

## Анализ «Портрета туриста», прибывающего в Республику Татарстан, сезон «лето 2017»

Проект «Портрет туриста» реализуется в рамках программы «Татарстан — лучший для туриста». В анализе представлен «Портрет туриста» летнего сезона 2017г.

**Цель** - изучить социально-демографические характеристики туристов, приезжающих в Республику Татарстан, выявить каналы получения ими информации о Республике Татарстан для формирования коммуникационной стратегии продвижения туристических ресурсов Татарстана.

### **Задачи исследования:**

1. Определить социально-демографические характеристики туристов, приезжающих в Республику Татарстан.
2. Изучить коммуникационные каналы получения информации о туризме в Республике Татарстан.
3. Выявить социально-демографические характеристики туристов в зависимости от сезона.

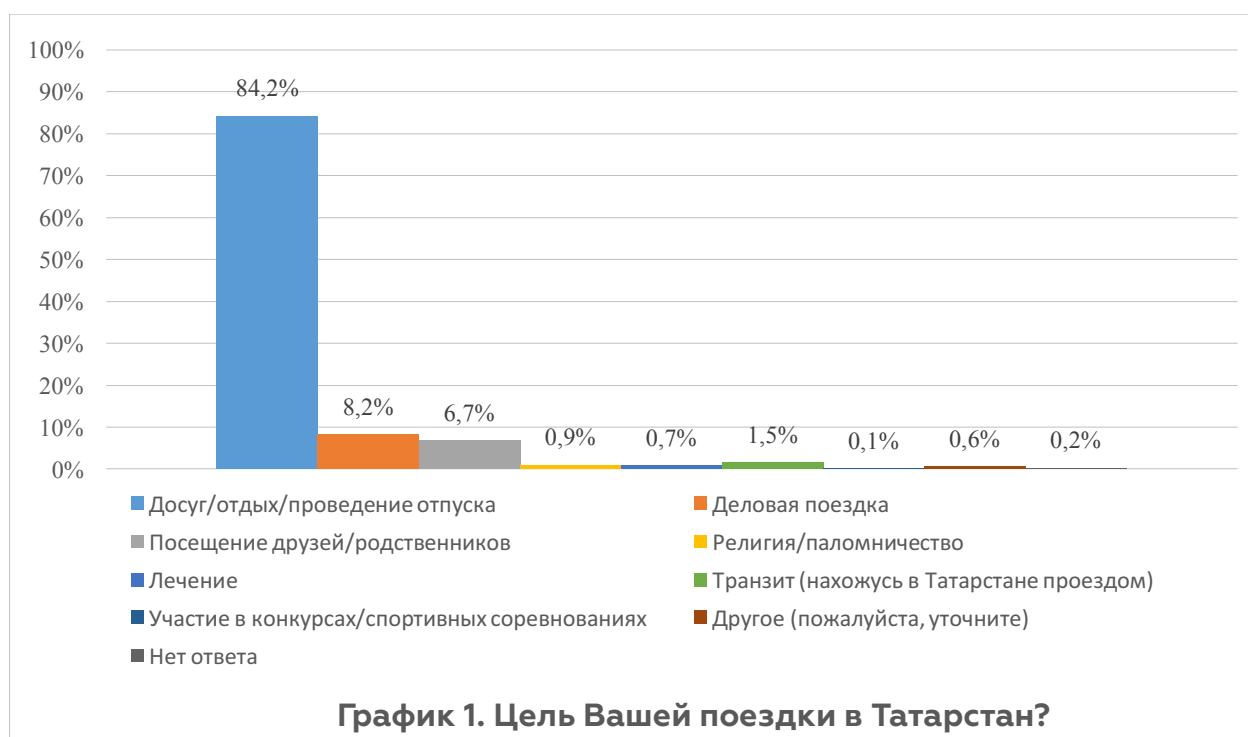
**Метод исследования:** личный опрос по формализованной анкете, проводимый на въездных воротах в Республику Татарстан по репрезентативной выборке. Наряду с результативными анкетами интервьюеры также фиксируют количество и основные социально-демографические характеристики потенциальных респондентов.

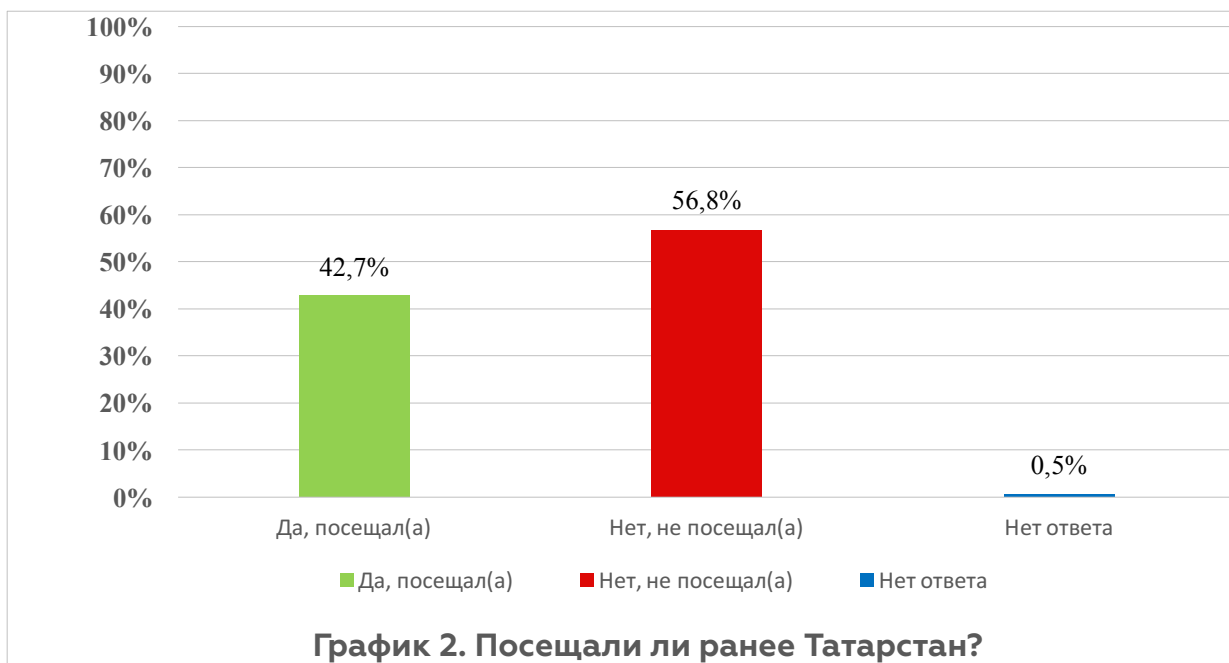
**Точки сбора данных:** основные места скопления туристов, а именно въездные ворота (ж/д вокзалы, аэропорт), средства размещения (отели и хостелы), точки питания в центральной части города, основные объекты показа и интереса туристов (ул. Баумана, ул. Кремлевская, Старо-Татарская Слобода, о. Свяжск, Раифский Богородицкий мужской монастырь, Великий Болгар, Казанский Кремль), организованные группы туроператоров и регулярные экскурсионные маршруты, онлайн-сервис [touristqs.com](http://touristqs.com) («Туристическая служба качества»).

