

# Российский рынок путешествий. Статистика оффлайна и онлайн



Data Insight

*Конференция TravelHub - 2017*

*Май 2017*

# Динамика потребления туристических услуг

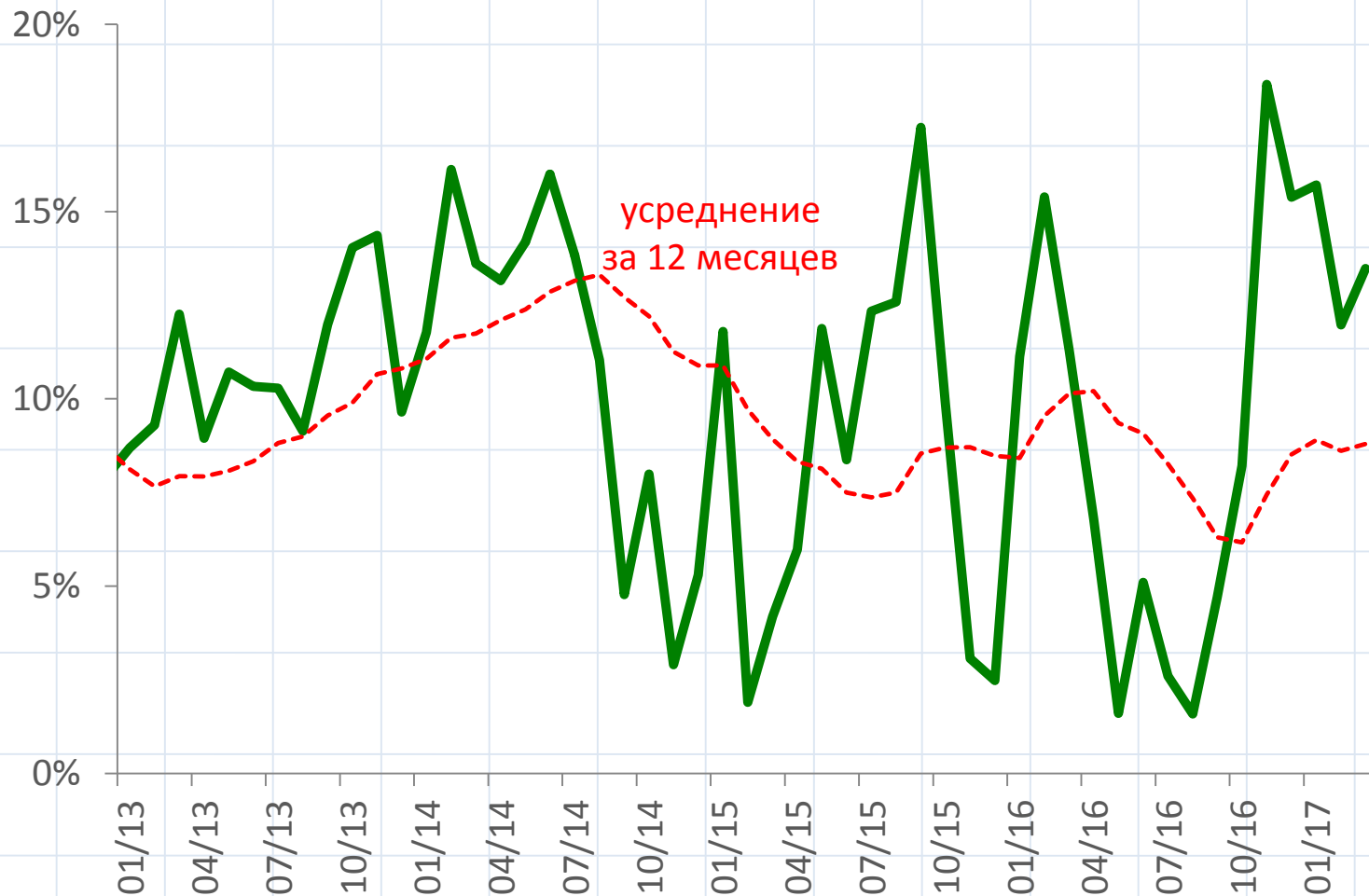
# Международные перелеты

Динамика количества пассажиров на международных\* рейсах, %% к соответствующему месяцу предыдущего года

