

Анализ рынка продажи авиа и железнодорожных билетов через Интернет

URL: <https://marketpublishers.ru/r/ACDB0342A2CRU.html>

Дата: Январь, 2017

Страниц: 198

Цена: 50 000 руб.

Артикул: ACDB0342A2CRU

Отчёт состоит из 9 глав и 1 приложения

Глава 1 содержит технологические характеристики исследования: цель, задачи, объект, методы и информационную базу.

В главе 2 приведено определение электронной коммерции, описана ее инфраструктура, описан мировой и российский рынок электронной коммерции, затраты населения на покупку товаров и услуг в интернете в целом и на транспорт, в частности, а также сегментация интернет-магазинов по регионам.

Глава 3 содержит основные способы выбора интернет-магазина, описание поведения потребителей онлайн-туристических услуг, а также историю появления системы электронной торговли туристическим продуктом.

Глава 4 содержит в себе основные факторы развития рынка интернет-магазинов и электронной продажи билетов: развития интернета в России, развитие рынка электронных и моментальных платежей, самостоятельного туризма, а также интернет-банкинга.

Глава 5 посвящена описанию способов оплаты товаров и услуг в интернете в целом и авиа- и железнодорожных билетов в частности.

Глава 6 посвящена описанию электронной торговли авиабилетами в России.

В главе 7 описаны различные методы продаж авиабилетов в интернете, включая мета-поисковики, глобальные дистрибутивные системы, а также сайты самих авиакомпаний.

В главе 8 описана продажа железнодорожных билетов в Интернете, включая описание проекта 'Электронный билет', случаи мошенничества с электронными билетами и электронные продажи на электрички.

В главе 9 описаны основные тенденции на рынке электронных продаж билетов на транспорт.

Приложение 1 содержит информацию относительно уровня проникновения интернета в России

Цель исследования

Провести анализ российского рынка электронной коммерции: продаж железнодорожных и авиабилетов в интернете.

Задачи исследования:

Определить объем и темпы роста российского рынка продаж железнодорожных и авиабилетов в интернете.

Охарактеризовать сегменты рынка продаж железнодорожных и авиабилетов в интернете.
Описать ключевые тенденции развития рынка продаж железнодорожных и авиабилетов в интернете.
Описать ключевые компании на рынке продаж железнодорожных и авиабилетов в интернете
Объект исследования
Российский рынок продаж железнодорожных и авиабилетов в интернете.

Метод сбора данных

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернет; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний; результаты исследований Discovery Research Group.

Метод анализа данных

Традиционный контент-анализ документов

Информационная база исследования:

Печатные и электронные, деловые и специализированные издания.
Ресурсы сети Интернет.
Материалы компаний.
Аналитические обзорные статьи в прессе.
Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
Экспертные оценки.
Интервью с производителями и другими участниками рынка.
Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
Базы данных Discovery Research Group.

Краткое описание исследования

Готовый анализ рынка продажи авиа и железнодорожных билетов через Интернет. Исследование содержит сведения об объеме рынка, темпах роста, тенденциях и перспективах развития и других ключевых показателях.

Содержание

ГЛАВА 1. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования
Задачи исследования
Объект исследования
Метод сбора данных
Метод анализа данных
Информационная база исследования

ГЛАВА 2 ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В РОССИИ И МИРЕ

1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ
2. ИНФРАСТРУКТУРА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ
3. ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ОПЛАТЫ ПОКУПОК В ИНТЕРНЕТЕ
4. МИРОВОЙ РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

5. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

6. ЗАТРАТЫ НАСЕЛЕНИЯ НА ПОКУПКУ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ИНТЕРНЕТЕ

7. ПОПУЛЯРНОСТЬ ПРИОБРЕТЕНИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ И АВИАБИЛЕТОВ В ИНТЕРНЕТЕ

8. СЕГМЕНТАЦИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ ПО РЕГИОНАМ

ГЛАВА 3. ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

1. СПОСОБЫ ВЫБОРА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

2. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ ОНЛАЙН

3. ИСТОРИЯ ПОЯВЛЕНИЯ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ ТУРИСТИЧЕСКИМ ПРОДУКТОМ

ГЛАВА 4. ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ: СМЕЖНЫЕ РЫНКИ

1. РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ

Расширение рунета

Развитие Интернета в регионах

Развитие мобильного Интернета

2. РАЗВИТИЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

Рост оборотов Интернет-кошельков

Открытие новых платежной систем (RUR, Premium-Pay, Google.wallet)

