


Организация  
электронной  
торговли на рынке  
туристических услуг

Выполнили: Александрова Мария  
Тесленко Наталья  
Соковнина Василиса



# Проблемы туристического бизнеса в сфере электронной коммерции.

Жалобы клиентов:

связаны с

- мошенничеством агентов по продаже авиабилетов,
- некачественной работой электронных туристических бюро, сервисов дистанционного бронирования отелей, аренды автомобилей и предоставлением прочих услуг



# План

---

1. Обзор мирового рынка
2. Обзор российского рынка
3. Проблемы развития логистики в сегменте
4. Концепция интернет-магазина «MOXITO TUR»

# Мировой рынок туристических услуг



# Тенденции

1. Приключенческий туризм.
2. Экологический туризм (природный туризм).
3. Культурно-познавательный туризм.
4. Круизы.
5. Тематический туризм (тематические объекты и парки).



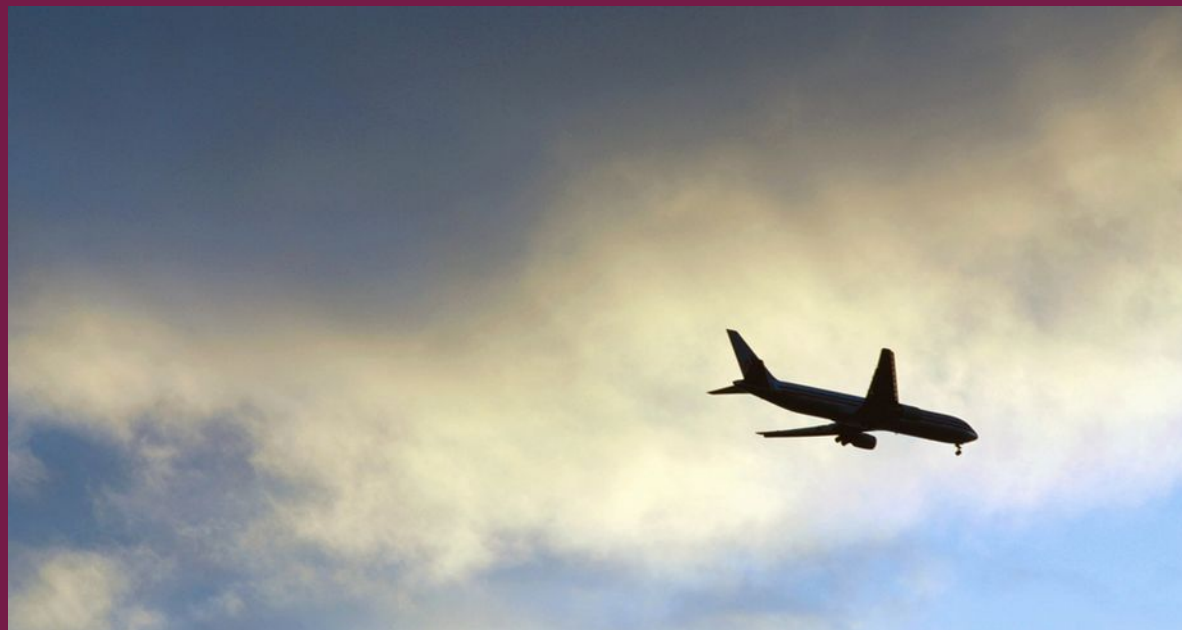
# Факторы формирования и развития рынка туристических услуг



# Российский рынок туристических услуг



# Российский рынок туристических услуг



Продажи туристических услуг в России: 430 млрд руб.  
в 2014 году

Объем рынка в 2014 USD: 11,2 млрд \$

9 млрд. \$ (2013)

## Зачем ездят?



DATA  
insight

Источник: совместное исследование Data Insight и PayPal

Рост кол-ва пассажиров на международных\* рейсах, %% к соответствующему месяцу предыдущего года



**Отличие 2015 г. до 2009 г.:**  
тогда спад внутрироссийских авиаперевозок начался быстрее и был глубже, чем в международных перевозках

6 лет назад (2008-2009)

Источник: данные Росавиации

DATA  
insight

\* без учета рейсов между Россией и странами СНГ

# Тенденции российского туристического рынка

1. Переориентация отрасли на внутренний туризм
2. Военно-исторические маршруты
3. Экономия на отдыхе
4. Рост числа граждан, выезжающих за границу



# Проблемы онлайн-туризма и пути их решения

# Проблемы туристического бизнеса в сфере электронной коммерции.

Жалобы клиентов:  
связаны с

- мошенничеством агентов по продаже авиабилетов,
- некачественной работой электронных туристических бюро, сервисов дистанционного бронирования отелей, аренды автомобилей и предоставлением прочих услуг





4 июня 2015-го года в Москве, в медиа-центре Rambler&Co, состоялся круглый стол «Рынок онлайн-тревел в России: проблемы и их решения». Инициатором мероприятия выступил РОЦИТ - от лица интернет-пользователей, столкнувшихся с «нечестным» сервисом игроков рынка онлайн-туризма (ОТА).



---

## Справка:

РОЦИТ — некоммерческая организация, объединяющая активных интернет-пользователей России. Создает платформу для взаимодействия пользователей, бизнеса, государства, а также решения острых вопросов, связанных с IT-отраслью.