Анализ подготовлен АНО «Центр развития туризма Республики Татарстан».

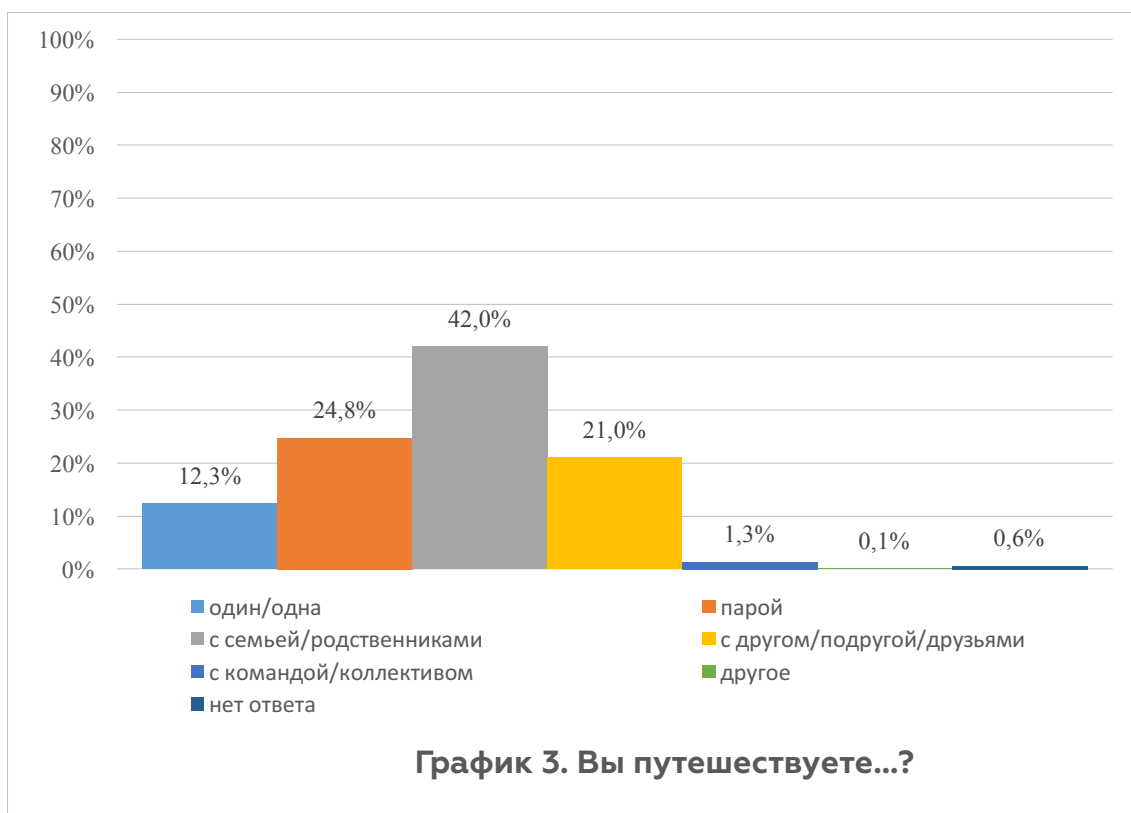
По проведённому анализу «Портрета туриста» можно сделать вывод, что портрет летнего сезона имеет свои ярко выраженные характеристики.

Согласно Графику 1 большинство респондентов приехало в Татарстан с целью досуга и отдыха – доля таких туристов составляет 84,2 %. Распределение респондентов по целям поездок осталось практически таким же, как летом 2016 года. Около половины туристов (42,7%) уже посещали Татарстан (График 2), однако большая доля опрошенных приехала в республику впервые. Можно сделать вывод, что активное продвижение Республики Татарстан как туристской дестинации привлекло тех, кто еще никогда не был в республике. Согласно Графику 15, у респондентов, посетивших Татарстан, есть желание вернуться - это в среднем 78,7 % всех опрошенных, а 14,2% уже запланировали повторную поездку. Можно констатировать тот факт, что активное продвижение Республики Татарстан, и положительный опыт туристов от пребывания способствуют повторному визиту туристов. Также немаловажное значение играет количество достопримечательностей, находящихся в Республике – туристы не могут осмотреть все за приезд, что предполагает за собой дополнительную поездку в следующий раз.

