



eTravel в России - 2018

статистика и тенденции



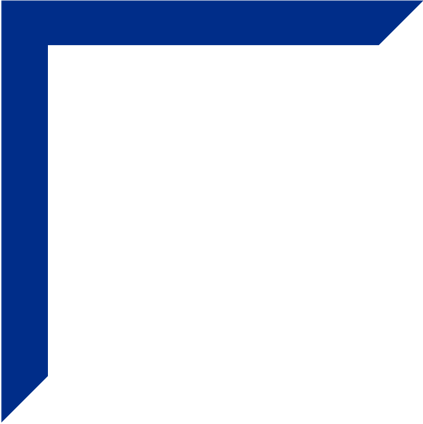
DA
TA
insight

TravelHub – 2018
Москва, май 2018



Динамика потребления туристических услуг





1. Авиаперевозки растут
(последние 12 месяцев к предыдущим 12 месяцам):

внутрироссийские **+11%**

(в прошлый раз такой рост был в 2014 г.)

международные **+34%**

(в прошлый раз такой рост если и был, то в прошлом тысячелетии)

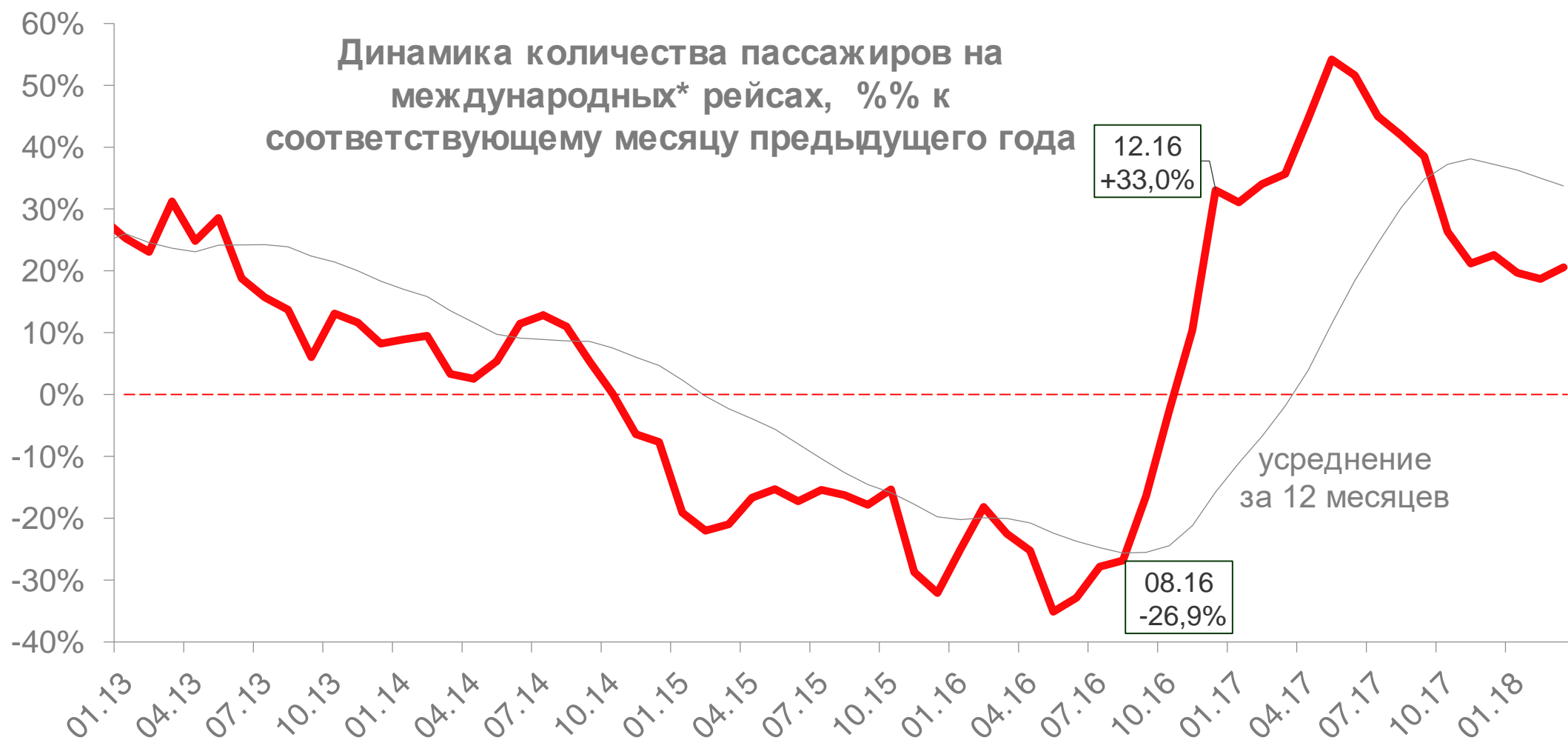
Внутренние авиаперевозки

Рост год к году: не менее +9% даже относительно высоких показателей начала 2017 г. и +11% в среднем за 12 последних месяцев



