов сервисов Островок (0,65) и ЦИАИ (0,65).

Наибольшая удовлетворенность географическим покрытием сервиса отмечается у Авито (0,80), на втором месте сервис Яндекс Путешествия (0,78), далее следуют Островок (0,75) и Суточно.ру (0,74).

По качеству работы службы поддержки наибольшую удовлетворенность демонстрируют клиенты Яндекс Путешествий (0,78) и Туту.ру (0,77) (на 0,06-0,2 выше, чем среди других платформ). При этом оперативностью работы службы поддержки больше удовлетворены клиенты Туту.ру (0,79) – на 0,08-0,16 выше, чем у других платформ.

Уровень доверия к ОТА

Уровень доверия* клиентов к сервисам поиска и бронирования объектов размещения оценивается на уровне 0,6 из 1, что говорит о том, что пользователи скорее доверяют онлайн-сервисам поиска и бронирования жилья



Наблюдаются различия в уровне доверия клиентов к сервисам поиска и бронирования объектов размещения.

Первое место по уровню доверия клиентов занимает сервис Суточно.ру (0,72 по шкале от -1 до 1): абсолютное большинство (93%) клиентов говорят о доверии к сервису и только 7% – не доверяют.

На втором месте – Авито (0,63): 88% клиентов сервиса доверяют данному сервису, а 12% – выражают недоверие.

На третьем месте – Яндекс Путешествия (0,57): 85% клиентов говорят о доверии к сервису, в то время как 15% – не доверяют.

Лояльность: вероятность повторного обращения к используемым ранее сервисам бронирования

В целом, лояльность* по вероятности повторного обращения пользователей различных ОТА на уровне выше среднего.

Суточно.ру	Авито	Туту.ру	Сайт объекта размещения	Высокая вероятность повторного обращения
Ozon Travel	ЦИАН	Островок	Яндекс Путешествия	Выше среднего вероятность повторного обращения — «скорее повторно забронируют»
-	-	-	-	Ниже среднего вероятность повторного обращения — «скорее повторно не забронируют»
-	-	-	-	Низкая вероятность повторного обращения