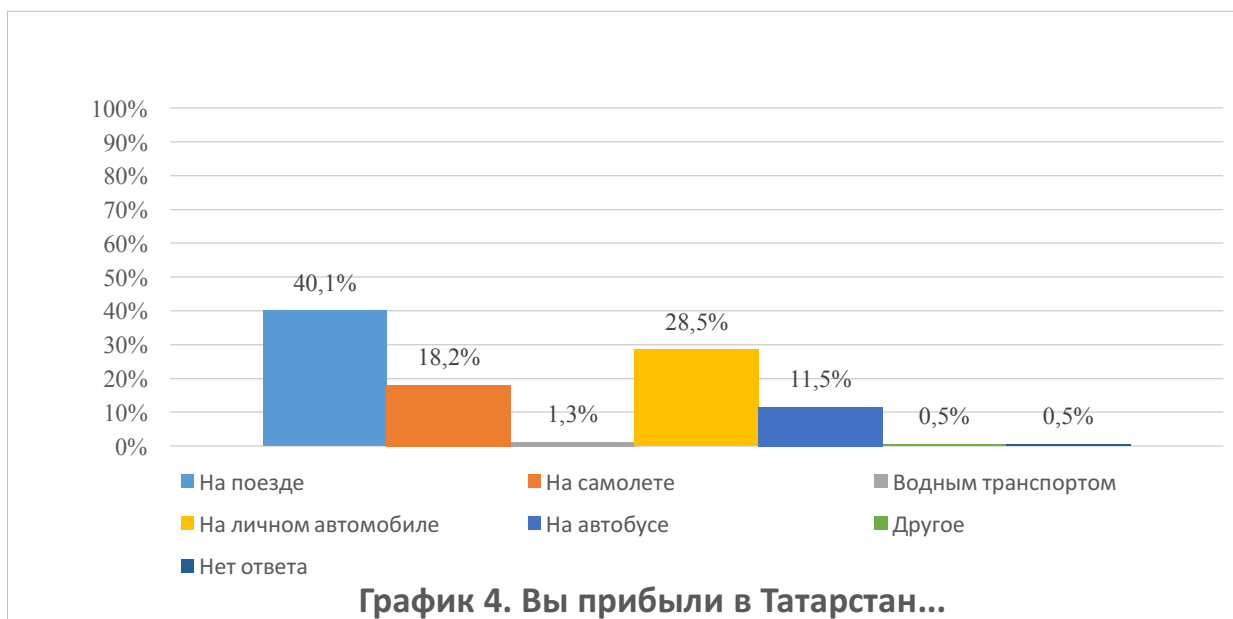




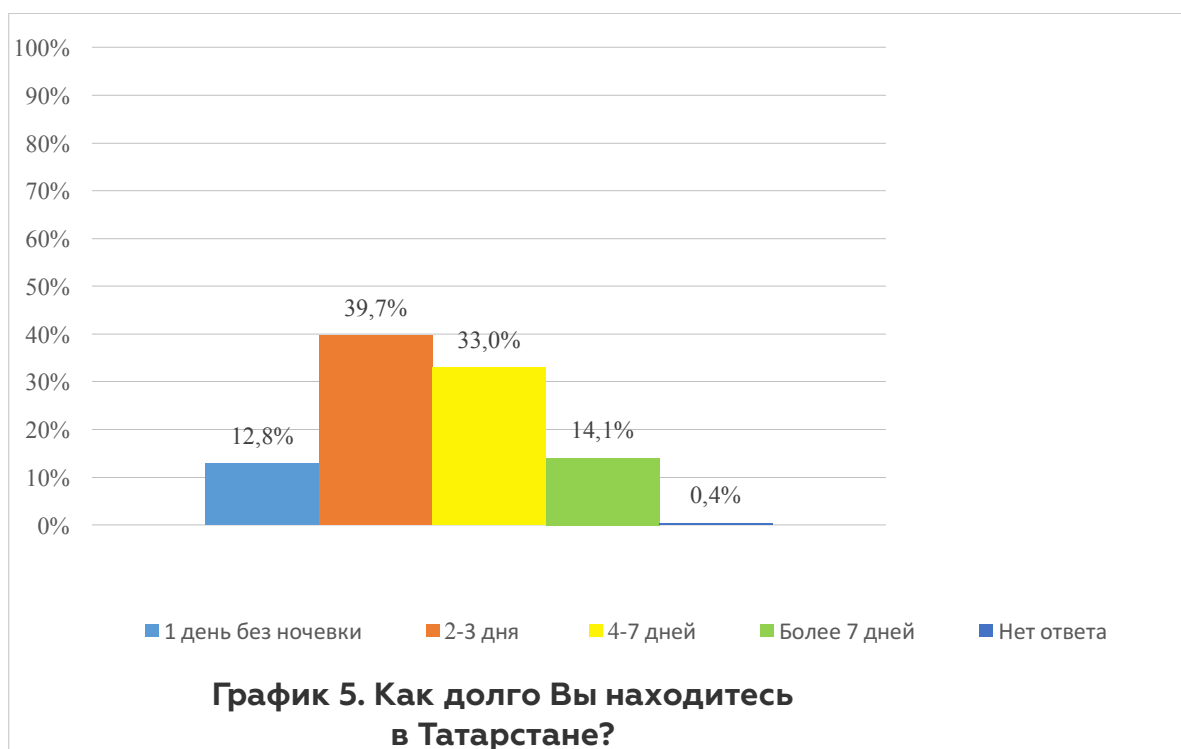
Около 90% опрошенных летом предпочитают путешествовать семьей, в компании друзей, родственников или со своей парой. Такая тенденция наблюдается в течение всего года, что определяет тип отдыха в Татарстане как «семейный» и «молодежный». Их сосуществование объясняется наличием разнообразной туристической инфраструктуры, подходящей как для спокойного отдыха, так и для динамичного и активного (График 3).



Большая часть туристов в летний период прибывают в Татарстан поездом (40,1%), также в летний сезон активизируются поездки на личном транспорте (28,5%) (График 4).



В текущий летний сезон все чаще туристы предпочитают останавливаться на 4-7 дней (33%) по сравнению с летом 2016 г. (26%). На 2-3 дня приезжают около 40% туристов. Доля туристов, находящихся в Татарстане один день без ночевки снизилась по сравнению с летом 2016 года (18,1%) и составила 12,8% (График 5).



В этот летний сезон наблюдается рост числа туристов, предпочитающих останавливаться на съёмной квартире (16,3%). Возможно, влияние оказывают цены на размещение: средняя стоимость одних суток проживания на Airbnb составляет 2059 руб., в гостиницах 2\*-3\* - 2515 руб. Тем не менее, наиболее популярным средством размещения

остаются гостиницы. Резко уменьшилось число респондентов, которые не остаются на ночлег – с 30% летом 2016 г. до 9,7% летом 2017 г. (График 6).

