

УДК 338.48

В. В. Верна<sup>1,2</sup>

С. Д. Димитриева<sup>3</sup>

## ***Современные тенденции и перспективы деятельности туристских агрегаторов в Российской Федерации***

<sup>1</sup>ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г. Симферополь, Российская Федерация

<sup>2</sup>Севастопольский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Севастополь, Российская Федерация

e-mail: nica2605@rambler.ru

<sup>3</sup>ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г. Симферополь, Российская Федерация

e-mail: SnezhanaTurizm@yandex.ru

**Аннотация.** В статье определена сущность и особенности туристских агрегаторов, рассматриваются современные тенденции деятельности туристских агрегаторов в России. Описана концепция агрегаторов, особое внимание уделяется специфике деятельности владельцев агрегаторов, предоставляющих информацию о туристских услугах. Рассматривается возможность взаимодействия туроператоров и турагентов с агрегаторами в условиях растущего спроса на туристские продукты.

**Ключевые слова:** туристские агрегаторы, внутренний туризм, туристские услуги, онлайн сервис, бесконтактное обслуживание.

### **Введение**

Учитывая стремительное развитие информационных технологий и цифровую трансформацию экономики, туристская индустрия также претерпевает значительные изменения. Одним из ключевых элементов трансформации стало появление и стремительное развитие туристских агрегаторов – платформ, объединяющих информацию о туристских услугах и предоставляющих возможность выбор и бронирования. Таким образом, платформы-агрегаторы играют важную роль в формировании современного туристского рынка, являясь посредниками между поставщиками и потребителями туристских услуг и, тем самым, представляющие реальную угрозу для деятельности турагентов.

Несмотря на бурное развитие, популярность и востребованность агрегаторов, их деятельность сопряжена с рядом правовых, экономических и технологических вызовов. Так, недостаточно изучены вопросы гражданско-правовой ответственности владельцев агрегаторов, механизм регулирования их деятельности и защиты прав потребителей.

Целью данной статьи является выявление и анализ современных тенденций и перспектив развития деятельности туристских агрегаторов в России.

Достижение поставленной цели исследования обусловило решение следующих задач:

- охарактеризовать сущность и особенности туристских агрегаторов;

- рассмотреть классификацию видов событийного туризма и его роль в социально-экономическом развитии страны и ее регионов;
- проанализировать современные тенденции развития туристских агрегаторов в России.

### **Материалы и методы**

Туристские агрегаторы упрощают процесс поиска и бронирования услуг для потребителей, а также оказывают значительное влияние на конкуренцию среди поставщиков туристских услуг. В связи с относительно недавним появлением таких платформ и развитием цифровых сервисов, их деятельность в России остается неизученной. Некоторые аспекты деятельности отражены в научных трудах Фроловой Е. А. [8], Ахремчик Д. В. [2], Копырина А.С. [4], Сирик Н.В., Кускова А.С. [7]. Анализируя значение и роль агрегаторов на туристском рынке, авторы подчеркивают их значимость и постепенное завоевание лидирующих позиций в отрасли.

В процессе исследования были применены методы анализа, синтеза, аналогии, а также системный и комплексный подходы к выявлению современных тенденций и перспектив развития туристских агрегаторов в России.

В качестве информационной базы исследования авторы использовали следующие источники:

- нормативно-правовые акты, регулирующие развитие сферы туризма в РФ;
- научные публикации и исследования [2,4,7,9];
- отраслевые порталы и издания («Вестник АТОР»), публикующие новости, аналитику и экспертные мнения о развитии туристских агрегаторов [6];
- информационные материалы, размещенные на цифровой платформе «<https://atagg.ru/>» [1].