Источник: данные Росавиации, оценки Data Insight

Международные перелеты

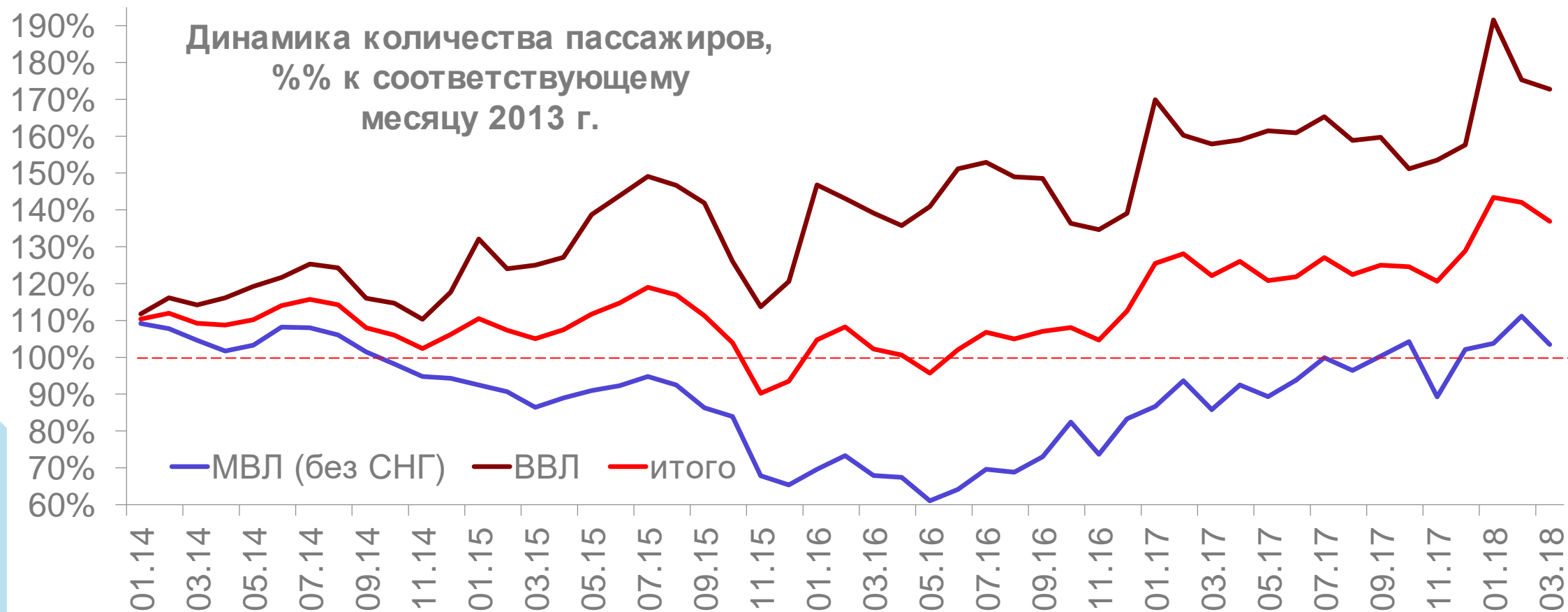


Без учета рейсов между Россией и СНГ. Источник: данные Росавиации

Сравнение с 2013



2018Q1: +40% за 5 лет - исключительно за счет внутрироссийских перевозок (+80%).
Дальнее зарубежье с лета 2017 г. – на уровне показателей 2013 г. ($\pm 11\%$)



Источник: данные Росавиации

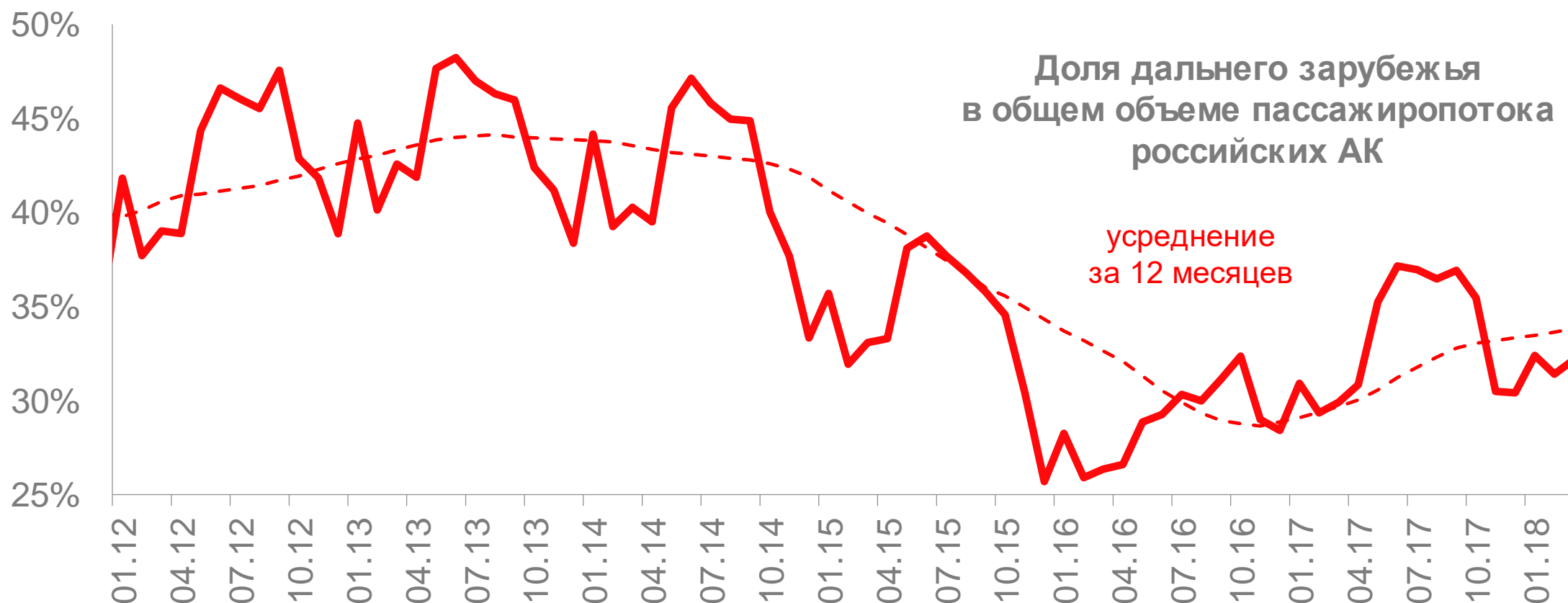


2. Доля дальнего зарубежья в пассажиропотоке достигла 34%

Это на 5 п.п. выше минимума полуторалетней давности, но на 10 п.п. ниже максимума конца 2013 года