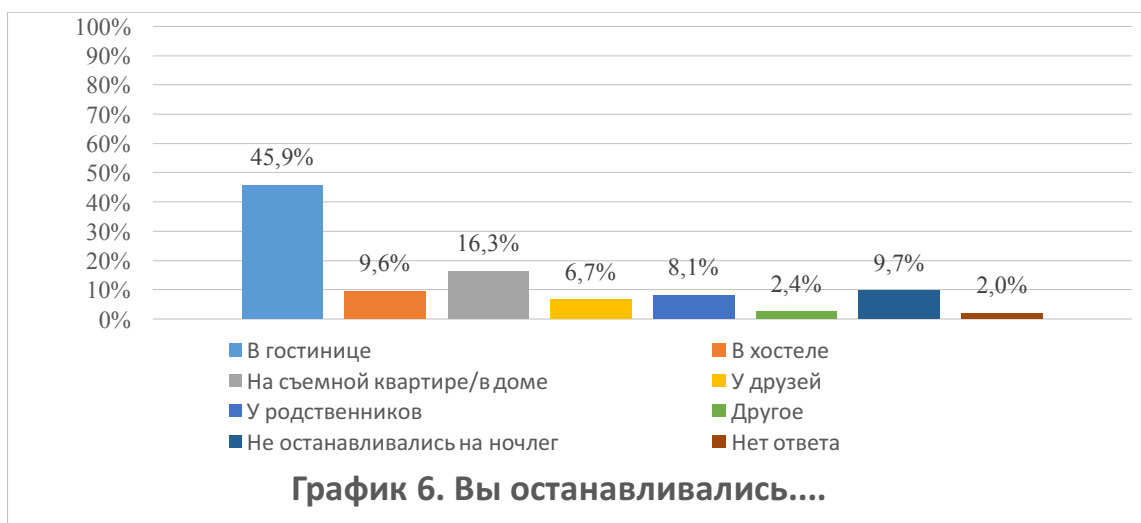
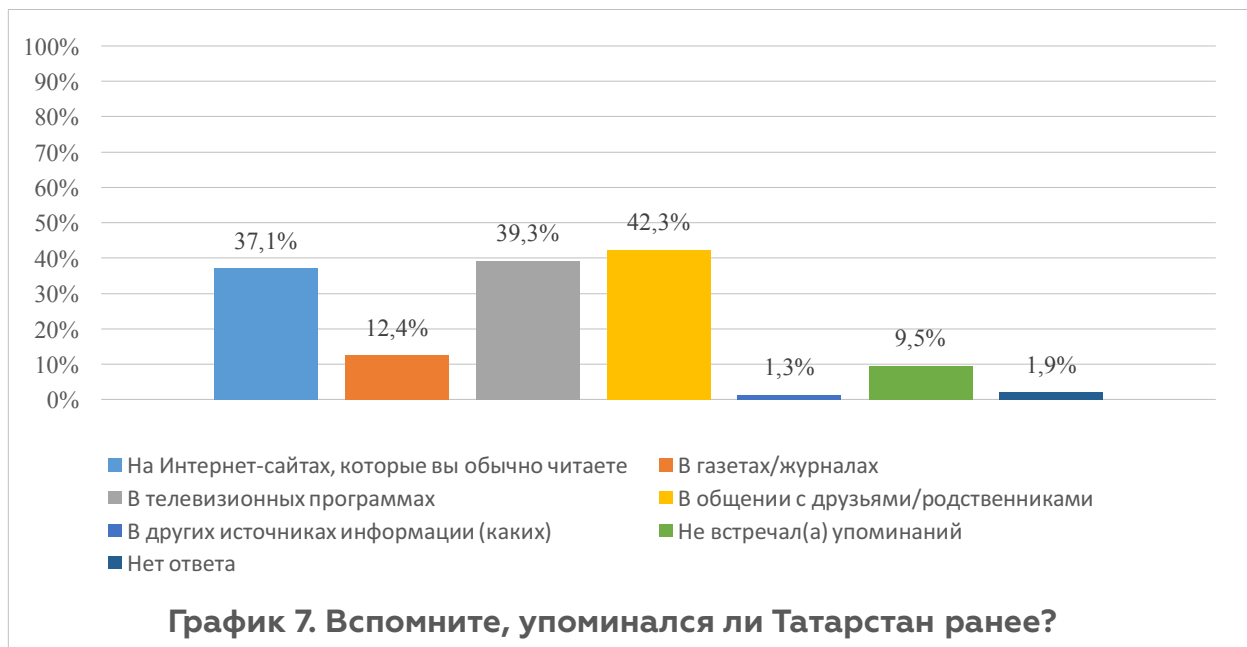
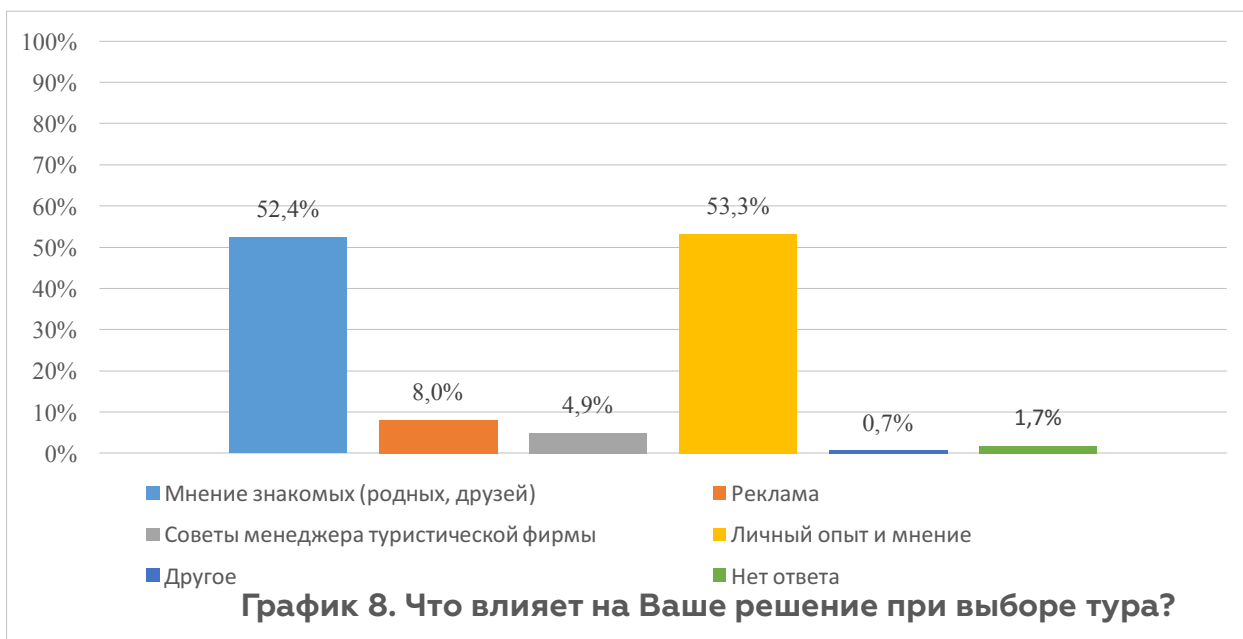


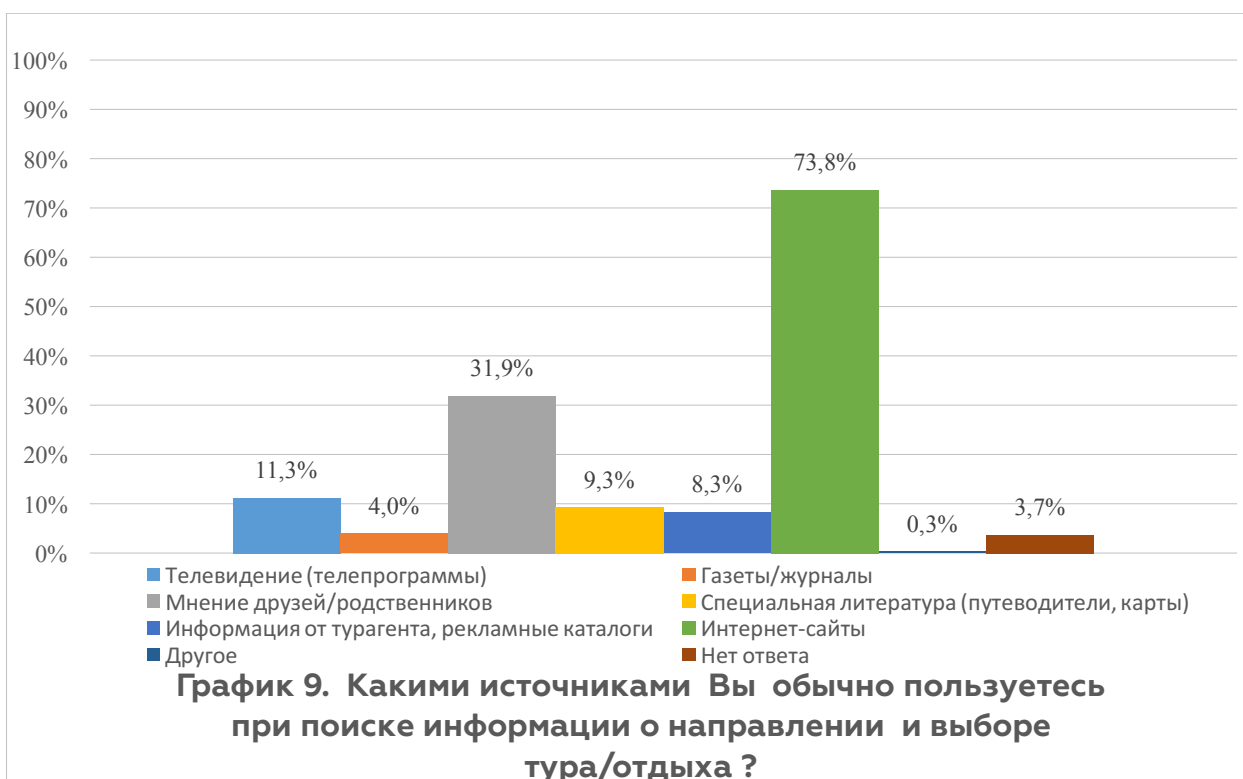
График 7 дает нам четкое представление о трех основных источниках упоминания Татарстана – это телевизионные программы (39,3%), общение с друзьями/родственниками (42,3%) и интернет-сайты (37,1%). Интернет-сайты показывают лучшую динамику по сравнению с летом 2016 г., так как ведётся активное продвижение Татарстана на этой площадке. В целом можно сказать, что все три лидерские позиции основываются на результатах масштабного маркетингового продвижения Татарстана и Казани.



