

Рынок online travel

Итоги 2013 года, прогнозы 2014

Федор Вирин

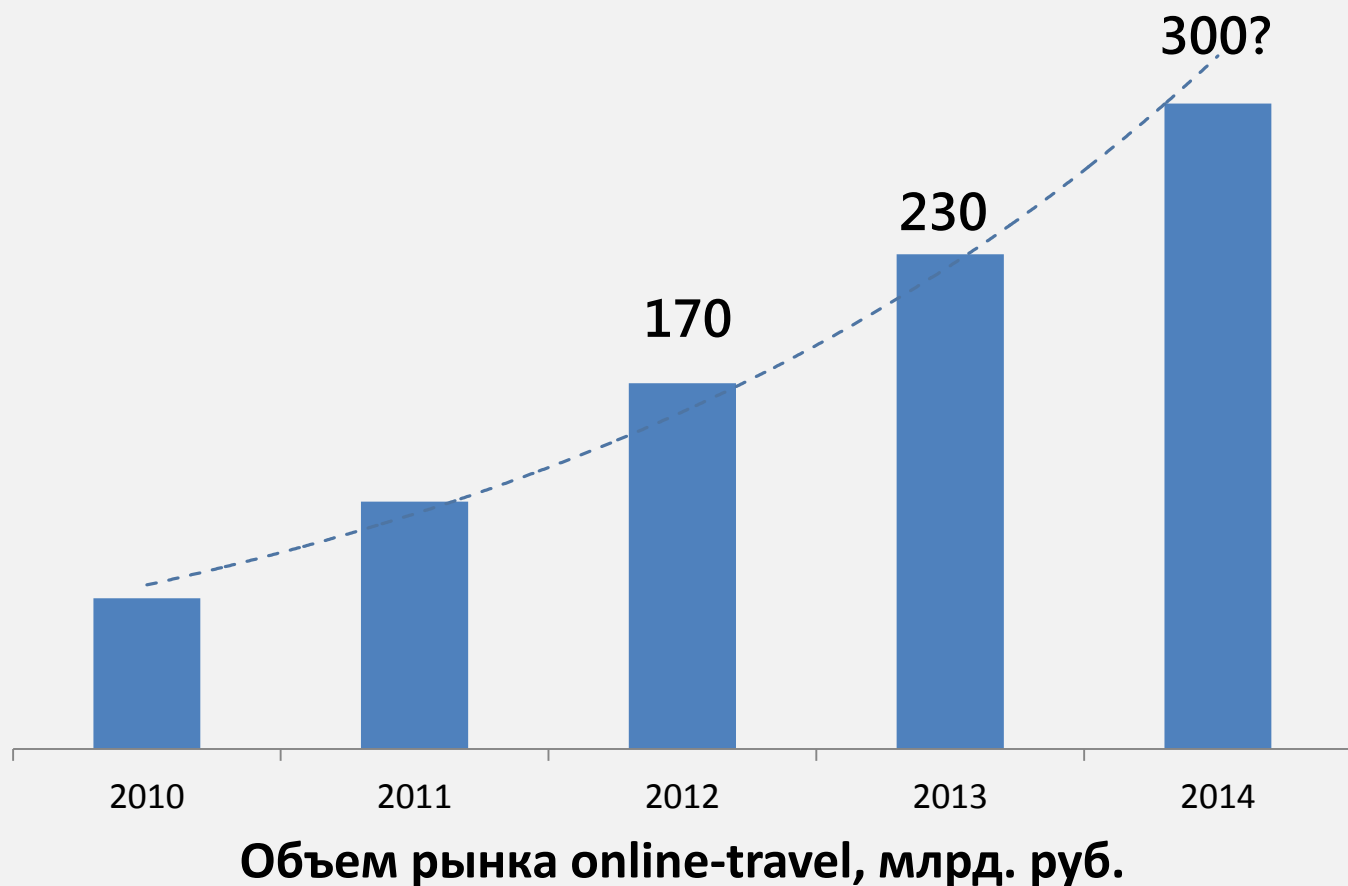
Data Insight
The World of E-Travel
май 2014



Российский рынок online-travel

- **230 млрд. рублей** или \$ 7,2 млрд. (2013)
- рост рынка в 2013 г.:
 - в рублях **+35% (ниже прогноза)**
 - в долларах +32%
- прогноз роста на 2014 год:
 - не более 30%
 - менее 25% в долларах
- прогноз объема рынка: 300 млрд. рублей

Динамика рынка



E-travel 2013: 9 млн. человек

Исследование аудитории

Совместно с PayPal мы провели исследование поведения интернет-аудитории:

- Онлайн-опрос (на базе онлайн-панели)
- Период: 13-19 февраля 2014 г.
- Целевая аудитория: российские интернет-пользователи (все регионы и все типы населенных пунктов) в возрасте от 18 до 54 лет
- Дизайн выборки: квоты на (а) пол и возраст, (б) макрорегион, (в) онлайн-стаж (количество лет пользования интернетом)
- 2541 успешное интервью
- Данные опроса были перевзвешены по полу, возрасту, макрорегиону и онлайн-стажу, поведению в сети

Все данные приводятся для перевзвешенной выборки.