Авиа: доля дальнего зарубежья

Последние 5 месяцев (начиная с ноября 2017 г.) доля дальнего зарубежья в структуре авиаперевозок всего лишь на 2 п.п. выше, чем была 12 месяцев назад



Источник: данные Росавиации

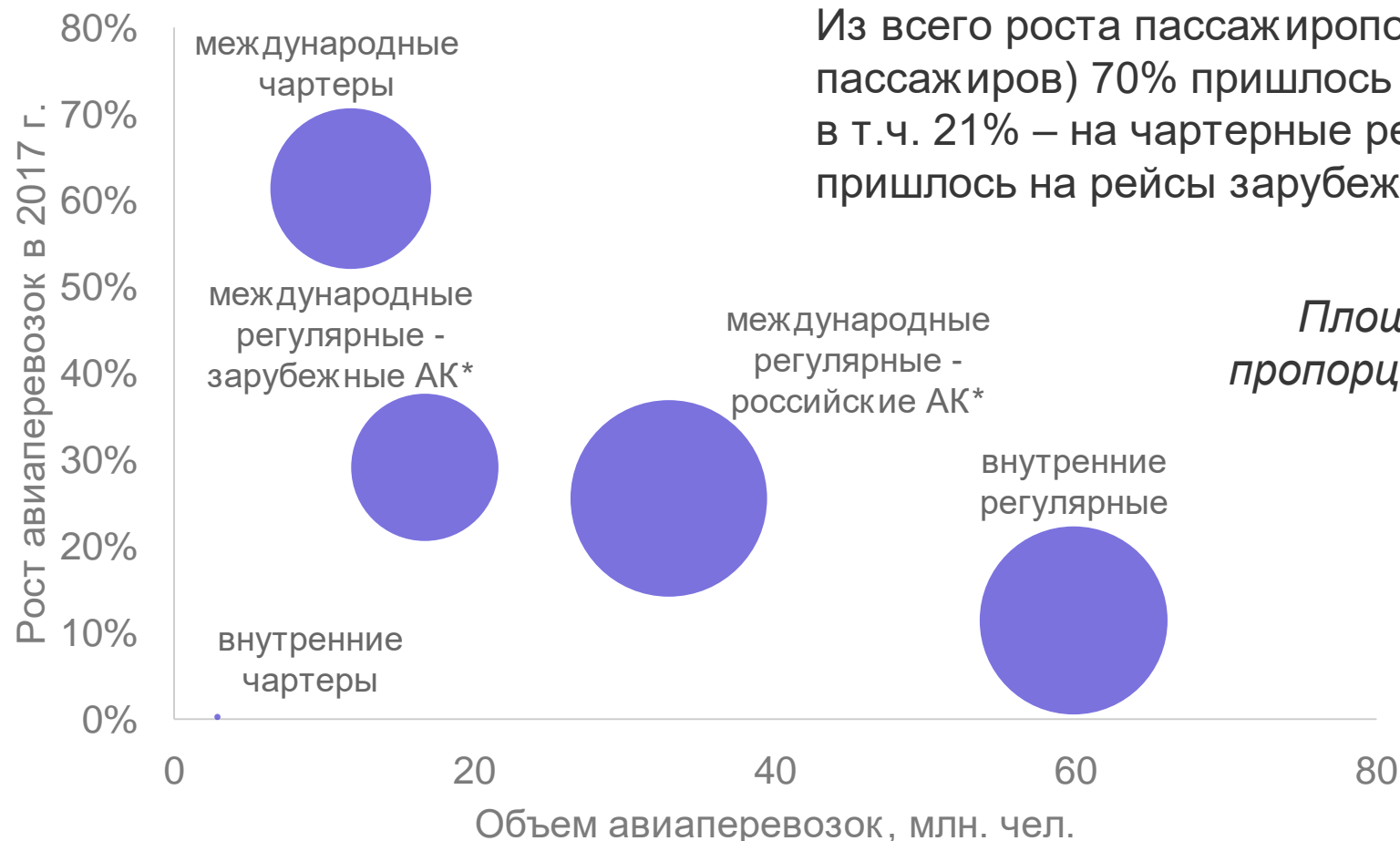


3. Количество денег на розничном рынке растет медленнее пассажиропотока:

- снижается средняя дальность перелетов (в 2017 г. -3% для МН и -1% внутри России)
- снижается средняя выручка на 1 пкм* (Группа Аэрофлот, 2017: -8% для МН и -1% внутри России)
- самый быстрорастущий сегмент – международные чартеры (+61%)

* Пкм = пассажирокилометр

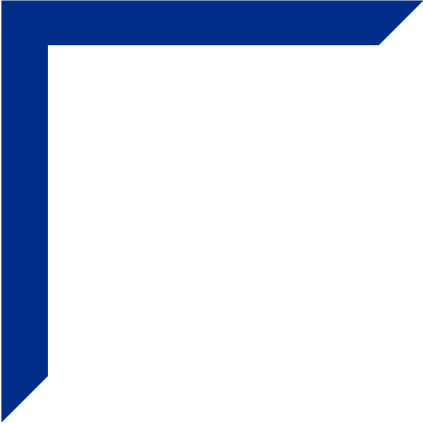
Лидер роста: международные чартеры



Из всего роста пассажиропотока в 2017 г. (+21 млн пассажиров) 70% пришлось на международные рейсы, в т.ч. 21% – на чартерные рейсы (еще 18% прироста пришлось на рейсы зарубежных авиакомпаний)

Площадь сегментов на графике пропорциональна объему прироста пассажиропотока в 2017 г.