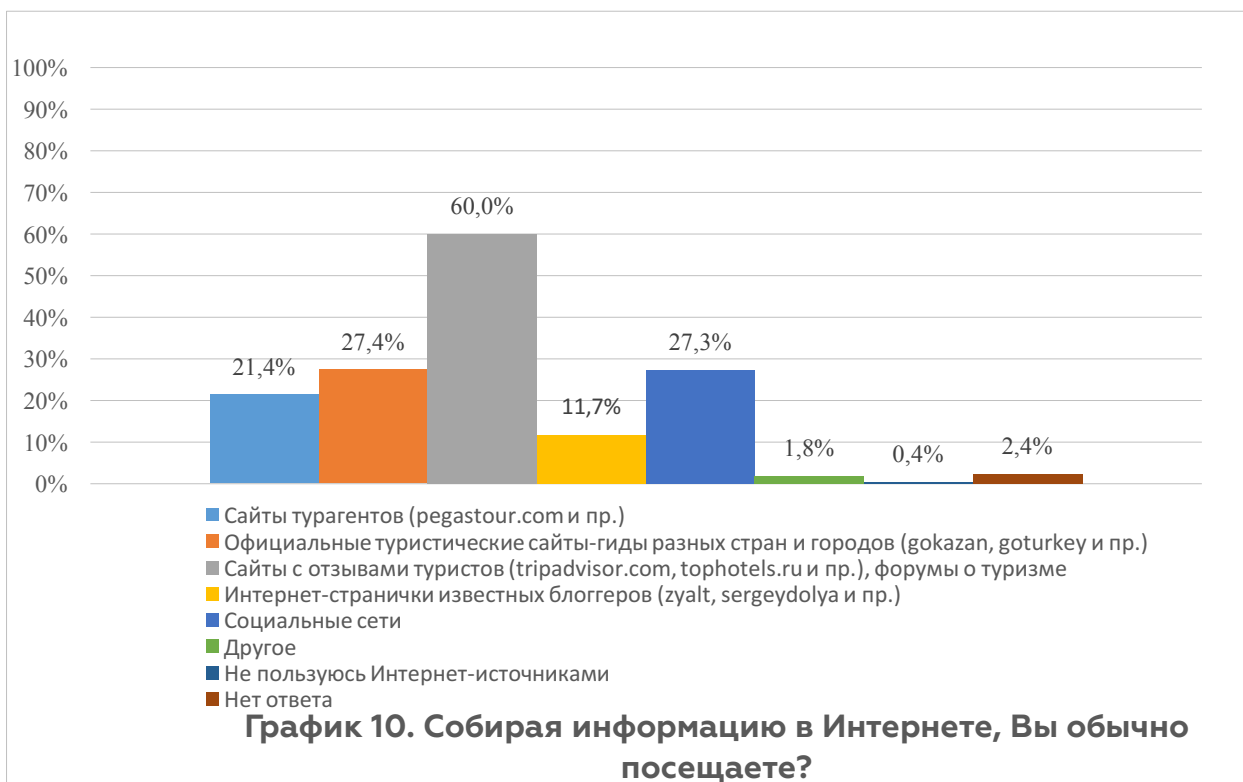
Согласно Графику 8 одна половина опрошенных туристов опирается на личное мнение при выборе отдыха, другая половина руководствуется советами друзей и знакомых. Эти показатели наблюдаются каждый сезон, так как неформальные каналы коммуникации, влияющие на решение туриста, доминируют среди других.



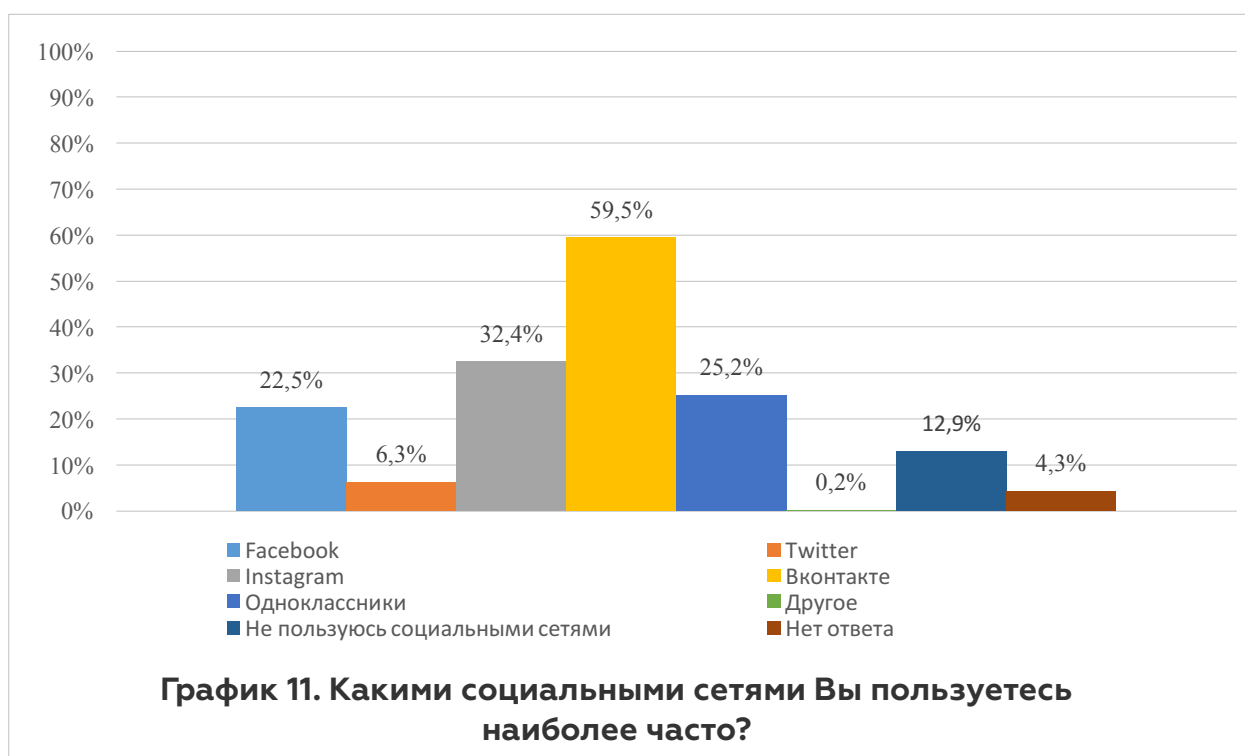
При поиске информации о месте отдыха в летнее время, безусловным лидером являются сайты с отзывами туристов (60%), что показывает доверие к интернет-источникам. Треть опрошенных прибегает к советам друзей или родственников (График 9). Такие показатели наблюдаются в течение всего года, практически не меняясь от сезона к сезону.