DA
TA
insight



Удел активного меньшинства

Что из перечисленного вы делали хотя бы раз за последние 12 месяцев?



63 % совершали какие-либо покупки через интернет

Σ 94 % совершали какие-либо онлайн-действия, связанные с поиском и покупкой товаров и услуг

DATA
insight



Подробнее

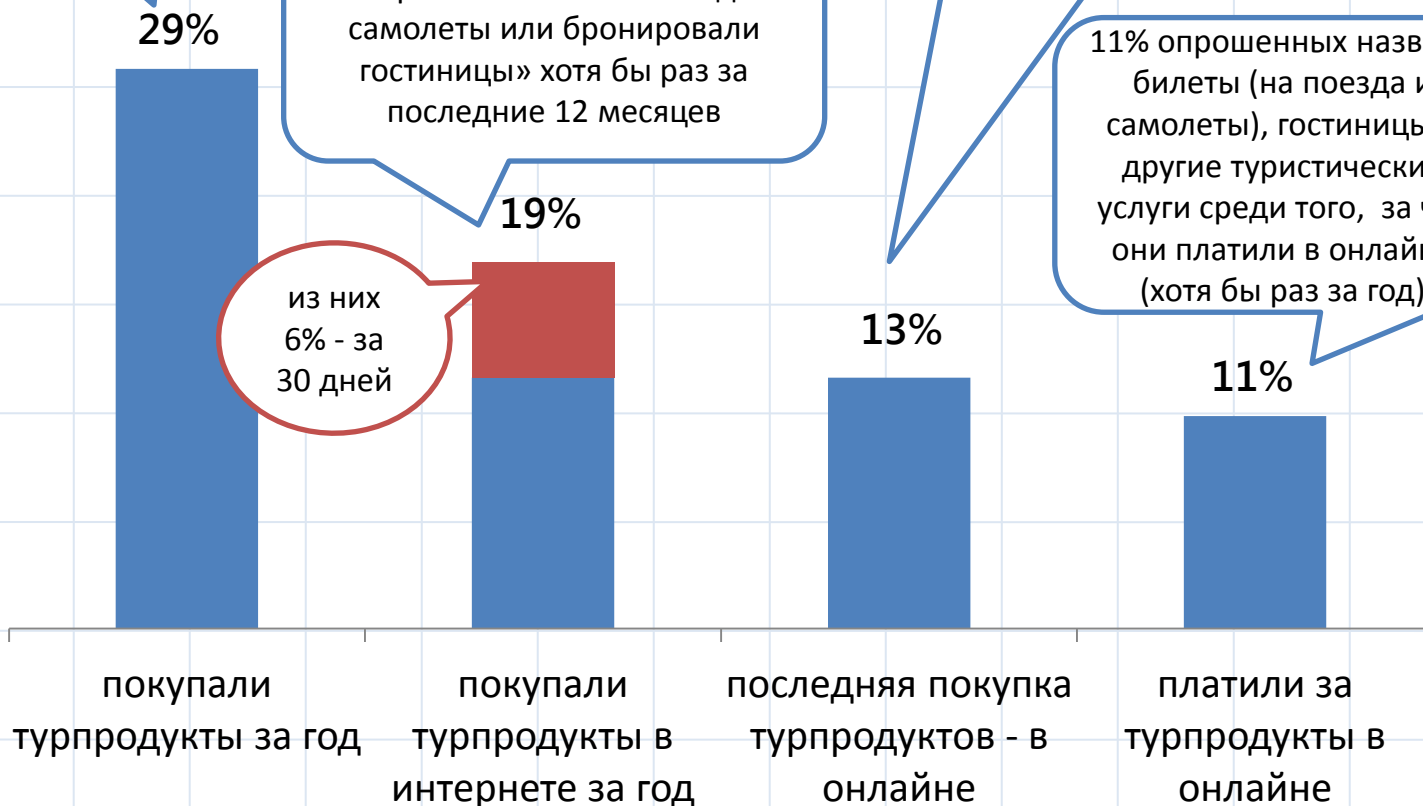
только 29% опрошенных указали, что за последние 12 месяцев они покупали (не важно – в онлайн или в оффлайне) билеты на поезд или самолет, туры или гостиницы

