

ДОВЕРИЕ К ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ 2022



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

ТРАНСПОРТ. Наибольшим доверием из видов туристических организаций, включенных в исследование, пользуются компании, занимающиеся перевозками и бронированием билетов.

Несмотря на многочисленные проблемы с авиаперевозками – отменой или переносом рейсов, закрытие направлений и пр. доверие авиакомпаниям все еще остается на высоком уровне (43%). Самый высокий уровень доверия авиакомпаниям наблюдается в группах 16-19 лет (48%) и 55-64 года (49%).

Сервисам онлайн-бронирования билетов больше других доверяют в возрастной группе 55-64 года – 52% в сравнении с 44% среди всех 16+.

ОТЕЛИ. Отелям доверяют 41% опрошенных. Небольшое повышение доверия – до 44% отмечено в группах 25-34 года и 55-64 года.

ТУРИСТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ. В исследовании не делается разбивка на туроператоров и турагентства. В целом компаниям, занимающимся составлением и продажей туров, доверяют только 30% опрошенных. Чуть больше – 34% - в группе 25-34 года.

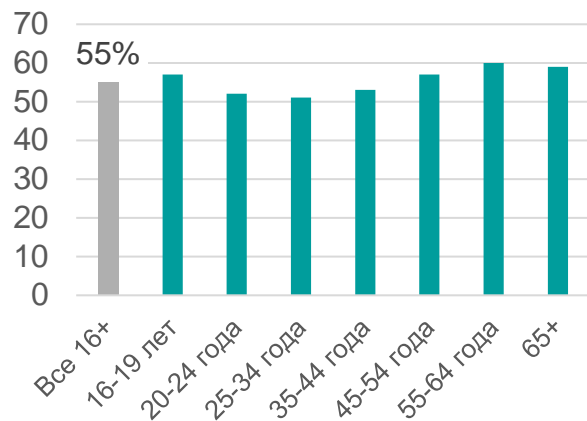
ДОВЕРИЕ. РАЗБИВКА ПО КАТЕГОРИЯМ



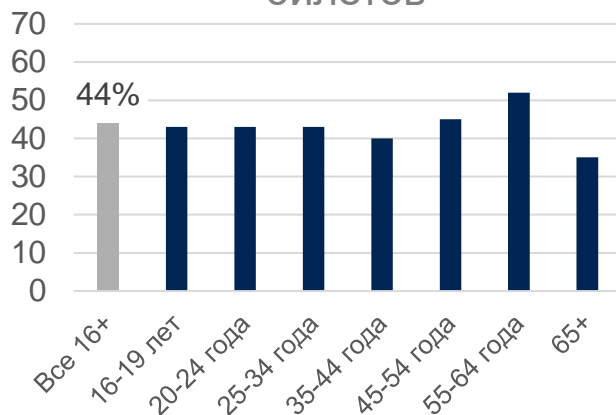
Источник: Ipsos. [Исследование РосИндекс 1Q/2022](#)
Россияне 16+. Города с населением 100 тыс.+
Сбор данных: 14 февраля – 25 марта 2022