При сборе информации в Интернете предпочтение отдается контенту с отзывами туристов, различным форумам (60%). Становится очевидным, что туристы при выборе поездки узнают мнение других путешественников об особенностях туристской дестинации, и в меньшей степени доверяют информации с официальных сайтов стран (График 10).



Превалирующая доля респондентов является пользователями социальной сети «ВКонтакте» (59,5%). Растёт число пользователей сети «Instagram». Доля пользователей «Facebook» и «Одноклассников» приблизительно на одинаковом уровне, что объясняется преобладанием взрослой аудитории среди туристов РТ. Восьмая часть опрошенных (12,9%) не пользуется социальными сетями (График 11).

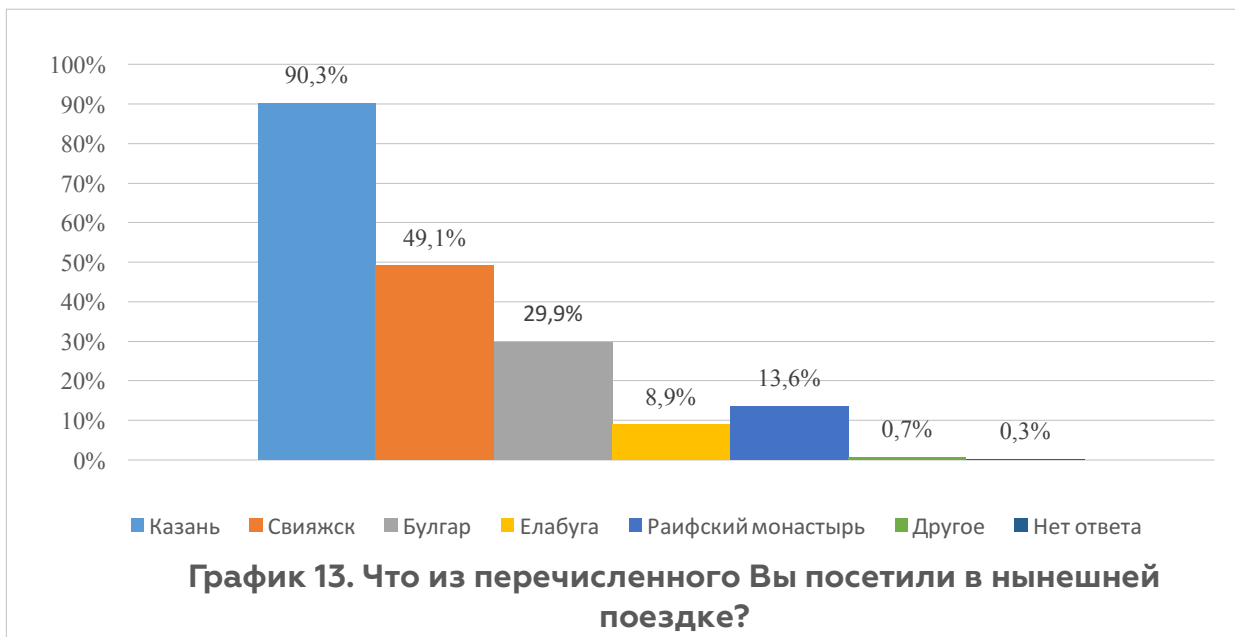


По данным опроса, туристы, прибывающие в Татарстан, независимо от сезона, обращают внимание на историческую и культурную составляющую республики (83,9%). Важным критерием является стоимость тура (62,1%), также большое значение в летний сезон играет природа (36,4%) (График 12). Также туристы обращают внимание на национальный колорит (30,4%). С этой особенностью связано развитие туристических программ, направленных на демонстрацию национальных особенностей Республики. (График 12).

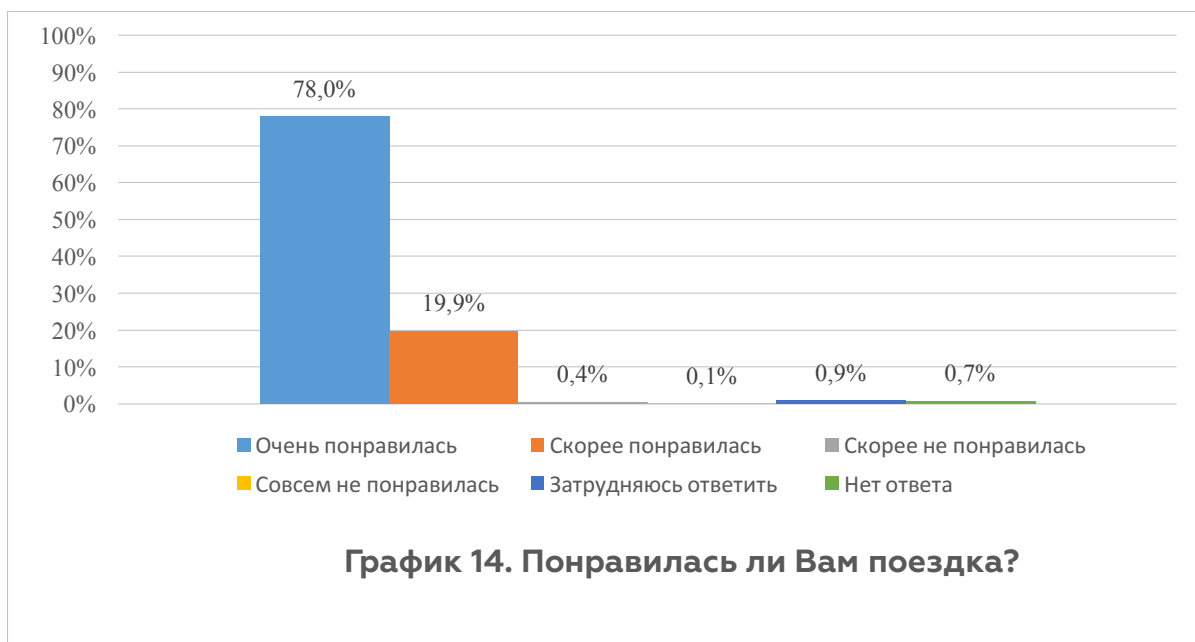


Среди главных объектов посещения, безусловно, круглый год в лидерах Казань (90,3%), а также Свияжск (49,1%) и Елабуга (29,9%). В целом можно отметить, что летний период является сезоном речной навигации, и многие города, расположенные на реках Татарстана, включаются в круизные маршруты (График 13).