Источник: данные Росавиации

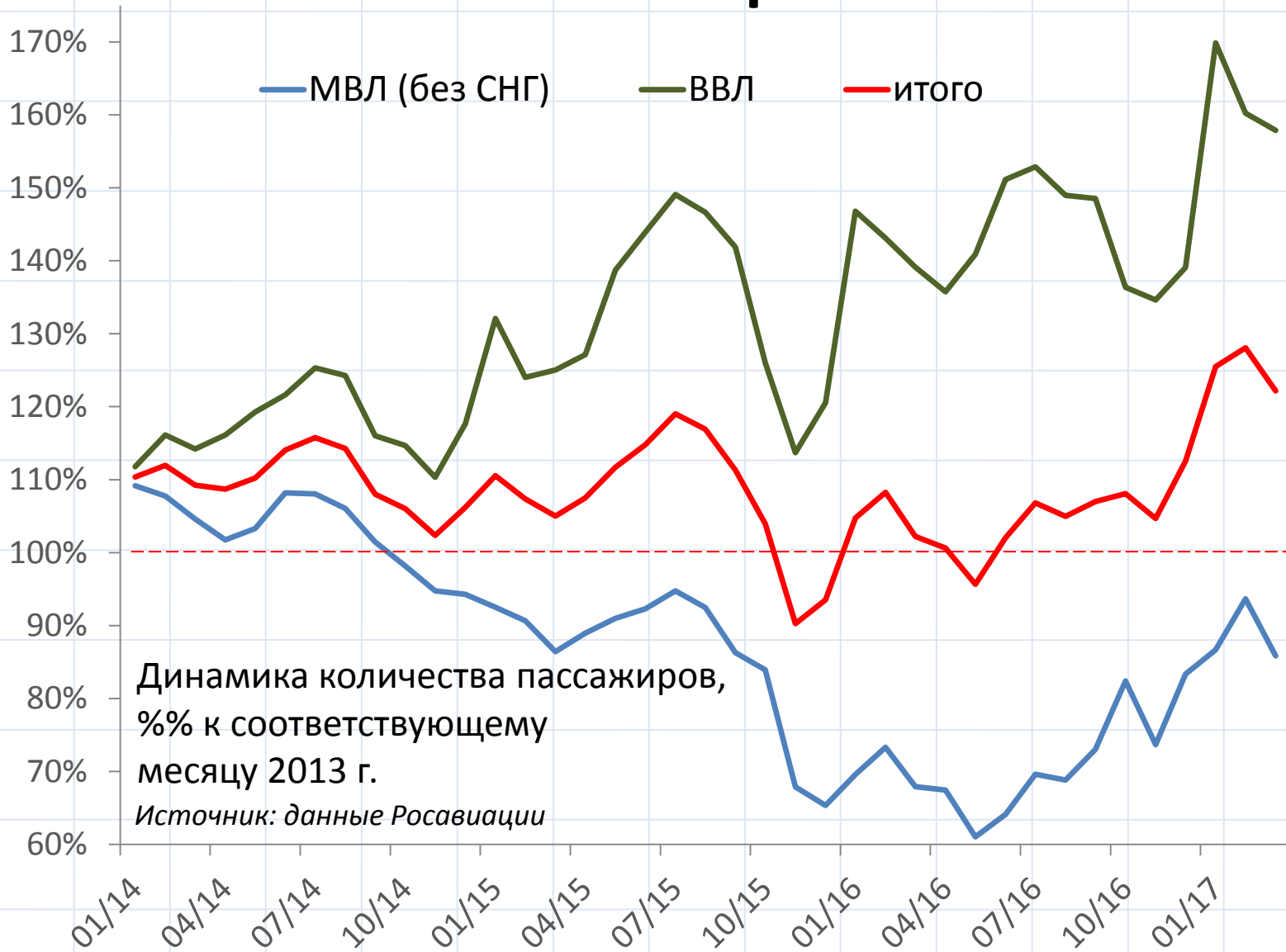


# Внутренние авиаперевозки



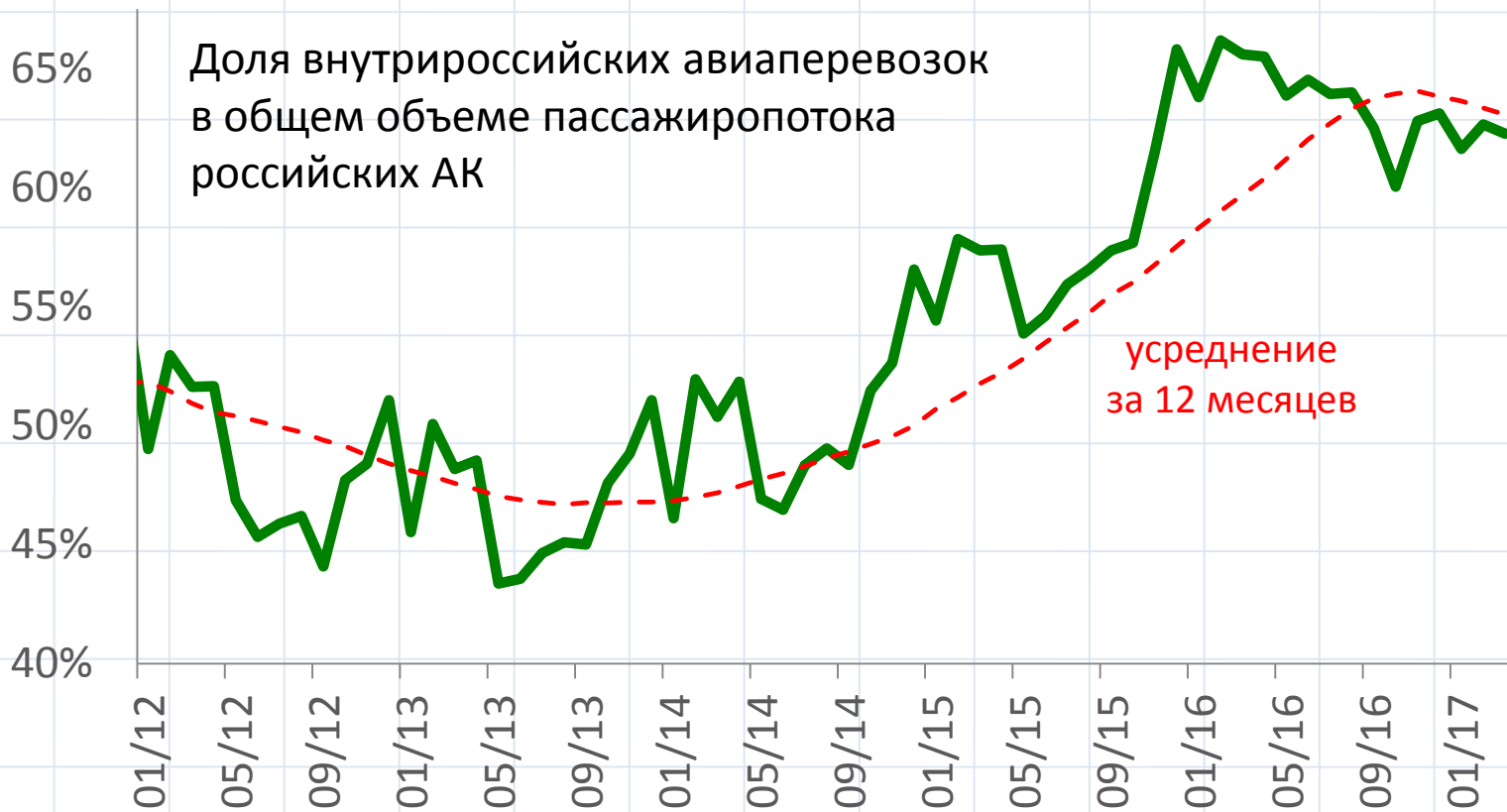
Рост кол-ва пассажиров на внутренних рейсах,  
%% к соответствующему месяцу прошлого года

# Сравнение с 2013 г.



# Структура рынка

Начало 2016 г. – рекордная (для XXI века) доля  
внутрироссийских перевозок. С декабря 2016 г. –  
смена тренда



Источник: данные Росавиации

# Внутри России

Въездной поток («с целью туризма»,  
суммарно по топ-50 странам дальнего зарубежья):

**-6%** в 2016 г., в т.ч. **-16%** в IV квартале

Без учета приграничных стран

(т.е. без учета поездок одним днем):

**-2%** в 2016 г., в т.ч. **-1%** в IV квартале

Заполняемость гостиниц: рост **+3-5%** в 2016 г.