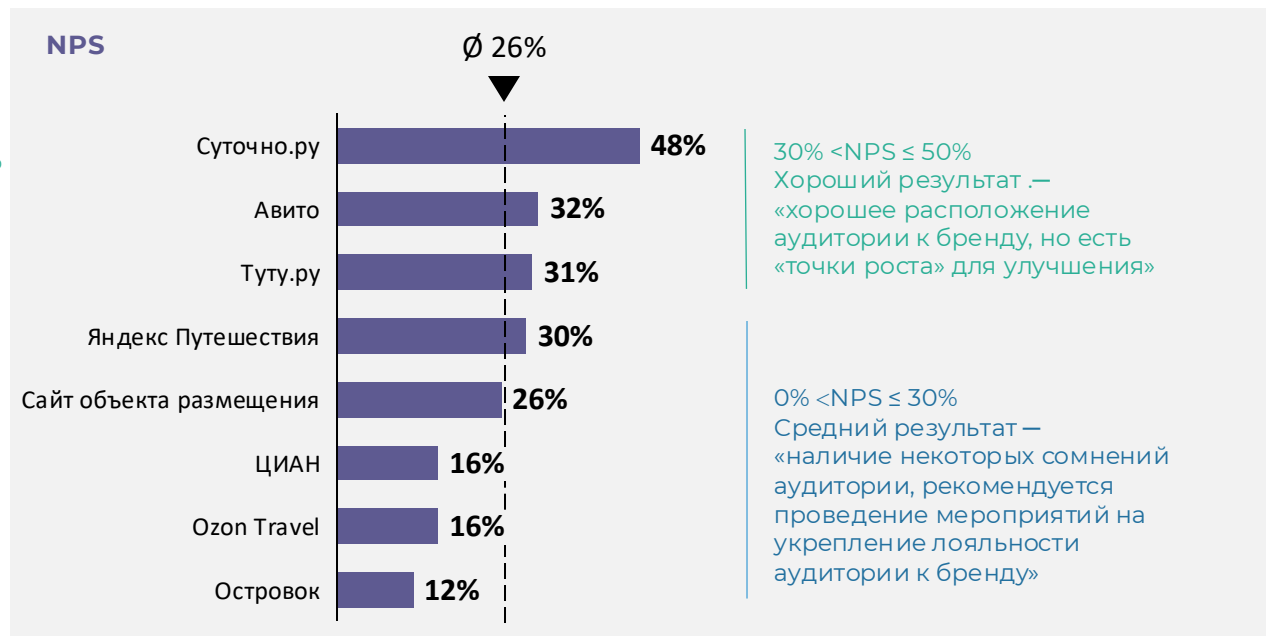
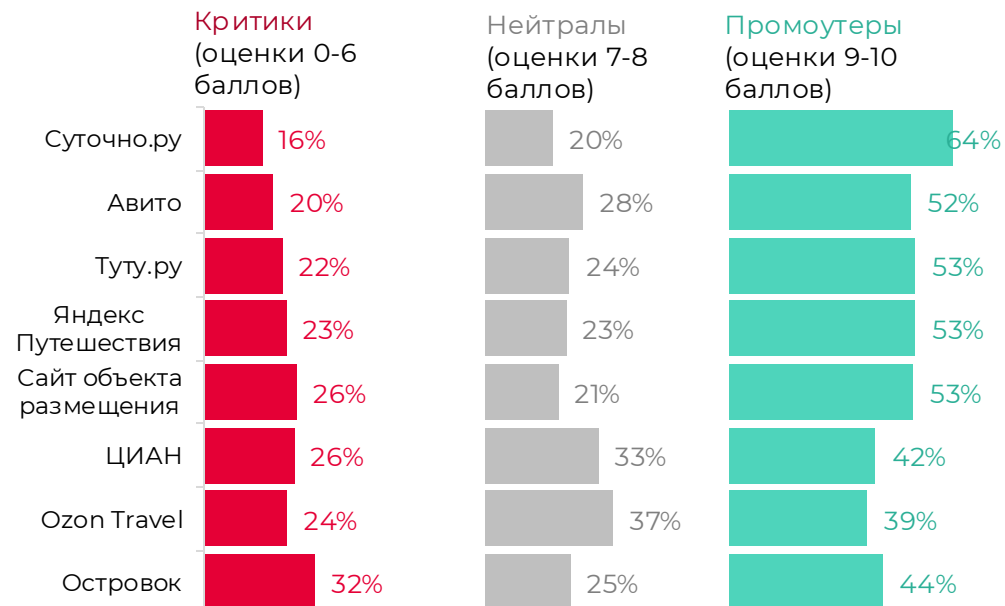
Для абсолютного большинства сервисов характерно положительное значение уровня лояльности, другими словами, после совершения первого бронирования клиенты скорее всего при поиске объекта размещения для следующей поездки отдадут предпочтение тому сервису, на котором ранее уже осуществляли бронирование.

Наиболее высокая лояльность клиентов наблюдается к таким сервисам, как Суточно.ру (0,64 по шкале от -1 до 1), Авито, Туту.ру и сайтам объектов размещений.

Средним уровнем лояльности клиентов характеризуются такие сервисы, как Ozon Travel, Яндекс Путешествия, Островок и ЦИАН.

Лояльность: готовность рекомендовать сервис другим

Индекс лояльности сервисам (NPS)*



Для всех рассматриваемых сервисов индекс лояльности (NPS) находится в положительной зоне, что говорит о том, что доля лояльных клиентов, готовых рекомендовать сервис своим друзьям и знакомым, превышает долю нелояльных — большая часть клиентов довольны предоставляемыми услугами сервисов по поиску и бронированию объектов размещения для временного пребывания.

Первое место по индексу лояльности клиентов занимает сервис Суточно.ру (NPS +48%). Также высокая лояльность наблюдается к таким сервисам, как Авито и Туту.ру.