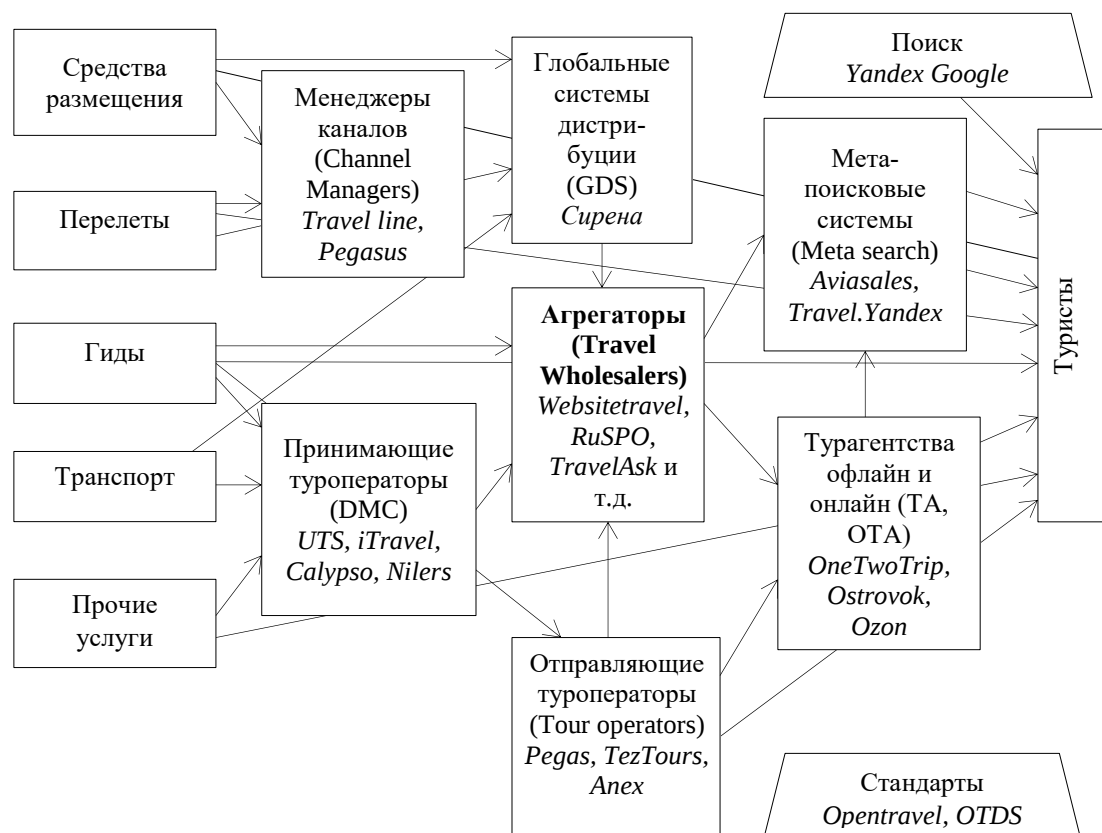
### **Результаты и обсуждение**

В настоящее время наблюдается устойчивая тенденция к объединению усилий различных компаний для создания и продвижения специализированных онлайн-платформ. Такие платформы предназначены для сбора, структурирования и оперативного предоставления пользователям информации о туристских услугах. Подобные ресурсы получили название «агрегаторы туристских потоков» или «агрегаторы туристской информации».

Согласно Проекту закона «О туризме и туристической деятельности в Российской Федерации» (подготовлен Ростуризмом) туристская (туристическая) деятельность - туроператорская и турагентская деятельность, деятельность по оказанию гостиничных услуг и услуг иных средств размещения, деятельность туристических информационных центров, деятельность владельцев агрегаторов информации о туристических услугах, экскурсионная деятельность, деятельность по оказанию услуг с привлечением инструкторов-проводников, деятельность с использованием горнолыжных трасс, пляжей [5].

В рамках Проекта, туристские агрегаторы упоминаются как составляющие туристской индустрии, а также как участники отношений в сфере туризма и туристической деятельности. Тем не менее, вышеуказанный Проект не рассматривает сущность деятельности и условия ее осуществления агрегаторами.

Рассмотрим место туристских агрегаторов в глобальном туристском рынке (рис. 1).



**Рис. 1.** Место туристских агрегаторов в глобальном туристском рынке  
Составлено по [10]

Таким образом, туристские агрегаторы выступают связующим звеном между поставщиками туристских услуг (отели, авиакомпании, туроператоры) и конечным потребителем (туристами). Их влияние на рынок весомо, так как они упрощают процесс поиска, сравнения и бронирования услуг, делая его быстрым, удобным и прозрачным.