ДОВЕРИЕ К ОТРАСЛЯМ. ТУРИЗМ

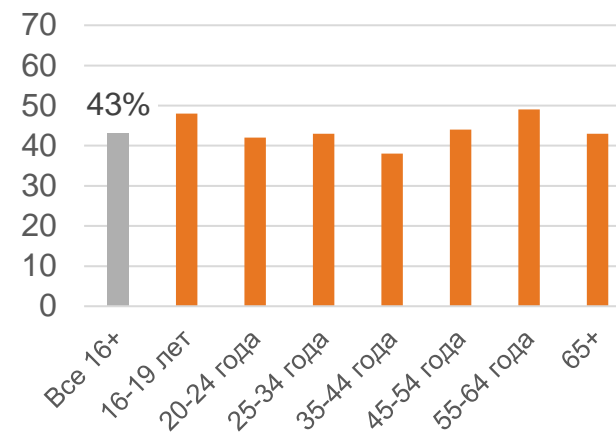
Ж/д компании



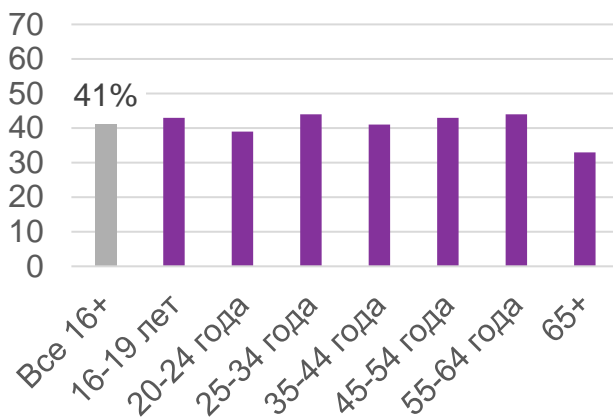
Сервисы онлайн-бронирования билетов



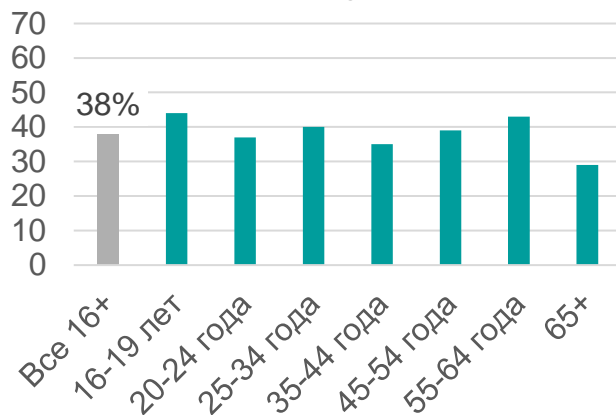
Авиакомпании



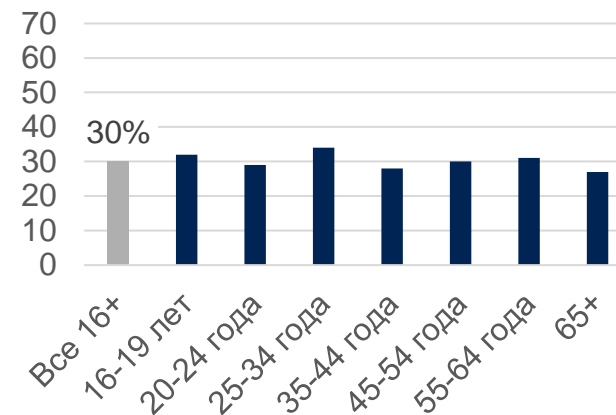
Отели



Сервисы онлайн-бронирования жилья для путешествий



Туристические компании



ОБ ИССЛЕДОВАНИИ РОСИНДЕКС

– самое широкомасштабное исследование стиля жизни и потребления товаров и услуг в России. Позволяет решать комплекс задач стратегического маркетинга:

- Поиск, выделение и описание целевых групп;
- Сегментационные исследования;
- Подбор релевантных каналов коммуникации, медиапланирование;
- Оценка размера и объема рынков;
- Анализ динамики развития рынков;
- Описание структуры рынков;
- Конкурентный анализ;
- Анализ товарно-марочного портфеля.

Методология

Целевая группа: Все 16+

Метод: Самозаполнение онлайн анкет об индивидуальном потреблении, отношении к средствам массовой информации и стиле жизни, 50% опрошенных заполняют анкеты и о семейном потреблении.

География: Исследование проводится в городах России с населением более 100 тыс. человек

Периодичность: Ежеквартально (февраль, май, август, ноябрь)

Годовой объем выборки: 20 000 респондентов. В каждой волне исследования участвуют новые респонденты.

Генеральная совокупность: 61,3 млн. человек

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

#IpsosBeSure

www.ipsos.ru

trends.ipsos.ru

sustainability.ipsos.ru



Ipsos in Russia



Ipsos in Russia



Ipsos in Russia