* Оценка распределения регулярных международных авиаперевозок между российскими и зарубежными АК сделана на основе предположений о доле чартерных перевозок в перевозках зарубежных авиакомпаний в 10% (2016 г.) и об одинаковых темпах роста чартерных перевозок у российских и зарубежных АК в 2017 г.



4. Растут все сегменты выездного туризма
(и в 2017 году динамика резко улучшилась),
тогда как внутри России растут только авиаперевозки

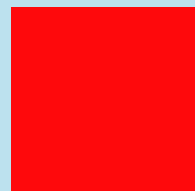
Тревел-индикаторы: зарубежные поездки

2016	2017
Выезды из РФ (без СНГ и приграничных стран) -21%	Выезды из РФ (без СНГ и приграничных стран) +46% [+17% без Турции]
Международные авиаперелеты (без СНГ) -14%	Международные авиаперелеты (без СНГ) +37%
Международные регулярные авиаперелеты (без СНГ) -7%	Международные регулярные авиаперелеты (без СНГ) +27%
Продажи зарубежных туров -35%	Продажи зарубежных туров +60% [оценка DI, в основном за счет 8-кратного роста потока в Турцию]

Тревел-индикаторы: внутри России

2016	2017
Внутренние авиаперелеты +7% [наименьший рост с 2009 г.]	Внутренние авиаперелеты +11% [динамика лучше, чем в 2016 г., но хуже, чем в 2014-2015 гг.]
Поезда дальнего следования +4% [лучшая динамика за 12 лет]	Поезда дальнего следования +1% [динамика хуже, чем в 2016 г., но до этого 3 года спада на 5-7% в год]
Продажи туров по России +15%	Продажи туров по России ? Туроператоры: спад до 30% по Крыму, стагнация по другим направлениям
Количество ночевок в гостиницах +14% [продолжение тренда прошлых лет]	Количество ночевок в гостиницах +1% [до этого непрерывный рост с 2010 г.]

