

Надежда Эбель

директор аналитического центра Profi.Travel



Социальные тренды как основа для создания турпродукта

Железнодорожная конференция. PRO//ДВИЖЕНИЕ. Туризм

7 апреля 2022

Туристическая активность россиян выросла, и прежде всего на внутреннем рынке

В 2022 году по сравнению с 2019:

по России в среднем

в Москве
и Санкт-Петербурге

интерес к бронированию **авиабилетов**

+ 4% (12%)

+7,3 (18%)

интерес к бронированию **ЖД билетов**

+ 3,3% (10%)

+ 4% (12,5%)

интерес **к транспорту** в путешествии

+ 6% (21%)

+ 9,1 (21,3%)

интерес **к отелям**

+ 1,2% (3,2%)

+ 1,8% (4,7%)

интерес в целом **к туристическому жилью**

+ 3,7% (8,4%)

+ 4,7% (11%)

интерес **к готовым турам и турагентствам**

+ 0,34% (7,4%)

+ 0,84% (10%)

интерес **к зарубежным направлениям**

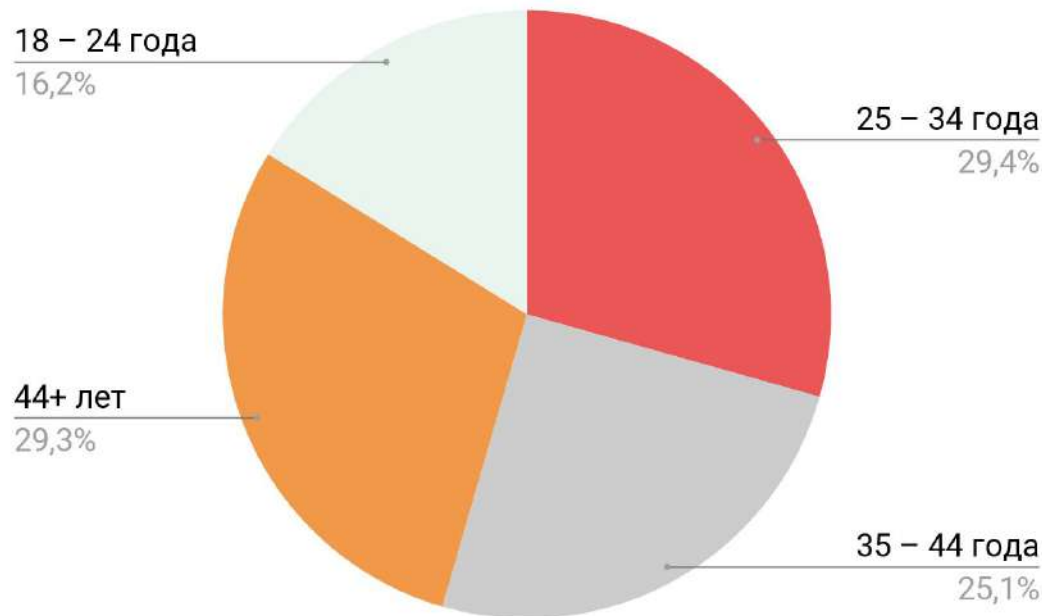
– 1,7% (2,4%)

– 1,7% (4%)

Показатели получены на основе технологий обработки больших данных VK Predict (входит в экосистему VK)

Молодые туристы тоже интересуются **готовыми турами и туристическими компаниями**

Распределение туристов,
имеющих **интерес к готовым турам**
и туристическим компаниям
по возрастам



Показатели получены на основе технологий обработки больших данных VK Predict (входит в экосистему VK)

Новое поколение: у привычных туристических продуктов меняется целевая аудитория

Например, **спа-аудитория:**

Туристы из всех регионов России

→ **65%** женщины

Туристы из Москвы и Санкт-Петербурга

→ **57,4%** женщины

Туристы из экономически сильных регионов
(Свердловская область и др.)

→ **65,1%** женщины

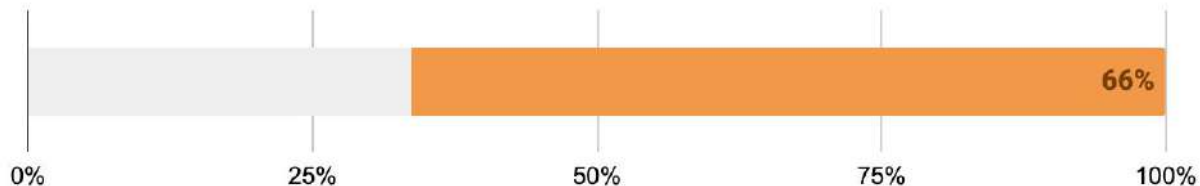
Молодые туристы (18 – 24 года)
из регионов Сибири

→ **51%** мужчины

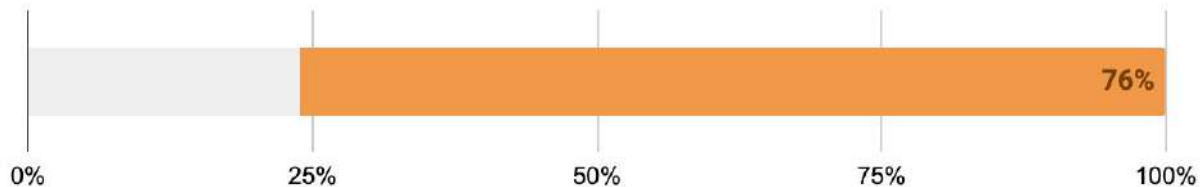
Показатели получены на основе технологий обработки больших данных VK Predict (входит в экосистему VK)

Людям нужны люди: экстравертов в принципе больше, а среди туристов — особенно

Интроверсия / **Экстраверсия**



Отделенность / **Привязанность**



У туристов некоторых регионов эти показатели еще выше.

Кроме того, косвенно **это подтверждают и некоторые интересы**, например, к играм в компании. У туристов этот интерес как правило довольно высокий.

Показатели получены на основе технологий обработки больших данных VK Predict (входит в экосистему VK)

Тренды: следить, соединять, использовать

урбанизация • стремление к природе • экологичность • устойчивость • здоровый образ жизни • диджитализация, новые технологии • инкогнито vs прозрачность • бизнес и стартапы • ускорение жизни • креативные индустрии • ностальгия • импортозамещение • напряженность • эскапизм • дефицит эмоций • игра, взрослые дети • изменение себя и перевоплощения • внимание ментальному здоровью • **45% россиян стали больше времени проводить с семьей*** • искусство проникает в жизнь • развитие биотехнологий и носимых гаджетов • виртуальная реальность • обращение к Востоку • осознанность • стремление замедлиться • Big Data • популяризация науки, доступные опыты • фемповестка • новая мистика • аутентичность • фрагментация общества • микроинвесторы • метавселенная • NFT • индивидуализация и кастомизация • экономия • удалёнка и цифровые кочевники • стремление к новому опыту • и т.д

* по информации аналитического центра НАФИ, 31 марта 2022: <https://nafi.ru/analytics/rossiyane-stali-bolshe-rabotat-i-provodit-vremya-s-semey>

**Спасибо
за внимание!**



Надежда Эбель

директор аналитического центра
Profi.Travel

+7-912-286-07-36



n.ebel@profi.travel