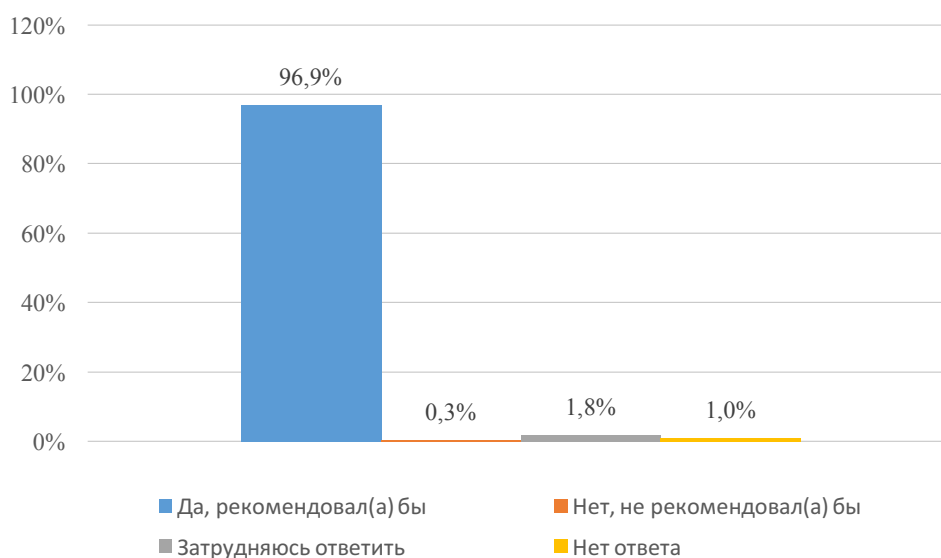
Большинство опрошенных респондентов (78%) остались довольны своей поездкой в Татарстан. График 14 демонстрирует положительную динамику.





**График 15. Приедете ли еще раз в Татарстан?**

Абсолютное большинство (96,9%) будут рекомендовать посещение Татарстана, это почти на 7% больше чем в аналогичном периоде прошлого года, что свидетельствует о росте положительного восприятия Республики (летом 2016 года этот показатель составил 90,1%).



**График 16. Рекомендовали бы Вы посещение Татарстана друзья-знакомым?**

В результате опроса также были выявлены средние расходы на пребывание туриста в Республике Татарстан. (График 17). В среднем, турист потратил за все время поездки 21 732 рубля, что не сильно отличается от показателей летнего сезона 2016 г. – 21 292 рубля. Анализируя расходы, можно отметить, что туристы стали экономить на

размещении, в тоже время они стали больше тратить на покупки в Республике Татарстан. Это может быть связано с развитием местных производств, появлением талантливых местных дизайнеров, регулярным проведением маркетов и ярмарок.

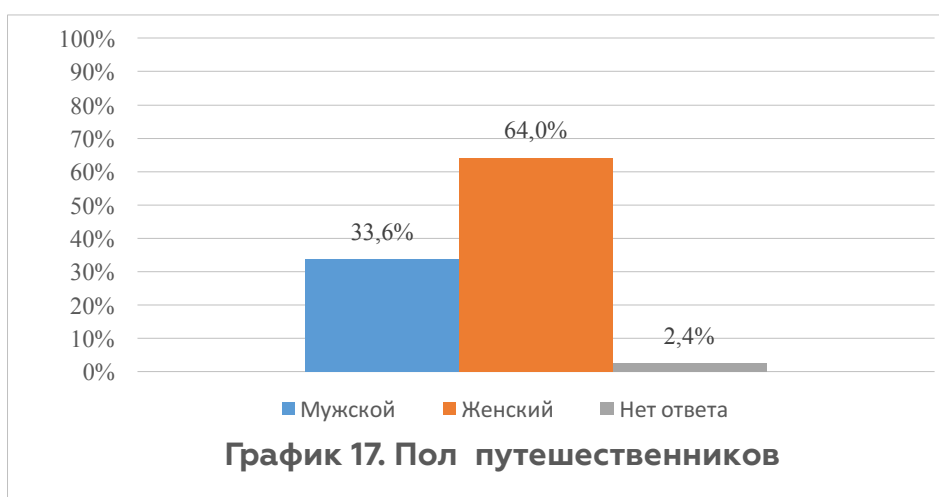
Сколько вы потратили во время пребывания в Татарстане?	Лето 2016 сумма, руб.	Лето 2017 сумма, руб.
Общие расходы	21 292	21 732
На размещение	10 835	9 375
На экскурсии	5 140	5 057
На питание	5 182	5 519
На покупки	4 073	6 317
На развлечения	3 837	4 141

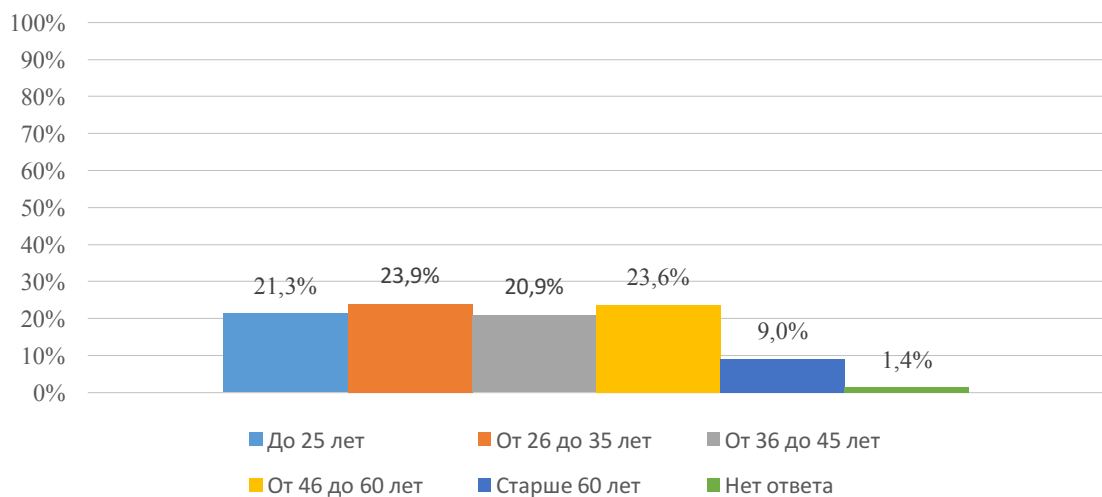
График 17. Средние показатели расходов туриста во время пребывания в РТ

### Социально-демографический портрет туриста летнего сезона 2017 года

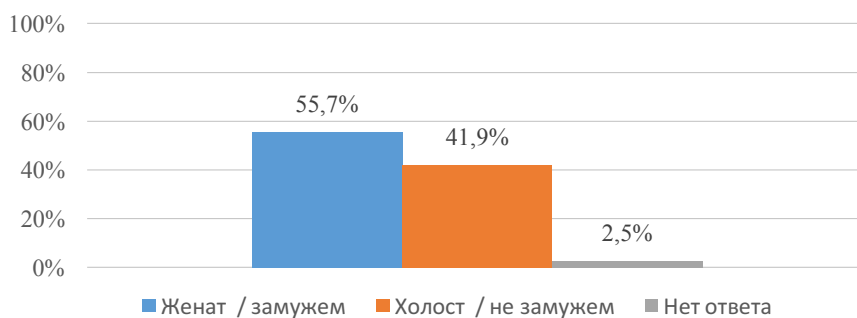
Согласно опросу, портрет туриста, посетившего Республику Татарстан летом 2017 года, выглядит следующим образом: это женщина возрастной категории от 26 до 35 лет, которая состоит в браке. Кроме того, турист имеет высшее образование и работает специалистом/менеджером, средний доход которого составляет от 20 до 30 тысяч рублей (Графики 17-24).