(плюс 5-10% роста среднего тарифа плюс

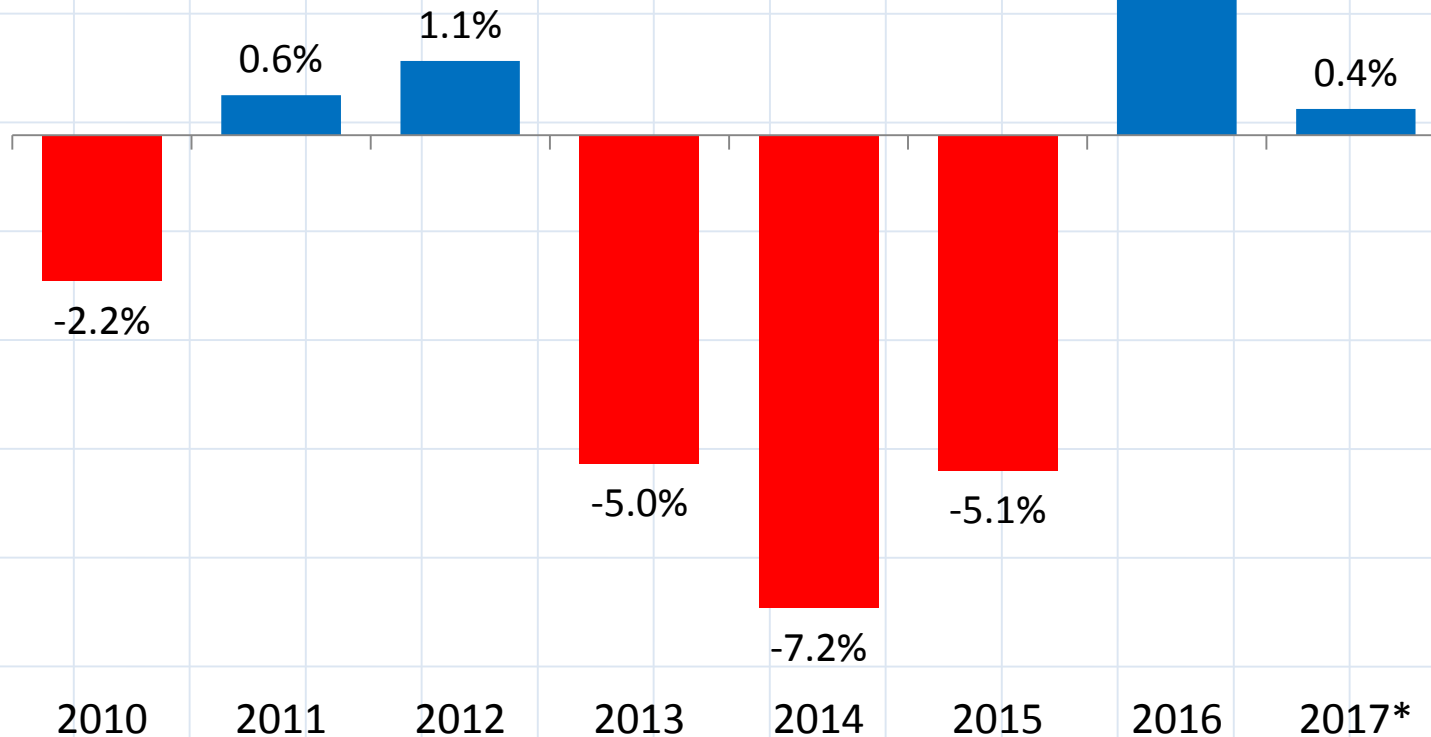
незначительный рост номерного фонда)

# РЖД: смена тренда?

2016: рост перевозок впервые с 2012 г.

темпы роста максимальные с 2004 г.