Закрытие платежной системы 'ВКонтакте'

Проблемы с пополнением онлайн-'кошельков'

Публикации в открытом доступе API

3. РАЗВИТИЕ РЫНКА МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

4. РАЗВИТИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

5. ПРОНИКНОВЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА

ГЛАВА 5. СПОСОБЫ ОПЛАТЫ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ И АВИАБИЛЕТОВ, ПРОДАВАЕМЫХ В ИНТЕРНЕТЕ

1. СПОСОБЫ ОПЛАТЫ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ИНТЕРНЕТЕ

2. СПОСОБЫ ОПЛАТЫ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ И АВИАБИЛЕТОВ В ИНТЕРНЕТЕ

3. ОПЛАТА ЧЕРЕЗ МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА

ГЛАВА 6. ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ БИЛЕТАМИ НА ТРАНСПОРТ

1. ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ ТУРИСТИЧЕСКИМИ УСЛУГАМИ В РОССИИ И МИРЕ

2. ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ АВИАБИЛЕТАМИ В РОССИИ

ГЛАВА 7. РАЗЛИЧНЫЕ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ АВИАБИЛЕТОВ В ИНТЕРНЕТЕ

1. МЕТА-ПОИСКОВИКИ

Anywayanyday.com
Skyscanner.ru
Aviasales.ru
Ozon Travel
Jizo.ru
Momondo.ru
Amargo.ru
Agent.ru

2. ГЛОБАЛЬНЫЕ ДИСТРИБУТИВНЫЕ СИСТЕМЫ (GDS)

Амадеус (Amadeus)
Galileo (Travelport)
Sabre
Gabriel
Сирена-Трэвел
DCS - 'Астра'
Перспективы развития рынка глобальных дистрибутивных систем

3. ПРОДАЖА БИЛЕТОВ НА САЙТЕ АВИАКОМПАНИЙ

Аэрофлот
Трансаэро

S7

ГЛАВА 8. ПРОДАЖА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ БИЛЕТОВ

1. ПРОЕКТ 'ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЛЕТ'

2. МОШЕННИЧЕСТВО С ЭЛЕКТРОННЫМИ БИЛЕТАМИ

3. ЭЛЕКТРОННЫЕ ПРОДАЖИ НА ПОЕЗДА ПРИГОРОДНОГО НАПРАВЛЕНИЯ

4. ОСНОВНЫЕ САЙТЫ ПРОДАЖИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ БИЛЕТОВ

РЖД

tutu.ru

ГЛАВА 9. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖ АВИА- И ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ БИЛЕТОВ В РОССИИ

1. ОСНОВНЫЕ СОБЫТИЯ НА РЫНКЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

Принятие закона 'О национальной платежной системе'
Проблемы с законодательством

2. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

Будущее за услугами
Рост продаж билетов через интернет
Приложение 1 уровень проникновения Интернета в России
СПИСОК РИСУНКОВ