Необходимо обозначить деятельность владельца туристского агрегатора как деятельность по предоставлению туристу или иному заказчику возможности ознакомиться с приглашением лица делать оферты к заключению договора возмездного оказания услуг или предложением исполнителя о заключении договора возмездного оказания услуг, заключить с исполнителем такой договор, произвести предварительную оплату по такому договору, произвести бронирование в отношении:

1) услуги, сведения об исполнителе которой подлежат обязательному включению в реестры или перечни, сформированные в соответствии с настоящим Федеральным законом, а также услуги исполнителя, использующего для ее оказания объекты туристской инфраструктуры, сведения о которых подлежат обязательному включению в реестры или перечни, сформированные в соответствии с настоящим Федеральным законом (реестровые услуги);

2) туристского продукта;

3) комплекса туристских услуг.

Применение туристских агрегаторов упрощает процесс бронирования (пользователь может сравнивать цены, условия и отзывы, что экономит время и ресурсы туристов). Кроме этого, агрегаторы предоставляют доступ к широкому ассортименту, включая редкие направления и уникальные предложения. Не менее важная роль турагрегаторов и для малого и среднего бизнеса: мелкие отели, локальные туроператоры и другие поставщики имеют возможность выйти на глобальный рынок посредством агрегаторов, что способствует развитию регионального туризма.

Тем не менее, не смотря на все преимущества, к некоторым сервисам возникают вопросы и жалобы со стороны клиентов: дается неполная информация о продукте, возникают сложности с возвратом денежных средств, неправомерно используются персональные данные клиентов. В связи с тем, что само понятие «туристский агрегатор» достаточно размытое, деятельность туроператоров законодательно не определена, а вопросы регулирования и качества оказания услуг до сих пор не определены, в 2025 году Роскачеством планируется проверка туристических агрегаторов. Уже проводится подготовка соответствующего стандарта и разработка методологии таких проверок. Данная проверка необходима с целью включения агрегаторов в реестр доверенных онлайн-площадок.

В Российской Федерации создана Ассоциация туристических агрегаторов (АТАГ) [1], в которую могут вступить участники отрасли цифрового туризма. В ее состав уже вошли МТС Travel, Ostrovok и Яндекс Путешествия. Основная цель АТАГ заключается в создании эффективных механизмов взаимодействия основных участников онлайн-рынка путешествий. Кроме того, ассоциация планирует предоставить туристам улучшенный сервис и технологические решения, а также разработать стандарты ведения бизнеса для туристических агрегаторов. Как видно из рисунка 1, в индустрии туризма действуют организации, специализирующиеся на разных аспектах туризма (экскурсии, музеи и т.д.) и представители бизнеса. Именно поэтому их интересы также должны быть учтены и включены в рамках ассоциации.

Крупные игроки – маркетплейсы, агрегаторы, банки, операторы сотовой связи – активно заходят на туристский рынок. Их преимущество заключается в возможности привлекать клиентов с помощью скидов и кэшбэков, в связи с чем обычные туроператоры и турагенты испытывают определенные трудности. Все агрегаторы, а также банки и сотовые операторы активно развивают свои «экосистемы», как следствие – растет сегмент бронирования авиабилетов, отелей и туристских услуг [8].

По мнению экспертов, на рынке туруслуг до сих пор не «выращено» доверие ни к одному бренду, а на рынке будут востребованы разные типы участников под различные запросы клиентов: большие универсальные экосистемы; компании, вырастившие доверие к бренду в нише путешествий; личные консультанты, обладающие экспертными знаниями. Согласно опросу турагентов, проблема самостоятельного бронирования через агрегаторы – одна из наиболее острых, которая следует сразу за размером комиссий и курсами валют (табл. 1). Одним из выходов из сложившейся ситуации эксперты видят внедрение современных технологий, в т.ч. нейросети. Однако, большая доля турагентов не готова внедрять в свою работу нейросети. Тем не менее, определенная доля туристов

предпочитает общение с живым турагентом. О значимости данного фактора свидетельствует внимание самих агрегаторов в сторону турагентов.