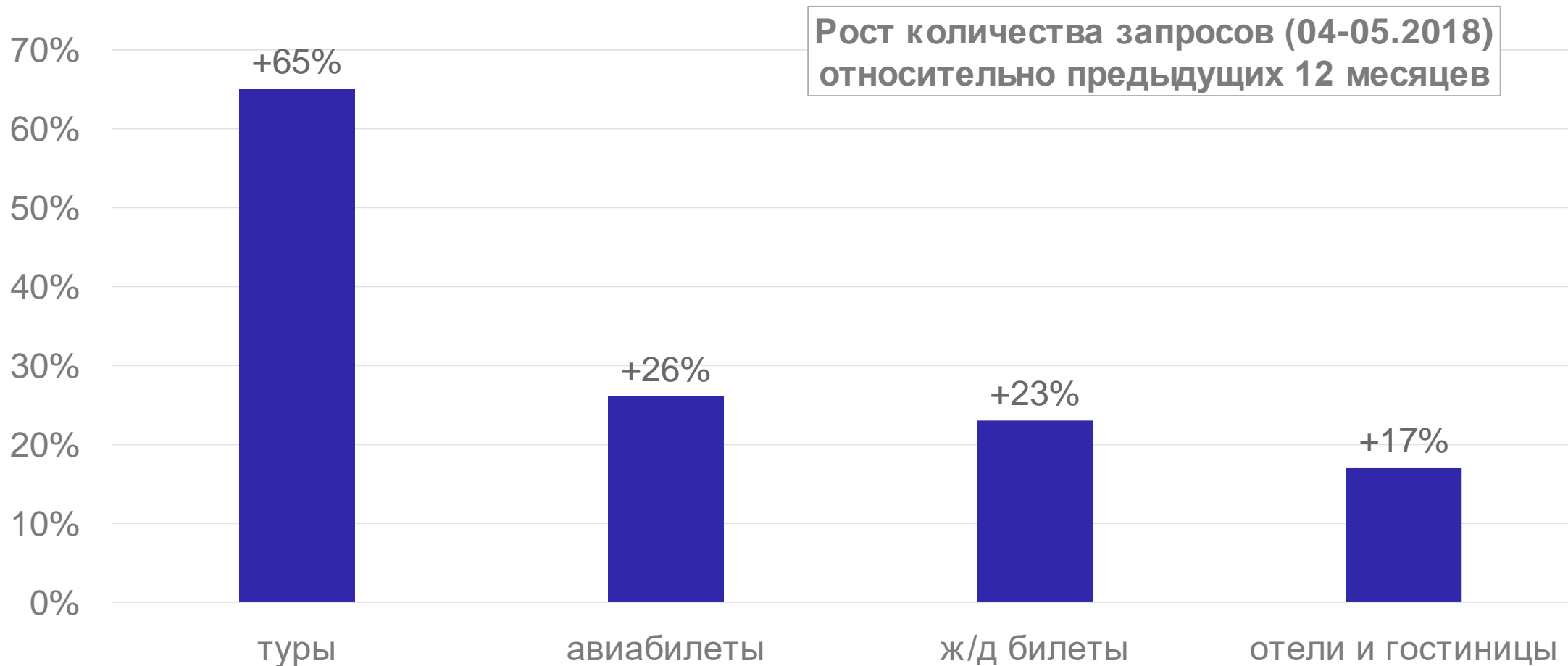
Теперь собственно
про онлайн





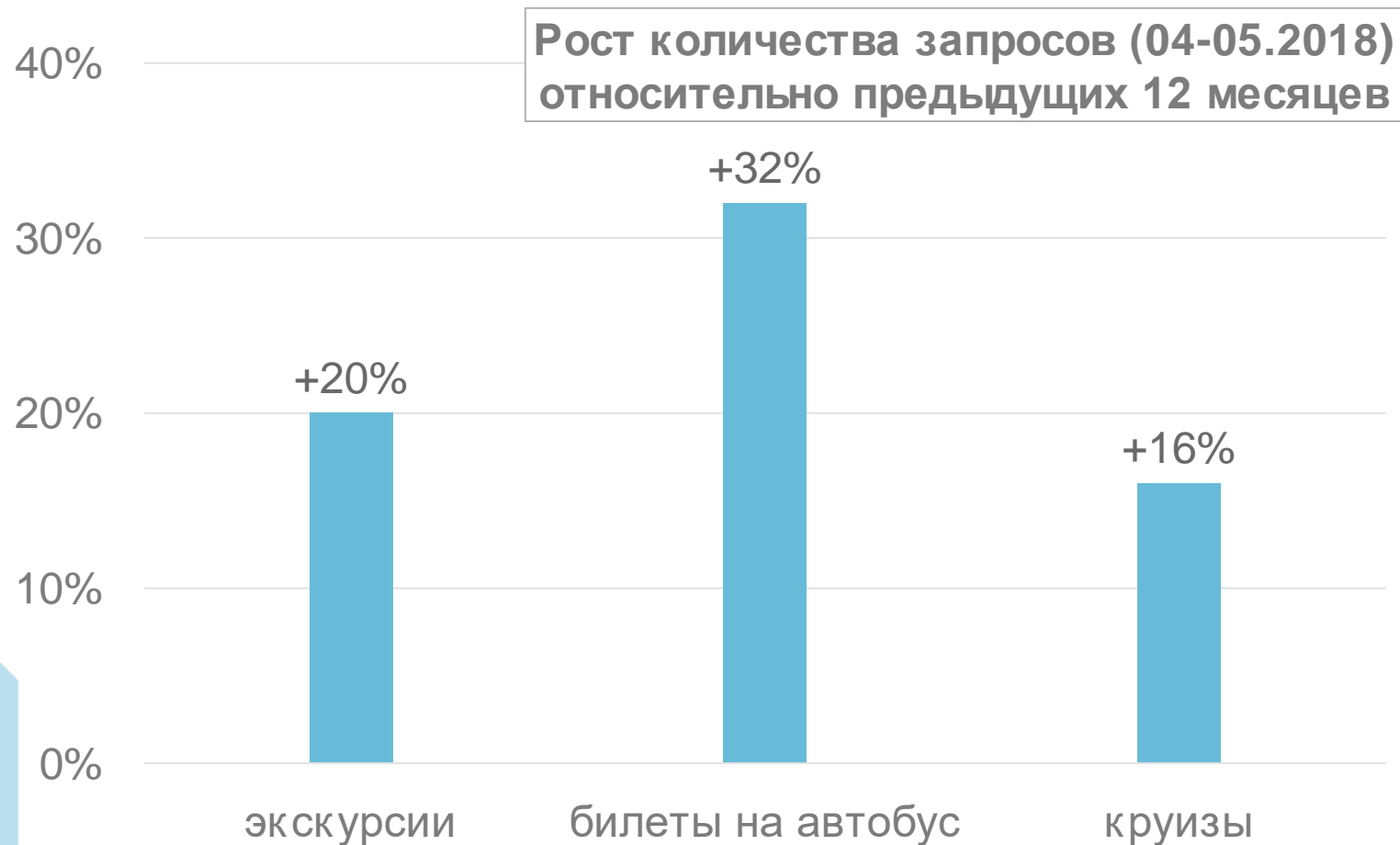
5. Поисковый спрос растет на 15-25% в год.
Единственное исключение – туры, где рост более 60%

Динамика поискового спроса (Яндекс)

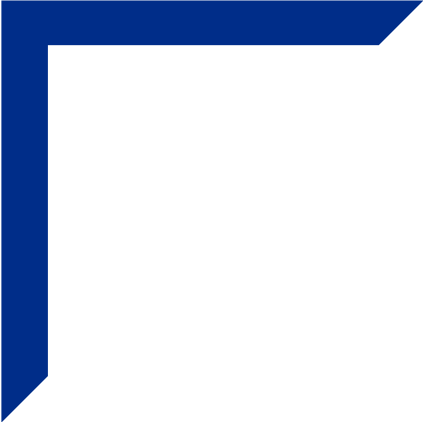


Данные по wordstat.yandex.ru. Для авиабилетов учитываются ключевые фразы «авиабилеты» и «билеты самолет», для билетов на поезда – ключевые фразы «билет» + «поезд», «жд» или «ржд». Для всех категорий исключены неформатные запросы по учитываемым словам