Схема 1. Схема сетевой инфраструктуры электронной торговли

СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Мотивы потребителей приобретать товары и услуги в интернете, %
- Диаграмма 2. Объем рынка мировой электронной коммерции, млрд. долларов США
- Диаграмма 3. Объем рынка электронной коммерции в США, млрд. долларов США
- Диаграмма 4. Доли рынка электронной коммерции по регионам, %
- Диаграмма 5. Количество потребителей услуг электронной коммерции в США, млн человек
- Диаграмма 6. Доля потребителей услуг электронной коммерции по возрасту, %
- Диаграмма 7. Типы оплаты услуг электронной коммерции по покупателям, %:
- Диаграмма 8. Объем интернет-торговли в России: деление на товары и услуги, %
- Диаграмма 9. Доля категорий товаров, покупаемых через интернет, %
- Диаграмма 10. Уровень проникновения интернет-торговли в странах Европейского Союза и в России, % от взрослого населения и % от интернет-аудитории
- Диаграмма 11. Доля интернет-торговли в розничных продажах, % от объема розничных продаж
- Диаграмма 12. Доли объема онлайн-продаж по регионам, %
- Диаграмма 13. Самые покупаемые товары в регионах, %
- Диаграмма 14. Доля продаж российских компаний через интернет, %
- Диаграмма 15. Суммы, на которые совершались покупки онлайн в последние полгода в России
- Диаграмма 16. Доли населения, вовлеченного в электронную торговлю по типу населенного пункта
- Диаграмма 17. Доли затрат населения, вовлеченного в электронную торговлю по типу населенного пункта
- Диаграмма 18. Доли онлайн-покупателей железнодорожных и авиабилетов, %
- Диаграмма 19. Суммы, потраченные на покупки в Интернете в России за год, % от совершивших покупки в Интернете
- Диаграмма 20. Доля трат на авиабилеты российских и иностранных авиалиний, оплаченных банковскими картами, %
- Диаграмма 21. Средняя цена на авиабилет по сравнению со средней ценой на товары в интернете, руб
- Диаграмма 22. Популярные категории товаров в интернет-магазинах в мире, %
- Диаграмма 23. Популярные категории товаров интернет-магазинах в России, %
- Диаграмма 24. Сегментация рынка Интернет-торговли в России по товарным категориям, млрд. руб. и % от оборота рынка
- Диаграмма 25. Структура объема рынка Интернет-коммерции по данным Data Insight, млрд. руб. (накоплением)
- Диаграмма 26. Структура рынка Интернет-магазинов в России по регионам, в %
- Диаграмма 27. Объем заказов в Интернет-магазинах в России по регионам, млрд. руб
- Диаграмма 28. Доля онлайн-покупателей, покупавших или оплачивавших покупки на зарубежных сайтах в Москве и Санкт-Петербурге, в %
- Диаграмма 29. Популярные товарные категории Интернет-торговли в рунете
- Диаграмма 30. Приобретение товаров пользователями в Интернете в зависимости от и возраста и места жительства
- Диаграмма 31. Распределение последних покупок онлайн-покупателей Москвы и Санкт-Петербурга
- Диаграмма 32. Распределение первых покупок онлайн-покупателей Москвы и Санкт-Петербурга
- Диаграмма 33. Распределение покупок 'стариков' по товарным категориям в Москве и Санкт-Петербурге
- Диаграмма 34. Распределение покупок дороже 15 тыс. руб. по товарным категориям
- Диаграмма 35. Доля покупок, магазин для которых выбирался через поиск в Интернете
- Диаграмма 36. Доля покупок, магазин для которых выбирался через Яндекс.Маркет
- Диаграмма 37. Доля покупок, магазин для которых выбирался через сервисы поиска товаров и сравнения цен (кроме Я.Маркета)
- Диаграмма 38. Доля покупок, магазин для которых выбирался через обычный или специальный (типа Я.Маркета) поиск
- Диаграмма 39. Доля покупок, магазин для которых выбирался по рекомендациям друзей
- Диаграмма 40. Доля покупок в магазинах, выбранных по прошлому опыту покупок
- Диаграмма 41. Доля покупок, магазин для которых выбирался по рекламе (онлайн и оффлайн)