**Таблица 1.**

**Восприятие турагентами проблем на туристском рынке**

| Показатель                                | Серьезная проблема | Проблема, но не критично | Не беспокоит | Не думаю об этом |
|-------------------------------------------|--------------------|--------------------------|--------------|------------------|
| Малый размер комиссии                     | 64%                | 29%                      | 4%           | 3%               |
| Курсы валют                               | 63%                | 28%                      | 6%           | 3%               |
| Высокая стоимость туров                   | 55%                | 30%                      | 11%          | 4%               |
| Конкуренция с агрегаторами и экосистемами | 39%                | 35%                      | 20%          | 6%               |
| Уход туристов в самобронирование          | 37%                | 36%                      | 17%          | 9%               |
| Корректировка рейсов со стороны ТО        | 35%                | 50%                      | 9%           | 5%               |
| Недоступность многих направлений          | 29%                | 46%                      | 19%          | 6%               |
| Нехватка кадров                           | 19%                | 20%                      | 36%          | 25%              |
| Электронная путевка                       | 13%                | 32%                      | 41%          | 13%              |
| Взаимоотношения с туроператорами          | 6%                 | 44%                      | 44%          | 6%               |

*Составлено по [8]*

На российском рынке наблюдается активное развитие франчайзинговых моделей взаимодействия между агрегаторами и турагентствами. Например, компания Travelata имеет более сотни франчайзинговых офисов, что свидетельствует о значительном потенциале данного формата. Платформа YouTravel.me активно заявляет о своей заинтересованности в привлечении турагентов, предлагая им специализированные инструменты для работы. Tripster, в свою очередь, развивает агентский раздел, ориентированный на сотрудничество с профессиональными участниками рынка.

Одним из перспективных направлений взаимодействия агрегаторов и турагентств является консолидация предложений от небольших региональных поставщиков. В настоящее время турагенты сталкиваются с необходимостью заключения множества договоров с локальными туроператорами для доступа к уникальным турам. Агрегаторы могут взять на себя функцию консолидаторов, предоставляя турагентам доступ к широкому ассортименту региональных продуктов через единую платформу. Это позволит упростить процесс бронирования и снизить административную нагрузку на турагентства.

В результате анализа деятельности туроператоров и турагрегаторов, можно увидеть разницу в специфике продаваемого турпродукта и различия в инструментах продаж. В 2024 году туроператоры зачастую специализировались на санитарно-курортном отдыхе, а агрегаторы чаще всего продавали отдых в отелях и гостевых домах/апартаментах. Также доля агрегаторов выше в классическом городском туризме, поскольку потребители настроены на онлайн бронирование в силу высокой транспортной доступности и коротких сроков планирования поездок [6]

**Таблица 2.**

Средняя стоимость ночевки, приобретаемой через туроператоров, и через Яндекс Путешествия за май-сентябрь 2024 года

| Направление             | Средняя стоимость ночевки через туроператоров, май – сентябрь, руб. за номер | Средняя стоимость ночевки у Яндекс Путешествия, май – сентябрь, руб. за номер |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Краснодарский край      | 9 166                                                                        | 8 277                                                                         |
| Крым                    | 7 680                                                                        | 7 295                                                                         |
| Кавминводы              | 12 456                                                                       | 6 687                                                                         |
| Подмосковье             | 11 640                                                                       | 10 330                                                                        |
| Калининградская область | 10 030                                                                       | 8 059                                                                         |

Составлено по [6]

Разница в средней стоимости ночевки у туроператоров и агрегаторов объясняется разной структурой продаж (разным турпродуктом).

В результате анализа данных о долях бронирований в объектах различных категорий звездности в мае – сентябре 2024 года (табл. 3) у Яндекс Путешествий и у «Слетать.ру» (агрегатора туроператорских предложений), то можно сделать вывод о сфокусированности туроператоров на более дорогом турпродукте с высокими категориями звездности. У туроператоров доля продаж отдыха в классифицированных отелях 3\* и 4\* звезды совокупно составляет 75%, у агрегатора – 59%.