Динамика поискового спроса (Яндекс)



Единственный «малый» сегмент рынка, в котором поисковый спрос растет существенно быстрее рынка eTravel в целом – это билеты на автобусы



6. Поисковый спрос не всегда показателен – например, для авиабилетов

Поиск авиабилетов

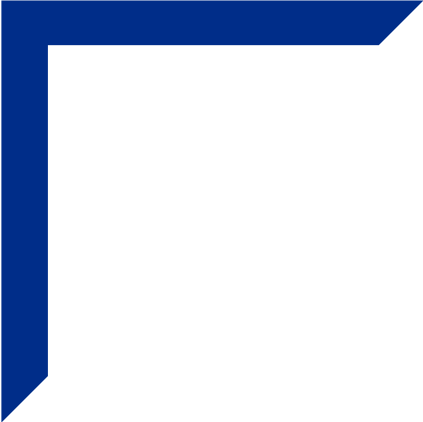
Все поисковые системы, пользователи из России (оценка):

В месяц около **10-12 миллионов** запросов, относящимся к авиабилетам (поисковых запросов больше, чем перелетов)

Поисковые запросы про авиабилеты:

- **в 1,5 раза больше**, чем запросов про билеты на поезда
- Но **в 2 раза меньше**, чем запросов про бронирование отелей и гостиниц
- И чуть меньше, чем запросов про туры

Билеты в поиске ищут сравнительно редко – значительная часть покупателей уже знает, на каких сайтах можно выбрать и купить билеты (по этой же причине количество запросов про билеты растет медленнее онлайн-продаж билетов)



7. Рынок eTravel в России – почти 800 миллиардов рублей (2017) со стабильным ростом чуть более 20% в год

eTravel: рост в 11 раз за 7 лет

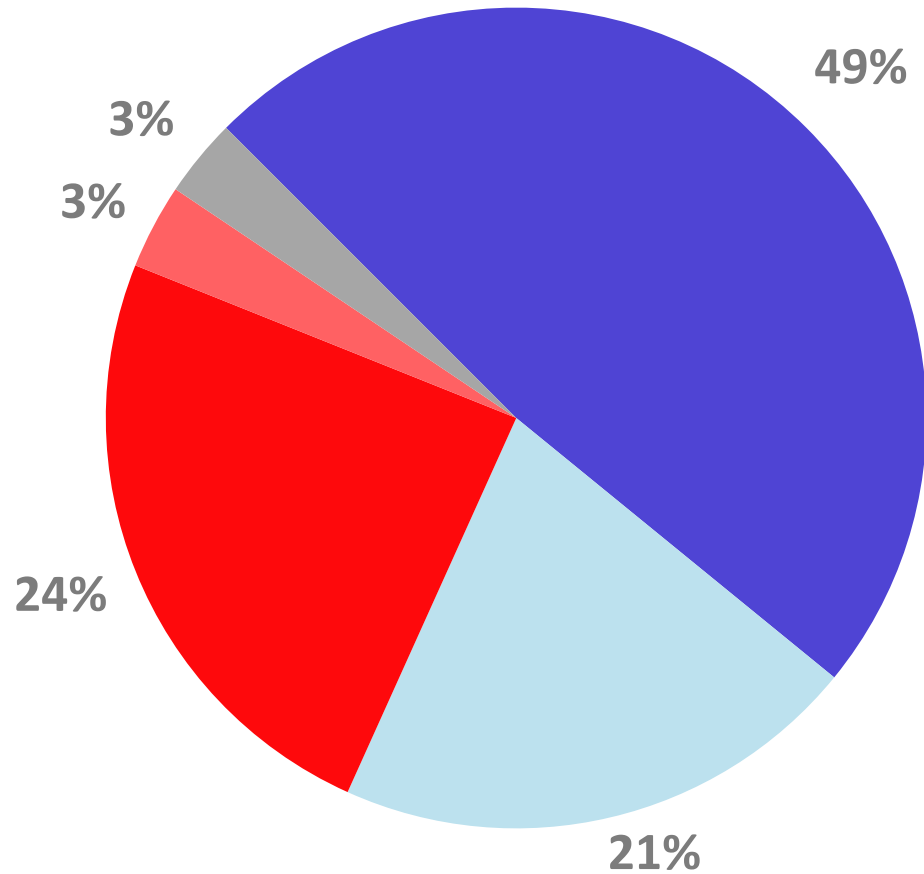
Онлайн-продажи туристических услуг
российским покупателям, млрд руб.



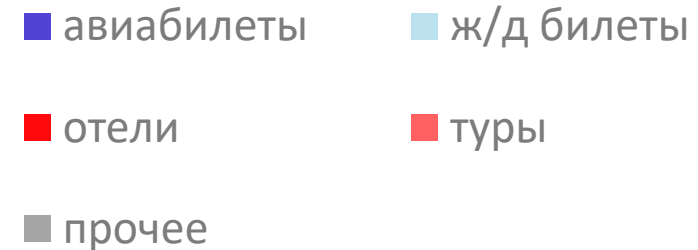
Объем онлайн-продаж указан включая НДС

Структура рынка eTravel (2017)

По-прежнему половина рынка в деньгах - это авиабилеты
(в количестве продаж сегменты авиа и жд сопоставимы)