- Диаграмма 42. Способы выбора магазинов первой группы (магазины электроники)
- Диаграмма 43. Способы выбора магазинов второй группы (компьютерного магазина)
- Диаграмма 44. Способы выбора магазинов третьей группы (книги, авиа и ж/д билеты)
- Диаграмма 45. Способы выбора магазинов четвертой группы (продукты питания, одежда и обувь)
- Диаграмма 46. Способы выбора магазинов пятой группы ('товары без лица')
- Диаграмма 47. Ответы российских потребителей туристических услуг на вопрос 'Будете ли Вы самостоятельно организовывать свои путешествия?', %
- Диаграмма 48. Проникновение Интернета в странах мира, % от населения
- Диаграмма 49. ТОП-10 популярных действий с помощью мобильных телефонов (исключая разговоры), % от пользования мобильных телефонных устройств
- Диаграмма 50. Аудитория мобильного Интернета, в %
- Диаграмма 51. Интенсивность пользования мобильным Интернетом в России, млн. человек и %
- Диаграмма 52. Проникновение Интернета и мобильного Интернета в группах по возрасту, %
- Диаграмма 53. ТОП-6 мобильных Интернет-практик, в % от месячной мобильной Интернет-аудитории
- Диаграмма 54. Практики пользования Интернетом и мобильным Интернетом в России, в % по группам
- Диаграмма 55. Важность возможности выхода в Интернет с мобильного телефона, в % по группам
- Диаграмма 56. Барьеры к пользованию мобильным Интернетом, в % оп группам
- Диаграмма 57. Проникновение Интернета и мобильного Интернета в России в разных населенных пунктах, % по группам
- Диаграмма 58. Тип устройства, используемый для выхода в сеть Россия, в %
- Диаграмма 59. Частота использования мобильного устройства для выхода в Интернет, в %
- Диаграмма 60. Использование различных Интернет-сервисов через мобильный телефон, в %
- Диаграмма 61. Узнаваемость систем электронных денег среди москвичей, в % и млн. человек
- Диаграмма 62. Препятствия к использованию электронных денег, в %
- Диаграмма 63. Основные направления платежей через системы электронных денег, в %
- Диаграмма 64. Основные направления платежей через системы электронных денег, в %
- Диаграмма 65. Выездной туризм, млн. человек
- Диаграмма 66. Использование пластиковых карт населением России, % от групп
- Диаграмма 67. Способы оплаты, используемые при покупках, в %
- Диаграмма 68. Способы оплаты, используемые при покупках в Интернете
- Диаграмма 69. Виды удаленных платежей, распространённых среди россиян при оплате покупок в Интернете
- Диаграмма 70. Средний чек при покупке железнодорожных и авиабилетов в интернете по способу оплаты, руб
- Диаграмма 71. Распределение источников выручки от продажи билетов, %
- Диаграмма 72. Объём принятых денежных средств в пользу авиаперевозчиков через терминалы QIWI (КИВИ), млн. рублей
- Диаграмма 73. Доля рынка онлайн-бронирования отелей и авиабилетов от рынка всех туристических услуг в России, %
- Диаграмма 74. Доли рынка онлайн-бронирования туристических услуг по поставщикам услуг, %
- Диаграмма 75. Количество проданных билетов онлайн, млн. шт
- Диаграмма 76. Долевое участие авиакомпаний в продажах электронных билетов в ГРС 'Сирена-Трэвел'
- Диаграмма 77. Доля электронных билетов в общем объеме продаж, %
- Диаграмма 78. Продажи электронных билетов по направлениям
- Диаграмма 79. Доля продаж по кредитным картам на покупку транспортных и туристических услуг, %
- Диаграмма 80. Доля продаж транспортных и туристических услуг от общего объема платежей в интернете, %
- Диаграмма 81. Доля продаж по кредитным картам на покупку авиабилетов, %
- Диаграмма 82. Доля продаж авиабилетов от общего объема платежей в интернете, %
- Диаграмма 83. Доли покупателей по покупкам разных видов туристических услуг, %
- Диаграмма 84. Количество уникальных посетителей старше 15и лет в мире, тыс
- Диаграмма 85. Количество уникальных посетителей старше 15и лет в России, тыс
- Диаграмма 86. Ежедневная посещаемость сайта Anywayanyday.com, чел
- Диаграмма 87. Количество уникальных просмотров страниц сайта Anywayanyday.com в день, чел
- Диаграмма 88. Средняя продолжительность посещения сайта Anywayanyday.com посетителями, мин