Количество перевезенных пассажиров  
в поездах дальнего следования  
(\* - данные по 2017 г. за 4 месяца)





# Примеры: ключевые игроки

# РЖД



Дальнее сообщение, 2016 год (РЖД + ФПК):

101,4 млн. пассажиров (+4%)

203 млрд. рублей (+13%)

средняя цена 2005 руб. (+9%)

электронные продажи 41 млн. билетов (+38%)

онлайн-продажи ~120 млрд. рублей (+53%)

Доля «электронных продаж»:

2015 - 30% / 2016 - 40% / 2017 (янв-апр) - 45%

# Группа Аэрофлот

2016 г.:

Всего доходы: 496 млрд. рублей (+19%)

в т.ч. от регулярных пассажирских перевозок:

342 млрд. рублей (+18%)

Прямые продажи (сайт + колл-центр):

122 млрд. рублей (+41%)

Рост доли прямых продаж – с 25% (2015) до 30% (2016)

Рост продаж через агентов +10%

Выручка с пассажирокилометра: +9%

S7

2016 г.:

Всего доходы: ~110 млрд. рублей (+34%)

Прямые онлайн-продажи: ~41 млрд. рублей (+65%)

Доля онлайн 30% в 2015 г. и более 35% в 2016 г.



# ОТА



- Меньше компаний отчитываются об успехах
- У большинства стагнация или снижение продажи авиабилетов
- Диверсификация продаж

Biletix:

19 млрд. рублей, +0,5% в штуках и -7% в рублях

Ozon Travel:

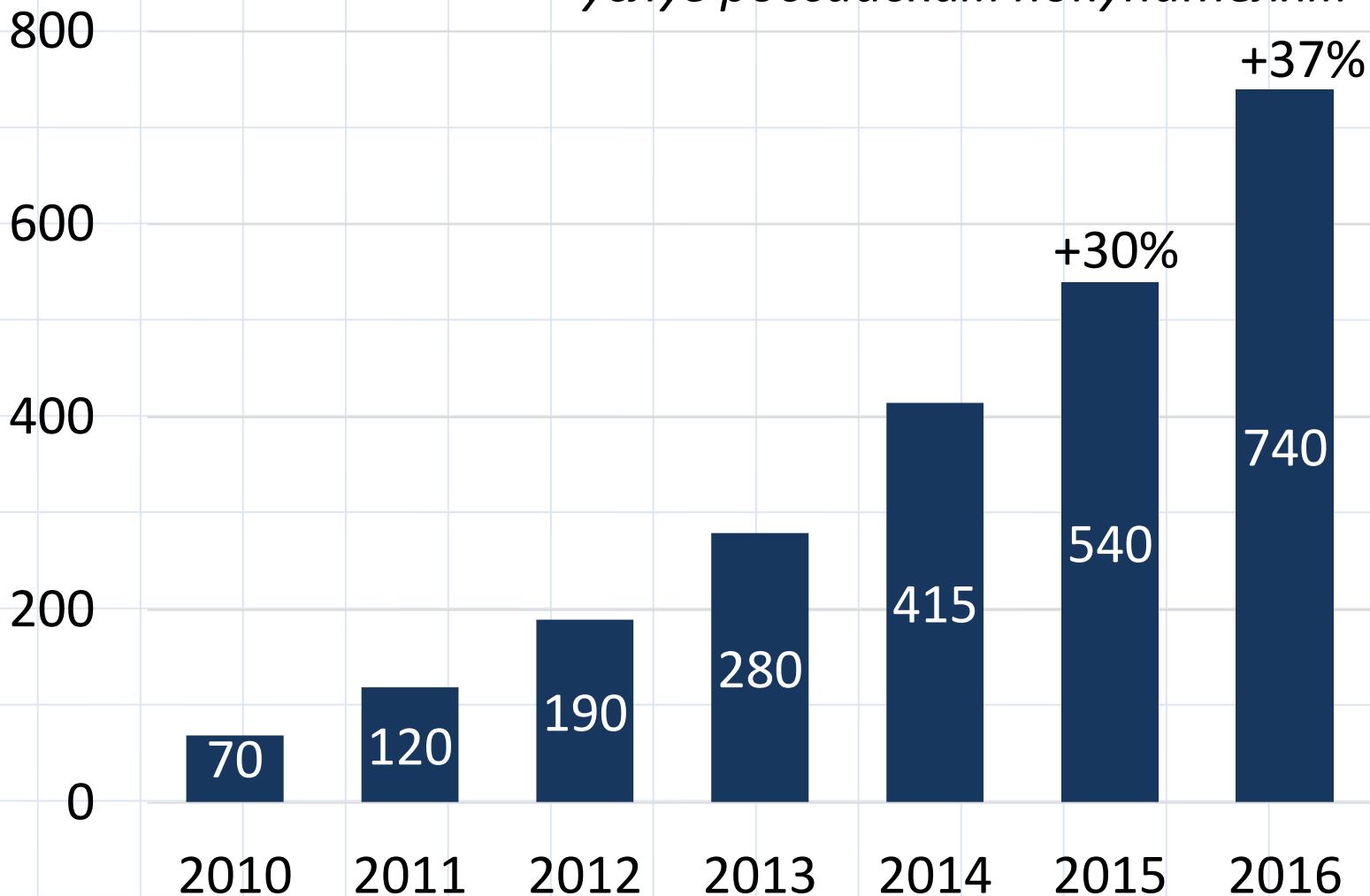
23 млрд. рублей, -8%

# Объем рынка

# Рост более чем в 10 раз за 6 лет

Млрд  
руб.

*Онлайн-продажи туристических  
услуг российским покупателям*



DATA  
insight

# 2016: лучше ожиданий

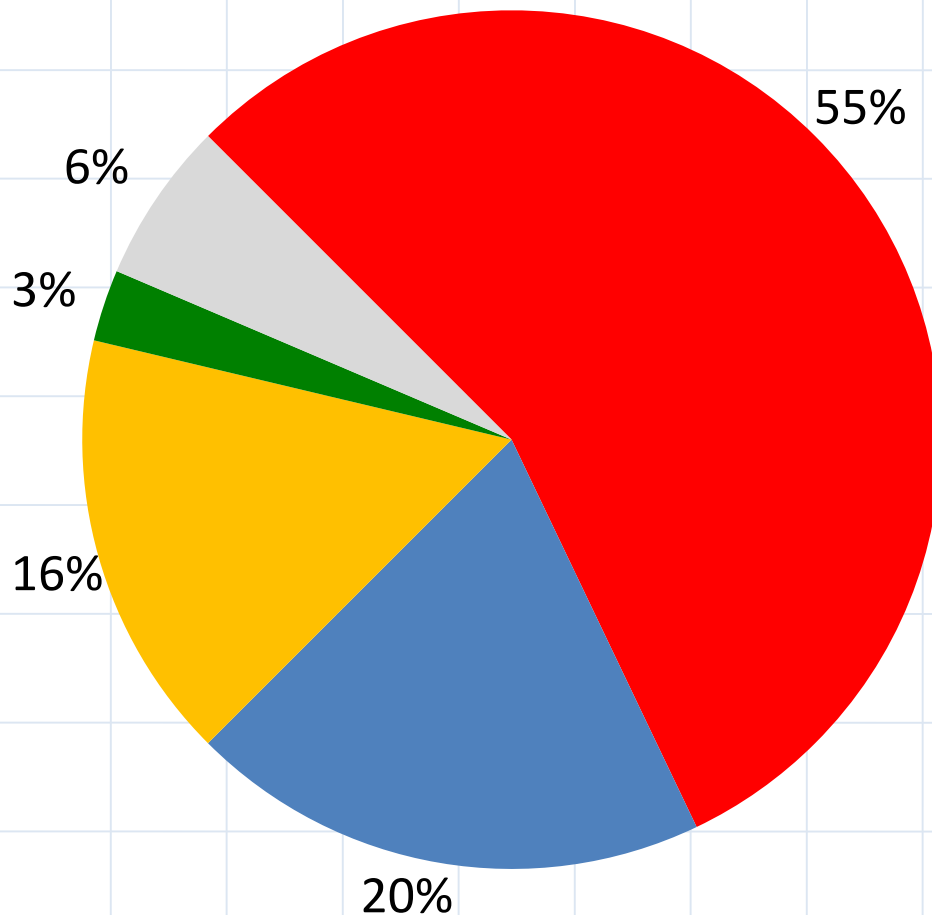
- в целом динамика туристического рынка лучше ожиданий, особенно в конце 2016 г.
- перевозчики успешнее, чем OTA, расширяют аудиторию eTravel