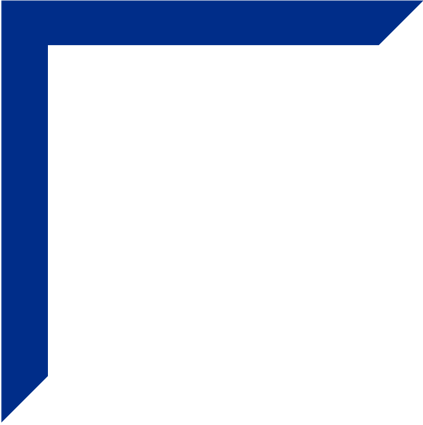


Распределение
онлайн-продаж
по сегментам



Онлайн-продажи авиабилетов





8. Все больше трафика (и продаж)
забирают сайты авиакомпаний

Авиабилеты: структура трафика. Осень 2017



Данные SimilarWeb (топ-30 сайтов по посещаемости), август-октябрь 2017, десктоп

Авиабилеты: структура трафика. Весна 2018



Данные SimilarWeb (топ-30 сайтов по посещаемости), февраль-апрель 2018, десктоп



9. Два совершенно разных рынка – в браузерах и в приложениях

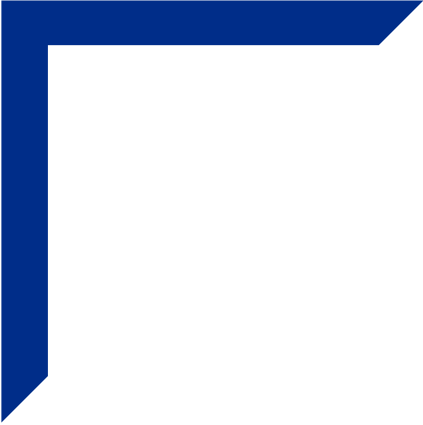
Две экосистемы

Продажи через браузер (включая мобильный веб)	Продажи через приложения
Редколетающие пассажиры Стандартный средний чек	Частолетающие пассажиры Повышенный средний чек, большой разброс заказов по стоимости
Главный фактор: цена	Главный фактор: удовлетворенность сервисом продавца
Высокие расходы на привлечение трафика	Условно бесплатная аудитория
Преобладание прямых продаж АК над продажами OTA	Лидерство (временно?) OTA
Много трафика (большая аудитория) - но низкая конверсия	Небольшая аудитория - но отличная конверсия

Аудитория сайтов и приложений

	Аудитория сайтов (Россия) в месяц	Количество установок приложения, весь мир, за весь период
Метапоисковики: Aviasales, Skyscanner	6,5-9,5 млн.	~10 млн.
ОТА с популярными приложениями: OneTwoTrip, Ozon, Tutu	2-4 млн.	2-10 млн.
Букинги авиакомпаний: Aeroflot, S7	2-3 млн.	2-10 млн.
Продавцы билетов с непопулярными приложениями: Победа, Kupibilet, Biletplus	1-1,5 млн.	<0,5 млн.

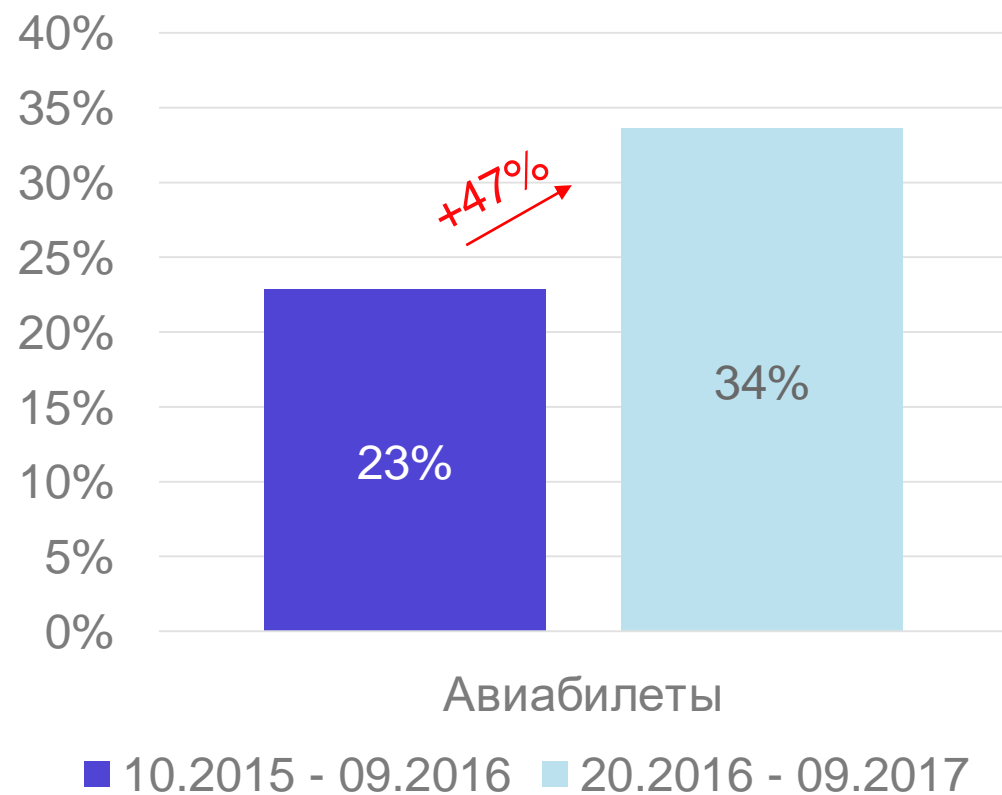
NB! Активная аудитория мобильных приложений в разы меньше количества установок



10. Аудитория мобильного веба – особая
(очень специфичная) аудитория

«Мобилизация» поискового спроса

Доля поисковых запросов со смартфонов
(Яндекс, данные за 24 месяца)