Наименьшая лояльность наблюдается к сервису Островок (NPS +12%). Средним индексом лояльности клиентов также характеризуются такие сервисы, как Яндекс Путешествия, ЦИАН, Ozon Travel и сайты объектов размещения.

*Индекс NPS – классический показатель лояльности сервису посредством готовности клиента порекомендовать его другим людям. Готовность порекомендовать оценивается по шкале от 1 до 10. индекс рассчитывался как разница в долях тех, кто выбрал оценки промоутеров и критиков.

Приложение



Методология: ключевые положения

Оценки объема рынка краткосрочной аренды и коллективных средств размещения основаны на формуле:

- Кол-во объектов КА * % средней загрузки в год по объектам КА *365* среднюю стоимость суток по объектам КА (по данным среднего чека);
- Кол-во номеров (номерной фонд) КСР * % средней загрузки в год по КСР *365* среднюю стоимость суток по КСР (по данным среднего чека);

Для прогноза объемов рынка КА и КСР использовались темпы роста год к году, основанные на методики «экономика ожиданий» (сбор данных осуществлялся посредством структурированных экспертных интервью с представителями ключевых ОТА в России и менеджеров каналов).

Для выявления доля ОТА на рынка КА и КСР был применен метод количественного социологического исследования – опрос россиян, совершивших поездку по России за последний год (сбор данных осуществлялся в 2023 году); данный метод позволил выявить % респондентов, которые осуществили бронирование объекта через онлайн-сервисы (ОТА).

Для представления сегмента ОТА на рынка КА по игрокам (выявление доли ключевых ОТА) был использован следующий подход:

- данные Realty Calendar (как основного менеджера каналов на рынке КА) по распределению бронирований по ОТА; прим: данный источник охватывает около 20-25% всего рынка КА;
- данные количественного социологического исследования – опрос россиян, совершивших поездку по России за последний год (сбор данных осуществлялся в 2023 году); данный метод позволил выявить % респондентов, которые осуществили бронирование объекта через различные ОТА; прим: в силу сбора данных в 2023 году важно учесть изменения работы некоторых ОТА из-за смены модели (переход в транзакционный тип), подключения КА, в частности работу с физическими лицами и др.;
- данные качественного социологического исследования – структурированные экспертные интервью с представителями ведущих ОТА;
- данные парсинга на разные даты, что позволяет отследить % доступных объектов из общего их числа по API;
- кросс-чек по данным финансовых отчетностей за 2023 год;
- «экономика ожиданий» – прогноз динамика финансово-операционных показателей по данным структурированных экспертных интервью с представителями ОТА.

Причины выбора сервиса для бронирования жилья

Основные причины бронирования через OTA и сайтах объекта размещения



Одним из альтернативных OTA вариантов бронирования объекта размещения является сайт объекта размещения. Причем наличие успешного опыта – ключевая причина повторного бронирования как через онлайн-платформы (46%), так и напрямую через сайт объекта размещения (39%).

Прямое бронирование через сайт также выбирают благодаря советам знакомых, понятному и удобному интерфейсу сайта, а также из-за возможности сэкономить на стоимости бронирования объекта размещения (каждый четвертый пользователь указывает перечисленные причины в качестве основных – 25-26%).

В топ-4 причины выбора платформенных сервисов помимо наличия успешного опыта входит также широкий выбор объектов размещения в России (47%), понятный и удобный интерфейс сайта (35%) и мобильного приложения (31%).

Заметим, что бронирование через OTA выигрывает прямое бронирование через сайт по критериям широты выбора и удобства бронирования через мобильное устройство – их в несколько раз чаще выбирают по этим причинам.

*Усредненный показатель по 16 платформам

▲ ▼ – значимые отличия в положительную и в отрицательную стороны



© 2024 Фонд «Центр стратегических разработок» (ЦСР). Все права защищены.
При использовании информации из документа ссылка на ЦСР обязательна.

Москва, 125009, Газетный пер., 3–5 стр. 1, 3 этаж
Тел.: +7 (495) 725-78-06
Факс: +7 (495) 725-78-14
E-mail: info@csr.ru
csr.ru