# Трудности и проблемы в системе онлайн-туризма:

- хаотичность системы,
- неотлаженные схемы взаимодействия с разными участниками как внутри отрасли, так и за ее пределами,
- некое техническое отставание, несоответствие и даже в некоторых моментах неразвитость законодательства,
- отсутствие четкого механизма регулирования. Последнее приводит к развитию теневого сегмента отрасли, на уловки нечестных представителей которого попадают пользователи, и конечно, к дискредитации бизнеса в целом.

## Социальные факторы, которые не успевают за развитием онлайн-туризма:

- разная степень кредитоспособности населения в регионах страны,
- цифровая неграмотность,
- страх быть обманутым при оплате по банковской карте.



# Предложения РОЦИТ по решению проблем

## потребителей, которые возникают в ОТА:

- 1) внести в законы дополнения с поправкой на развитие электронных сервисов и услуг (в первую очередь, в законы «О туристической деятельности» и «О защите прав потребителей»)
- 2) разработать свод правил безопасности интернет-туриста
- 3) разработать принципы саморегулирования рынка
- 4) создать добровольный реестр (или «белый список») туристических онлайн-агентств, оператором которого может выступить Роскомнадзор



б) создание общего списка проблем и вопросов ОТА (в частности, онлайн-агенты отказываются быть приравненными к «классическим» туроператорам, получать банковские гарантии – «дополнительные гарантии не нужны, поскольку онлайн-услуга предоставляется мгновенно»)

7) возможное создание отдельной комиссии по вопросам развития рынка онлайн-туризма в рамках e-commerce-кластера РАЭК

8) максимальное регламентирование в отрасли





Интернет – магазин  
«MOXITO TUR»



# Наша цель:

---

- ✓ лидерство в сегменте культурно-познавательного туризма;
- ✓ формирование современной маркетинговой стратегии продвижения туристического продукта на внутреннем и международном рынках;

# Наша миссия

---

Миссия – содействовать развитию туристической отрасли в России, выведению российского туризма на уровень, соответствующий международным стандартам, предоставлять качественные туристические услуги, удовлетворяющие потребностям туристов.



# Проблемы реализации формата:

---

- ✓ Неразвитость транспортной сферы;
- ✓ Обмен/возврат билетов. Приобретенные в онлайн билеты не возвращаются и не меняются. ;
- ✓ Безопасность оформления услуг. Подтверждение бронирований происходит в онлайн, а значит возможны разного рода мошенничества и сбой систем;
- ✓ Нестабильность цен. Колебания курса могут менять цены несколько раз в день. Особенно в кризисные периоды.



# Решение:

- ✓ Инициативы федерального уровня по изменению действующего законодательства туристической отрасли могут оказаться эффективной мерой воздействия и стимулировать к развитию как внешний, так и внутренний туризм;
- ✓ Автоматизация и информатизация внутреннего туристического рынка: мера, направленная на развитие внутренних направлений туризма и отдыха: пользователь не должен испытывать дефицита предложений или страдать от неполной/искаженной информации о предоставляемых услугах;
- ✓ Социальная и просветительская работа также важна: уровень доверия населения к онлайн-бронированию и покупке туристических услуг постепенно растет, но он все еще ниже аналогичных показателей для Европы и США. Однако, потенциальных онлайн-туристов в России уже сейчас больше, чем, например, в Испании, Греции, Италии, Чехии.

# Оценка рынка сбыта

---

- ✓ Средняя частота покупки 1-2 раза в год;
- ✓ Средняя стоимость путёвки составляет 35000;
- ✓ Фактическая емкость рынка в натуральном выражении составляет около 1,67 млн. чел.;
- ✓ Конкуренты: Корал Тревел, Натали Турс.

# Корал Тревел

---

- Компания Coral Travel основана в 1992 году.
- Предлагает лучшие курорты и отели в 28 странах мира.
- В компании уделяют огромное внимание системе управления качеством и человеческим ресурсам.
- Осуществляется всесторонний контроль качества всех составляющих турпродукта на каждом этапе его формирования, продвижения и реализации.



# Натали Турс

---

- Основана так же в 1992 году.
- Многопрофильная туроператорская компания, специализирующаяся на массовом отдыхе, но учитывающая индивидуальные потребности каждого отдыхающего.
- К услугам клиентов широкий и постоянно растущий ассортимент предложений



# МОХИТО TUR

---

- Развивающаяся компания на рынке туристических услуг.
- Бонусная программа для постоянных покупателей. Акции, конкурсы, лотереи с призами.
- Ведение блога о путешествии под названием «Как это было».



# Организация рекламы

---

- ✓ Создание сообществ в социальных сетях;
- ✓ Выставки и мероприятия;
- ✓ Создание онлайн-путеводителя по странам, городам и курортам;

# Вывод

---

Развитие онлайн-рынка неизбежно, потому что развивается интернет и развиваются программы и приложения. Кроме того, сами туристы с удовольствием делятся впечатлениями в личных блогах и соцсетях, тем самым создавая спрос на те или иные направления. Но пока это происходит «методом тыка», не имеет общей системы — порядка не будет, как и стабильного спроса и высокой маржинальности





СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!