Источник: данные wordstat.yandex.ru

- За 12 месяцев доля смартфонов в поиске авиабилетов увеличилась на **11 процентных пунктов**
- Количество запросов со смартфонов увеличилось на 90%, а с десктопов и планшетов – только на 11%
- Смартфоны аккумулировали **71%** от всего прироста количества запросов про авиабилеты
- Выше среднего (на 2-3 п.п.) доля запросов со смартфонов в Москве, на юге страны и на Дальнем Востоке

Интересы мобильной аудитории

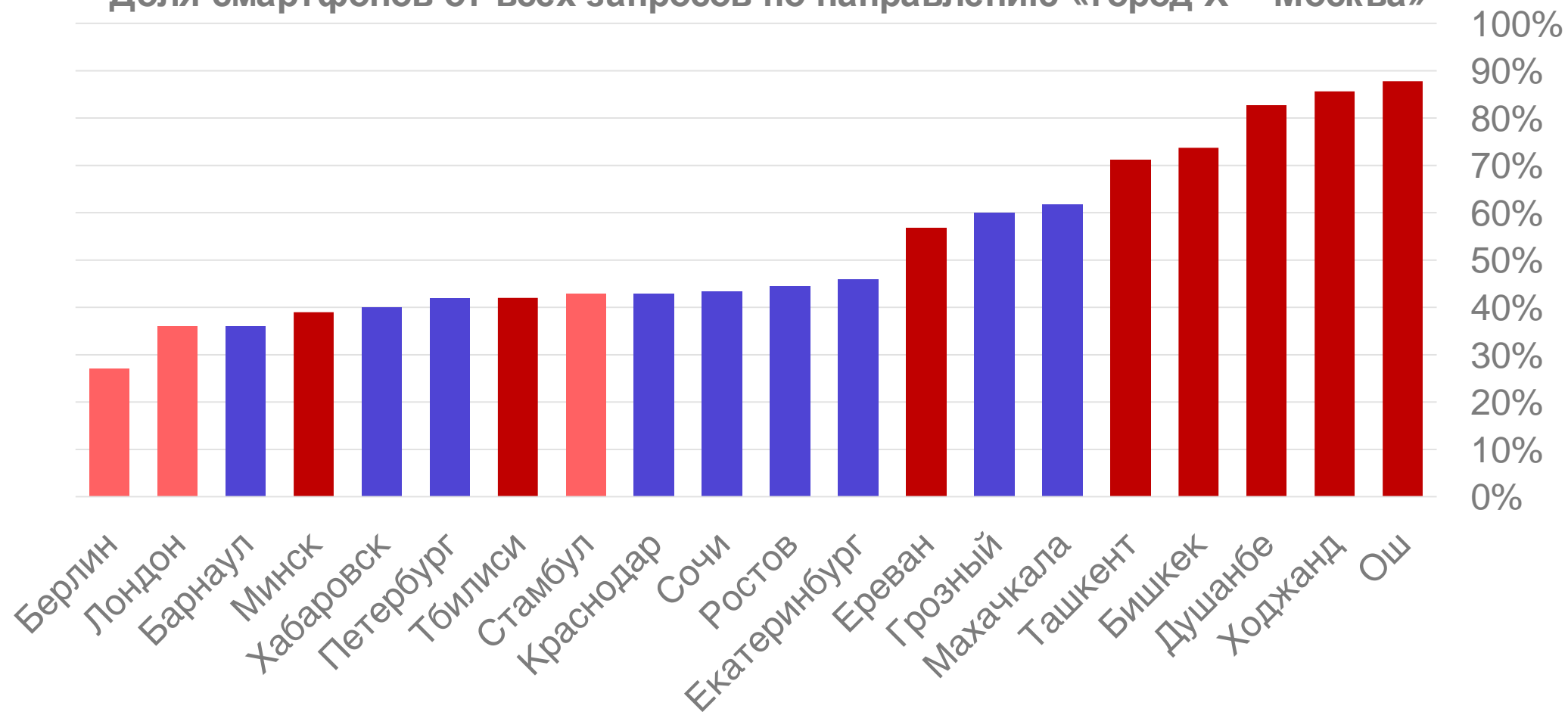
Пример: топ направлений по запросам со словами «авиабилеты» и «Москва» (данные Яндекса, сентябрь 2017). Только 4 направления (Симферополь, Сочи, Краснодар и Ереван) входят в топ-10 и на десктопах, и на смартфонах

	Десктопы	Планшеты	Смартфоны
1	Симферополь	Симферополь	Ош
2	Сочи	Сочи	Симферополь
3	Краснодар	Ереван	Сочи
4	Екатеринбург	Краснодар	Душанбе
5	Ростов-на-Дону	Ташкент	Ташкент
6	Санкт-Петербург	Махачкала	Ереван
7	Ереван	Ош	Махачкала
8	Уфа	Екатеринбург	Худжанд
9	Калининград	Мин.Воды	Бишкек
10	Мин.Воды	Калининград	Краснодар

Источник: данные wordstat.yandex.ru, октябрь 2017

Интересы мобильной аудитории

Доля смартфонов от всех запросов по направлению «город X – Москва»



Источник: данные wordstat.yandex.ru, октябрь 2017

Что такое Data Insight?

Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях, консалтинге и аналитике в области Интернета

Где все это можно узнать:

a@datainsight.ru +7 495 5405906

Борис Овчинников b@datainsight.ru

Федор Вирин f@datainsight.ru