**Таблица 3.**

Доля продаж у туроператоров и у Яндекс Путешествий в мае-сентябре 2024 года

| Категория объектов  | Доля в продажах туроператоров, % | Доля в продажах у Яндекс Путешествий |
|---------------------|----------------------------------|--------------------------------------|
| Объекты «без звезд» | 11%                              | 29%                                  |
| Отели 1*            | 3%                               | 1%                                   |
| Отели 2*            | 7%                               | 6%                                   |
| Отели 3*            | 49%                              | 34%                                  |
| Отели 4*            | 26%                              | 25%                                  |
| Отели 5*            | 4%                               | 5%                                   |

Составлено по [6]

В целом, по мнению экспертов АТОР, при схожести аудиторий туроператоров и агрегаторов в интересах (например, органически совпадают наиболее популярные сезоны, массовые регионы отдыха и категории отелей), у каждого сегмента есть естественная рыночная специализация, способствующая параллельному росту как туроператорского, так и агрегаторского сегментов рынка.

### **Выводы**

Таким образом, в условиях цифровизации экономики и увеличения спроса на онлайн-бронирование туристские агрегаторы становятся ключевым элементом туристской инфраструктуры, удовлетворяя современные запросы потребителей. На фоне, с одной стороны, усиления конкуренции между агрегаторами и традиционными участниками, их взаимодействие, с другой стороны, может способствовать созданию единой экосистемы, где каждый участник дополняет друг друга. Развитие современных технологий (искусственный интеллект, big data и блокчейн) открывает новые возможности для персонализации услуг и улучшения пользовательского опыта.

Развитие агрегаторов сталкивается с рядом регуляторных и правовых ограничений, а условия их деятельности законодательно не определены. Именно поэтому для дальнейшего развития необходима гармонизация законодательства и создание благоприятной правовой среды. Совместные инициативы, создание единых стандартов качества и продвижение туристских продуктов посредством агрегаторов будут способствовать устойчивому развитию туристской отрасли.

### **Литература**

1. АТАГ подвела итоги 2024 года в самостоятельном цифровом туризме [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://atagg.ru/tpost/54znjayhg1-atagg-podvela-itogi-2024-goda-v-samostoya> (Дата обращения 19.02.2025).
2. Ахремчик Д. В., Ветитнев А. М. Туристические агрегаторы в России: эволюция, текущие тенденции и стратегии развития // РЭиУ. 2024. №2 (78). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turisticheskie-agregatory-v-rossii-evolyutsiya-tekuschie-tendentsii-i-strategii-razvitiya> (Дата обращения: 11.02.2025).
3. Козлова В. А. Использование агрегаторов для продвижения и реализации туристских продуктов, сформированных в сфере внутреннего туризма // Путь в науку. Современная национальная экономика: молодые ученые - новый взгляд: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Орёл, 28–29 марта 2024 года. Орёл: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева», 2024. С. 247-255. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=68584825> (Дата обращения 11.02.2025 г.)
4. Копырин А. С. Анализ концепций рынка туристических платформ в контексте развития цифровой экономики // Международный научно-исследовательский журнал. 2024. № 11(149) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=75140838> (Дата обращения 11.02.2025 г.)
5. Проект Федерального закона «О туризме и туристической деятельности в Российской Федерации» (подготовлен Ростуризмом, ID проекта 02/04/12-21/00123892) (не внесен в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 29.12.2021) <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PRJ&n=215881&dst=#1RV3WcUYQ5rqu1Xs>

6. Работы хватило всем: летний туристический сезон 2024 года в России в цифрах АТОР и Яндекс Путешествий [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/59666> (Дата обращения 19.02.2025).
7. Сирик Н. В., Кусков А. С. К вопросу об ответственности владельцев агрегаторов информации о туристских услугах // Право: теория и практика-2023: Сборник научных статей. Витебск: Витебский государственный университет им. П.М. Машерова, 2023. С. 92-96. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54741288> (Дата обращения 11.02.2025 г.)
8. Съедят ли агрегаторы турагентов? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://profi.travel/articles/61664/details> (Дата обращения 11.02.2025 г.)
9. Фролова Е. А. Формирование конкурентных преимуществ туристических агентств перед онлайн-сервисами в современных условиях // Вестник университета. 2021. № 10. С. 99-103.
10. Tourinn Инновации в туризме: официальный сайт. [Электронный ресурс] Режим доступа [https://tourinn.ru/tourex\\_me\\_technology/tourex\\_02](https://tourinn.ru/tourex_me_technology/tourex_02) (Дата обращения 12.02.2025 г.)