19% ответили, что «покупали в интернете билеты на поезда и самолеты или бронировали гостиницы» хотя бы раз за последние 12 месяцев

13% указали как минимум одну категорию турпродуктов, в которой последнюю по времени покупку они заказывали и оплачивали в интернете

11% опрошенных назвали билеты (на поезда и самолеты), гостиницы и другие туристические услуги среди того, за что они платили в онлайн (хотя бы раз за год)

из них 6% - за 30 дней



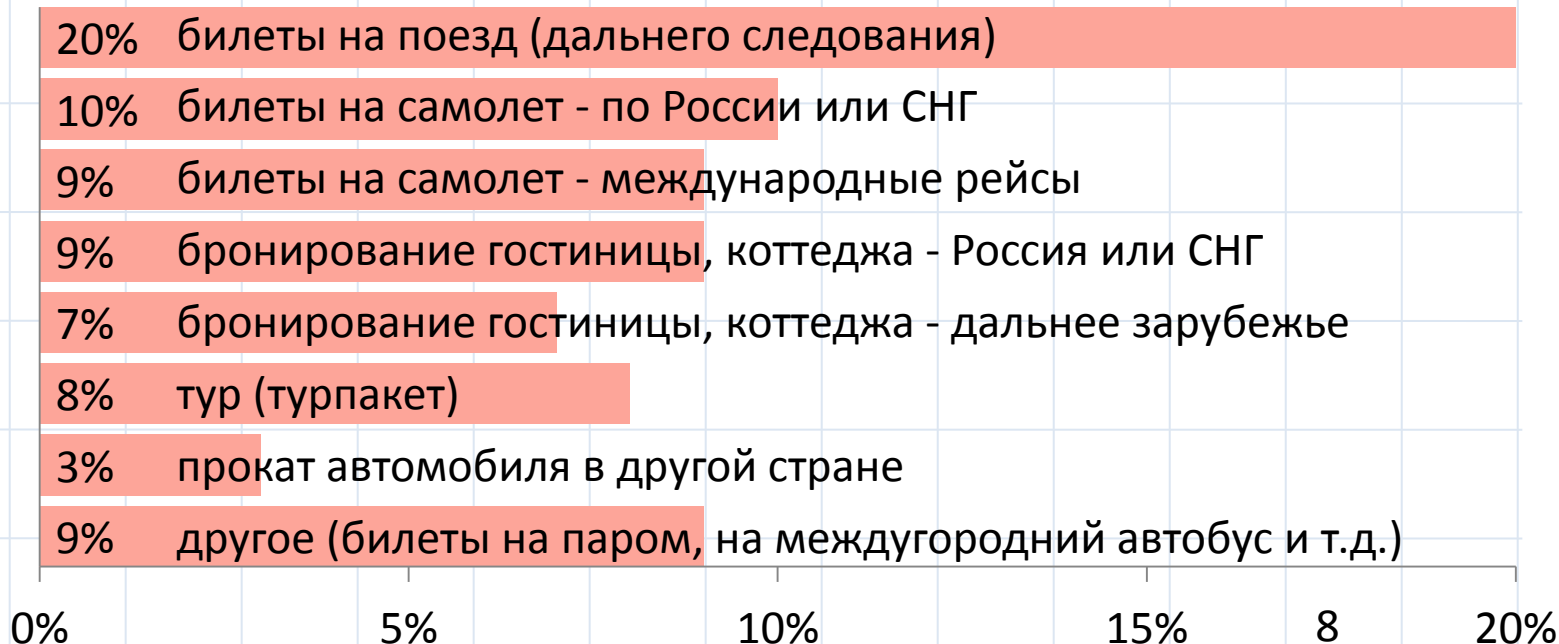
DATA
insight



Что покупают интернет-пользователи

«Если говорить о билетах и туристических сервисах, то что из перечисленного вы покупали хотя бы раз за последние 12 месяцев и как именно вы совершили последнюю по времени покупку?»