В целом сочетание роста рынка и роста доли онлайн способно обеспечивать рост eTravel на уровне 40-60% в год



# Структура рынка (2016)

По-прежнему >1/2 рынка в деньгах - это авиабилеты  
[в количестве продаж сегменты авиа и жд сопоставимы]



Распределение  
онлайн-продаж  
по сегментам

- авиабилеты
- ж/д билеты
- отели
- туры
- прочее

# Выравнивание динамики

2016 год – все сегменты росли, разница в динамике между ними сократилась

Быстрее всего растут в онлайн:

- жд билеты
- туры
- «малые» сегменты
- прямые продажи авиакомпаний

**Что дальше?**

# Два фактора

1. Непредсказуемый: объем рынка путешествий  
[особенно международный сегмент]
2. Предсказуемый: рост доли покупателей в  
онлайне

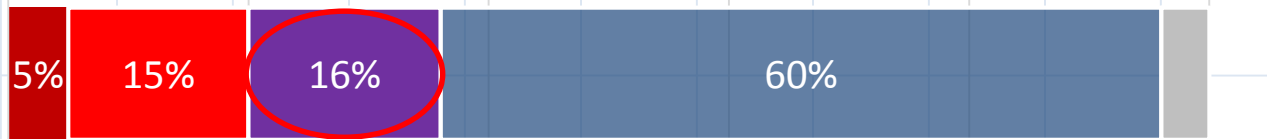
# Драйвер роста

- Устойчивый драйвер роста: постепенная миграция покупателей из оффлайна в онлайн
- [как правило] Достаточно один раз попробовать
- У многих просто еще не было возможности попробовать [никуда не ездят]

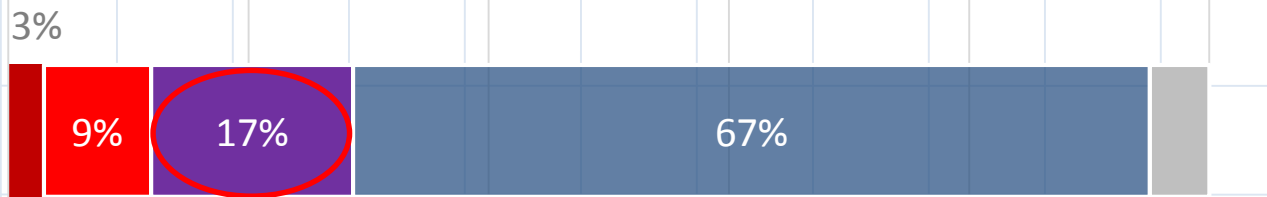
# Проникновение eTravel

## Опыт онлайн-покупок

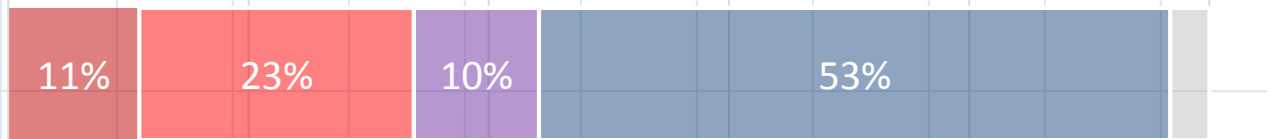
билеты  
(авиа, жд)



гостиницы,  
туры



товары



■ Да, довольно часто

■ Да, считанное число раз

■ Нет, но планирую делать это в будущем

■ Нет, и не планирую делать это в будущем

■ Затрудняюсь ответить

DATA  
insight



Общероссийский опрос (18+) Левада-Центра.  
1600 человек в 137 нас.пунктах. 9-12.09.2016

# eTravel: нишевый рынок

Какие поездки вы совершали за последние 12 месяцев? (без учета ближних поездок менее чем на 200 км)