V. V. Verna<sup>1,2</sup>  
S. D. Dimitrieva<sup>3</sup>

---

***Modern trends and prospects in development  
of travel aggregators in the Russian  
Federation***

---

<sup>1</sup> Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol

<sup>2</sup> Sevastopol branch of Plekhanov Russian University of Economics, Sevastopol

*e-mail: nica2605@rambler.ru*

<sup>3</sup> Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol

*e-mail: snezhanaturizm@yandex.ru*

---

**Abstract.** *The essence and features of travel aggregators, modern trends in the activities of travel aggregators in Russia are reviewed in the article. The concept of aggregators is described, special attention is paid to the specifics of the activities of aggregator owners providing information on tourist services. The possibility of interaction between tour operators and travel agents with aggregators in the context of growing demand for tourist products is considered.*

**Keywords:** *travel aggregators, domestic tourism, tourist services, online service, non-contact service.*

***References***

1. ATAG podvela itogi 2024 goda v samostoyatel'nom cifrovom turizme URL: <https://atagg.ru/tpost/54znjayhg1-atag-podvela-itogi-2024-goda-v-samostoya> (in Russian).
2. Ahremchik D. V., Vetitnev A. M. Turisticheskie agregatory v Rossii: evolyuciya, tekushchie tendencii i strategii razvitiya // REiU. 2024. №2 (78). URL:

- <https://cyberleninka.ru/article/n/turisticheskie-agregatory-v-rossii-evolyutsiya-tekuschie-tendentsii-i-strategii-razvitiya> (in Russian).
3. Kozlova V. A. Ispol'zovanie agregatorov dlya prodvizheniya i realizacii turistskih produktov, sformirovannyh v sfere vnutrennego turizma // Put' v nauku. Sovremennaya nacional'naya ekonomika: molodye uchenye - novyj vzglyad: Materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Oryol, 28–29 marta 2024 goda. Oryol: Federal'noe gosudarstvennoe byudzhethoe obrazovatel'noe uchrezhdenie vysshego obrazovaniya «Orlovskij gosudarstvennyj universitet imeni I.S. Turgeneva», 2024. S. 247-255. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=68584825> (in Russian)
  4. Kopyrin A. S. Analiz koncepcij rynka turisticheskikh platform v kontekste razvitiya cifrovoj ekonomiki // Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal. 2024. № 11(149) URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=75140838> (in Russian)
  5. Proekt Federal'nogo zakona «O turizme i turisticheskoy deyatel'nosti v Rossijskoj Federacii» (podgotovlen Rosturizmom, ID proekta 02/04/12-21/00123892) (ne vnesen v GD FS RF, tekst po sostoyaniyu na 29.12.2021) <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PRJ&n=215881&dst=#1RV3WcUYQ5rqu1Xs> (in Russian)
  6. Raboty hvatilo vsem: letnij turisticheskij sezon 2024 goda v Rossii v cifrah ATOR i YAndeks Puteshestvij URL: <https://www.atorus.ru/node/59666> (in Russian).
  7. Sirik N. V., Kuskov A. S. K voprosu ob otvetstvennosti vladel'cev agregatorov informacii o turistskih uslugah // Pravo: teoriya i praktika-2023: Sbornik nauchnyh statej. Vitebsk: Vitebskij gosudarstvennyj universitet im. P.M. Masherova, 2023. S. 92-96. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54741288> (in Russian)
  8. S"edyat li agregatory turagentov? URL: <https://profi.travel/articles/61664/details> (in Russian)
  9. Frolova E. A. Formirovanie konkurentnyh preimushchestv turisticheskikh agentstv perez onlajn-servisami v sovremennykh usloviyakh // Vestnik universiteta. 2021. № 10. S. 99-103. (in Russian)
  10. Tourinn Innovacii v turizme: oficial'nyj sajt. URL: [https://tourinn.ru/tourex\\_me\\_technology/tourex\\_02](https://tourinn.ru/tourex_me_technology/tourex_02) (in Russian)

*Поступила в редакцию 21.02.2025 г.*