(сумма ответов "купил и оплатил в интернете", "выбрал в интернете, оплатил не в интернете", "и выбрал, и оплатил не в интернете (напр., в кассе, агентстве и т.д.)", "не помню, как именно покупал«)



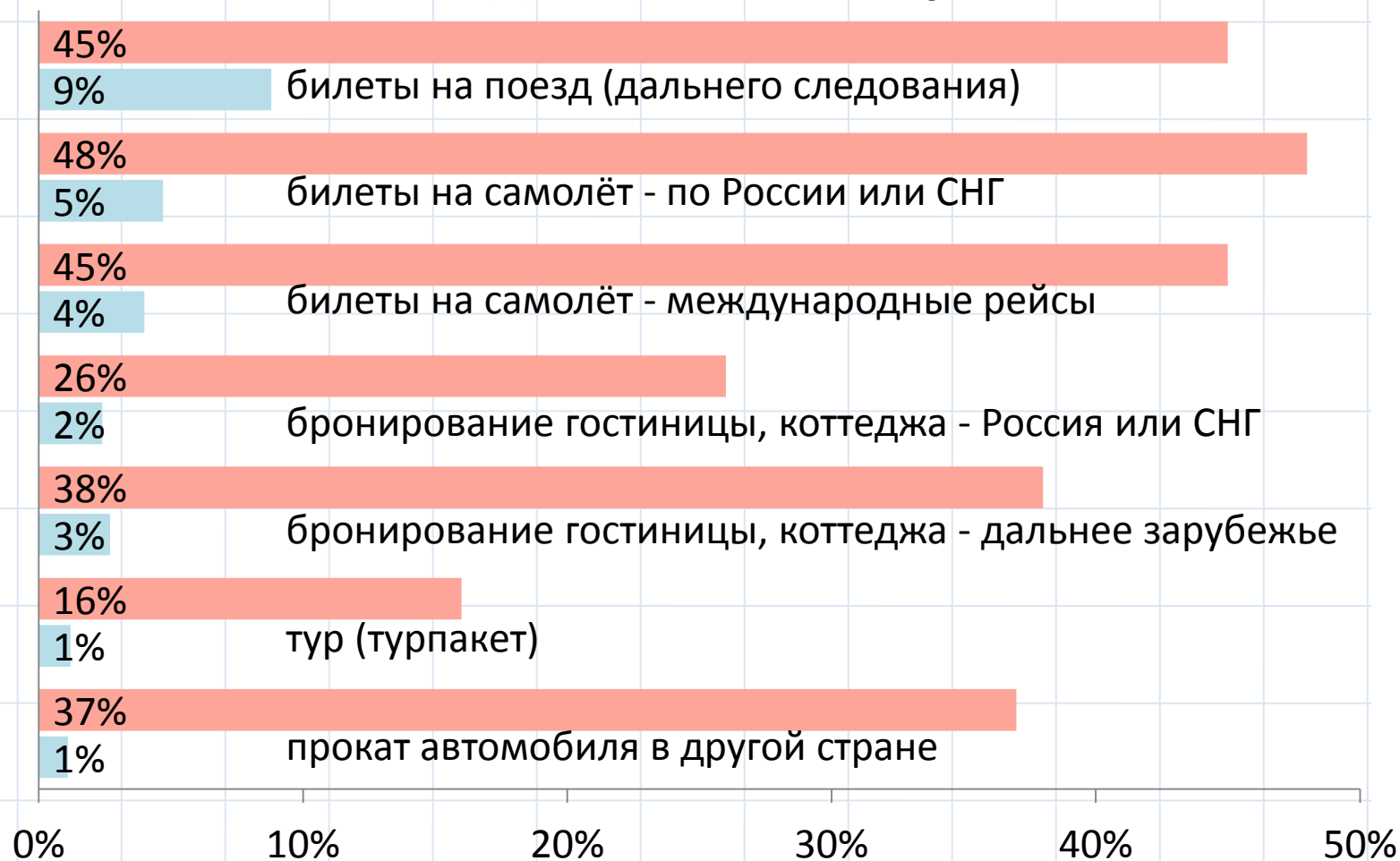
DATA
insight



Билеты – лидеры интернетизации

■ % от респондентов, совершавших покупки в данной категории

■ % от всех респондентов **Доля онлайн-покупателей**



DATA
insight



Оплачиваем в онлайн



60% онлайн-билетов

50% зарубежных гостиниц

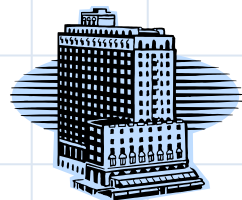


50% забронированных автомобилей
за рубежом



40% зарубежных туров

40% российских гостиниц



33% покупателей туров при последней по времени покупке вообще не использовали интернет (другие категории – 11-20%)

DA
TA
insight

PayPal

E-travel: 100% аддикция!

DA
TA
insight



Факторы роста рынка

Покупатели в e-travel в зависимости от стажа пользования интернетом



DATA
insight



Data Insight

Исследовательская компания **Data Insight**

Исследования и консалтинг рынков:

e-commerce, интернет-реклама, интернет-стартапы



Контакты:

a@datainsight.ru

+7 495 5405906

www.datainsight.ru

www.facebook.com/DataInsight

[www.slideshare.net/Data Insight](http://www.slideshare.net/Data_Insight)