

Анализ рынка продажи авиа и железнодорожных билетов через Интернет

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

Дата: 22.08.2024

Страниц: 198

Цена: (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: ACDB0342A2CRU

Описание

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 платежных систем (RUR, Premium-Pay, Google.wallet)

Закрывание 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

СПИСОК РИСУНКОВ

Схема 1. Схема сетевой инфраструктуры электронной торговли

Список Диаграмм

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 совершавших 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. Объём 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: <https://marketpublishers.ru/r/ACDB0342A2CRU.html>

Цена: Цена по запросу

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:

info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:

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