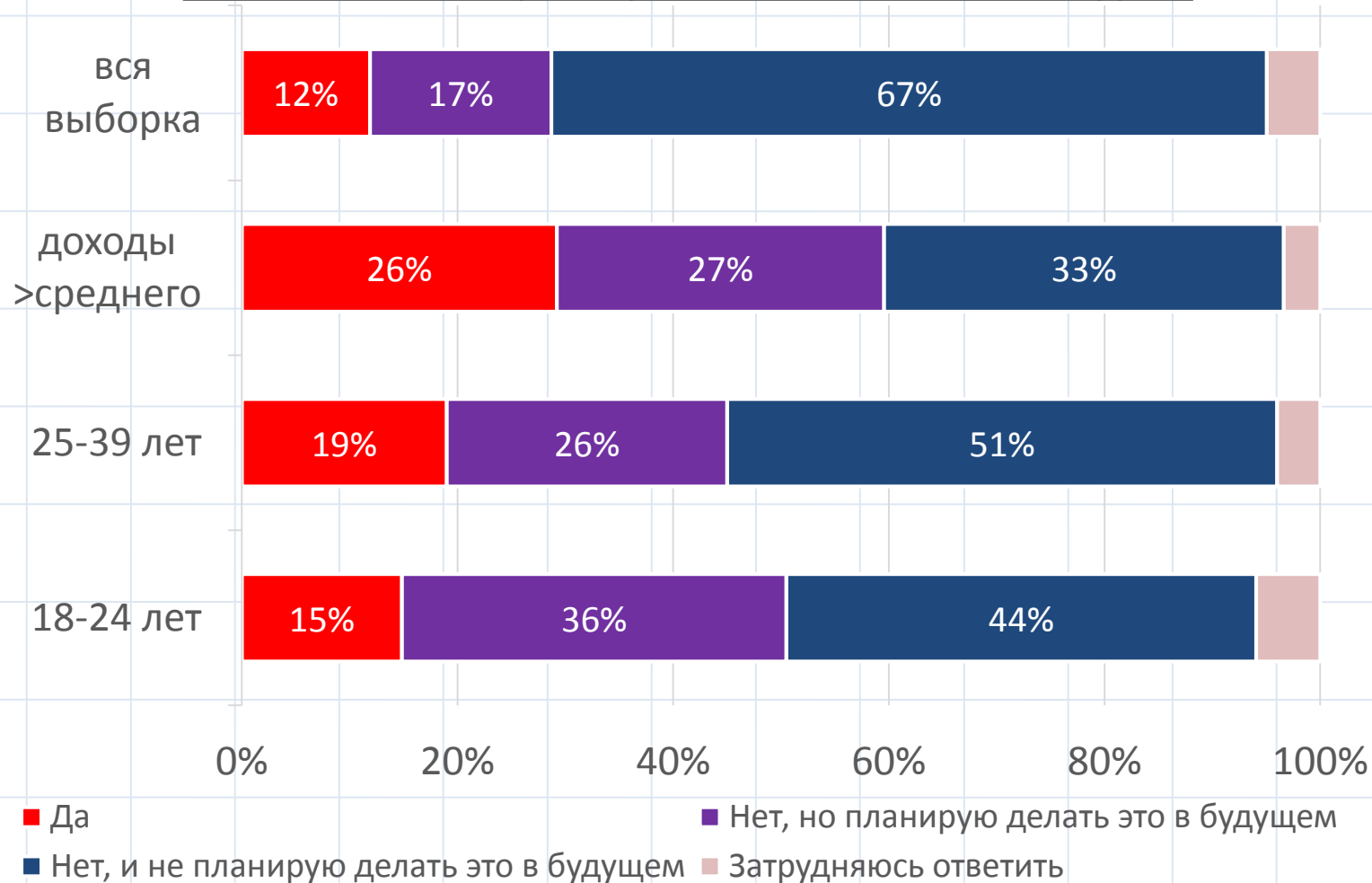
DATA  
insight

PayPal

Совместное исследование PayPal и DataInsight "Рынок онлайн-коммерции и платежей в России: тренды, аналитика, перспективы" // Общероссийский онлайн-опрос, февраль 2016 г. // N = 4000 человек // **Активные пользователи интернета**

# Потенциал роста

## Опыт онлайн-бронирования гостиниц и туров



DATA  
insight



Общероссийский опрос (18+) Левада-Центра.  
1600 человек в 137 нас.пунктах. 9-12.09.2016



# 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](mailto:a@datainsight.ru)

+7 495 5405906

Борис Овчинников

[b@datainsight.ru](mailto:b@datainsight.ru)

Федор Вирин

[f@datainsight.ru](mailto:f@datainsight.ru)