- Диаграмма 89. Аудитория сайта Anywayanyday.com по странам, %
- Диаграмма 90. Ежедневная посещаемость сайта Skyscanner.ru, чел
- Диаграмма 91. Количество уникальных просмотров страниц сайта Skyscanner.ru уникальными пользователями, чел
- Диаграмма 92. Средняя продолжительность посещения сайта Skyscanner.ru посетителями, мин
- Диаграмма 93. Аудитория сайта Skyscanner.ru по странам, %
- Диаграмма 94. Ежедневная посещаемость сайта Aviasales.ru , чел
- Диаграмма 95. Количество уникальных просмотров страниц сайта Aviasales.ru, чел
- Диаграмма 96. Средняя продолжительность посещения сайта Aviasales.ru посетителями, мин
- Диаграмма 97. Аудитория сайта Aviasales.ru по странам, %
- Диаграмма 98. Оборот Ozon Travel, млн. руб
- Диаграмма 99. Ежедневная посещаемость сайта Ozon.Travel, чел
- Диаграмма 100. Количество уникальных просмотров страниц сайта Ozon.Travel, чел
- Диаграмма 101. Средняя продолжительность посещения сайта Ozon.Travel посетителями, мин
- Диаграмма 102. Аудитория сайта Ozon.Travel по странам, %
- Диаграмма 103. Ежедневная посещаемость сайта Aeroflot.ru, чел
- Диаграмма 104. Количество уникальных просмотров страниц на одного пользователя сайта Aeroflot.ru, чел
- Диаграмма 105. Средняя продолжительность посещения сайта Aeroflot.ru посетителями, мин
- Диаграмма 106. Аудитория сайта Aeroflot.ru по странам, %
- Диаграмма 107. Количество проездных документов на поезда дальнего следования, оформленные, млн
- Диаграмма 108. Ежедневная посещаемость сайта РЖД, чел
- Диаграмма 109. Количество уникальных просмотров страниц на одного пользователя сайта РЖД, чел
- Диаграмма 110. Средняя продолжительность посещения сайта РЖД посетителями, мин
- Диаграмма 111. Аудитория сайта РЖД по странам, %
- Диаграмма 112. Ежедневная посещаемость сайта Туту.ру, чел
- Диаграмма 113. Количество уникальных просмотров страниц на одного пользователя сайта Туту.ру, чел
- Диаграмма 114. Средняя продолжительность посещения сайта Туту.ру посетителями, мин
- Диаграмма 115. Аудитория сайта Туту.ру по возрасту, %
- Диаграмма 116. Аудитория сайта Туту.ру по странам, %
- Диаграмма 117. Численность пользования Интернетом в России, % от общего населения
- Диаграмма 118. Численность пользования Интернетом в России, млн. человек
- Диаграмма 119. Структура пользователей по степени активности, % от числа пользователей
- Диаграмма 120. Распределение общего числа пользователей по регионам
- Диаграмма 121. Месячная Интернет-аудитория по регионам
- Диаграмма 122. Потенциала развития Интернета в регионах РФ
- Диаграмма 123. Интенсивность пользования Интернетом в регионах РФ

Оформление заказа:

Название: Анализ рынка продажи авиа и железнодорожных билетов через Интернет
Ссылка: <http://marketpublishers.ru/r/ACDB0342A2CRU.html>
Артикул: ACDB0342A2CRU
Цена: 50 000 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

В случае приобретения Corporate License или печатной версии, пожалуйста, обратитесь в службу поддержки покупателей по электронному адресу office@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты по кредитной карте (Visa, MasterCard, American Express, PayPal) используйте кнопку "BUY NOW" на странице <http://marketpublishers.ru/r/ACDB0342A2CRU.html>

Для осуществления денежного перевода (Wire Transfer), пожалуйста, внесите Ваши контактные данные в форму:

Имя:
Фамилия:
E-mail:
Компания:
Адрес:
Город:
Индекс:
Страна:
Телефон:
Факс:
Комментарии:

* Все поля обязательны к заполнению

ПОДПИСЬ _____

При оформлении заказа на сайте MarketPublishers.ru, Вы соглашаетесь с условиями публичного договора оферты, размещенного на http://marketpublishers.ru/docs/terms_conditions.html

Для размещения заказа по факсу, пожалуйста, распечатайте форму, внесите необходимые данные и отправьте по факсу **+44 20 7900 3970**