Среди опрошенных туристов наиболее чаще встречались туристы из Москвы, Владимирской, Тюменской, Кировской областей, Красноярского края.

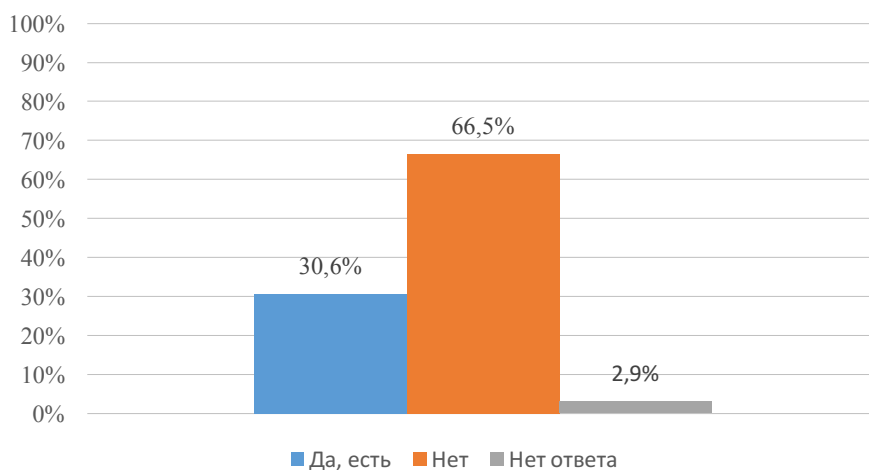




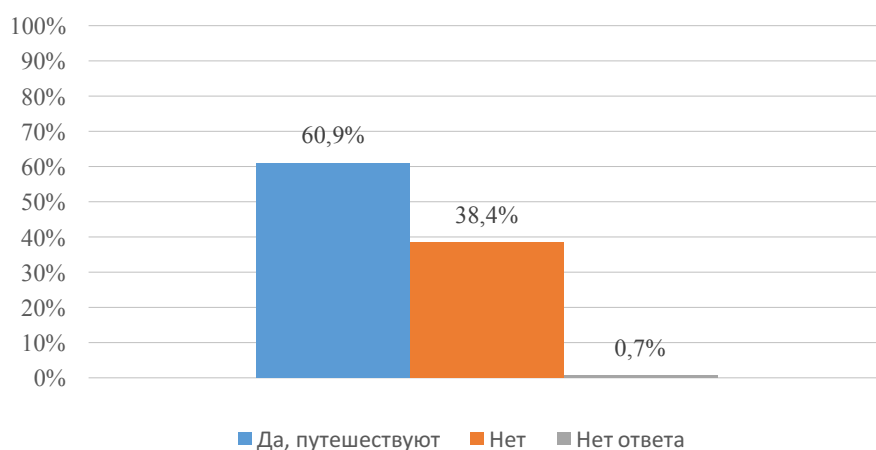
**График 18. Возраст туристов**



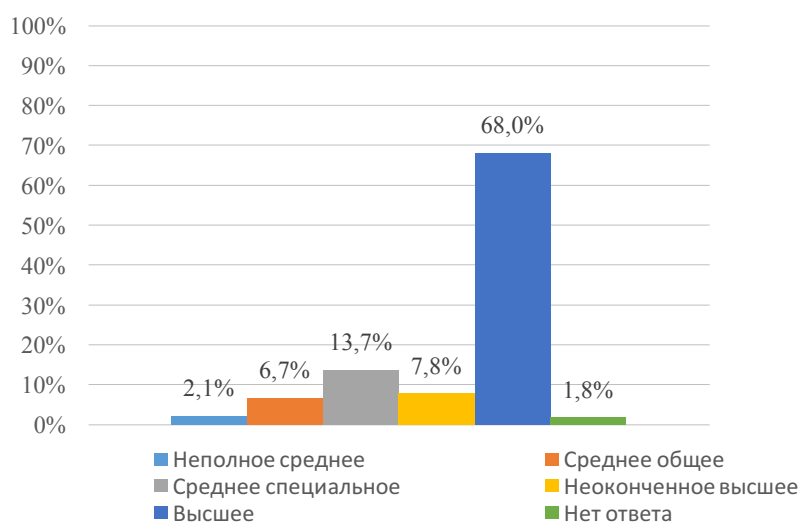
**График 19. Семейное положение**



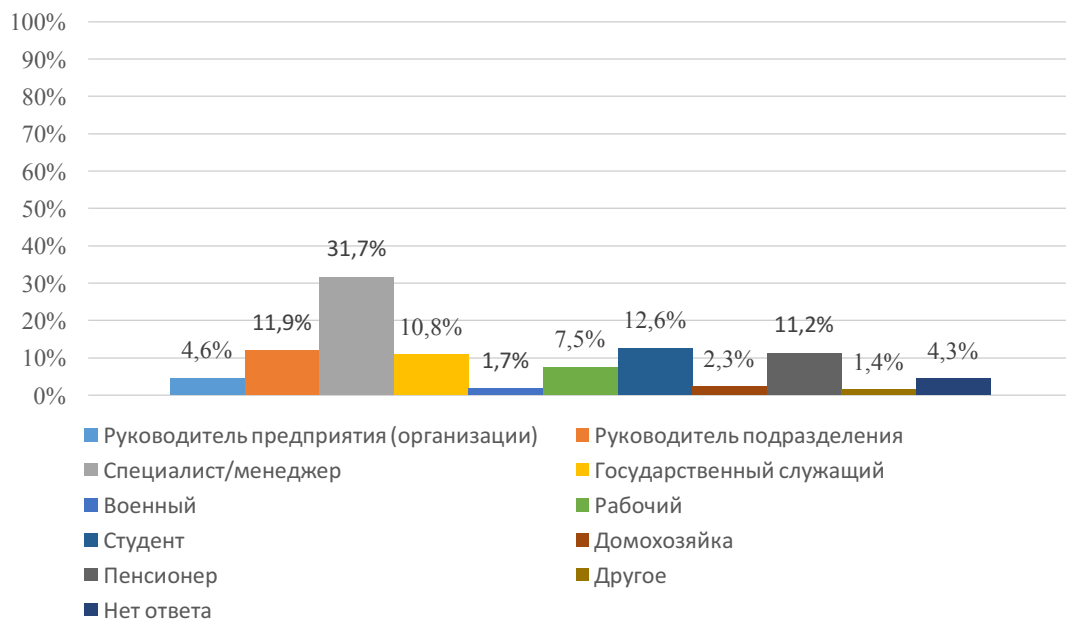
**График 20. Имеются ли у Вас дети до 16 лет?**



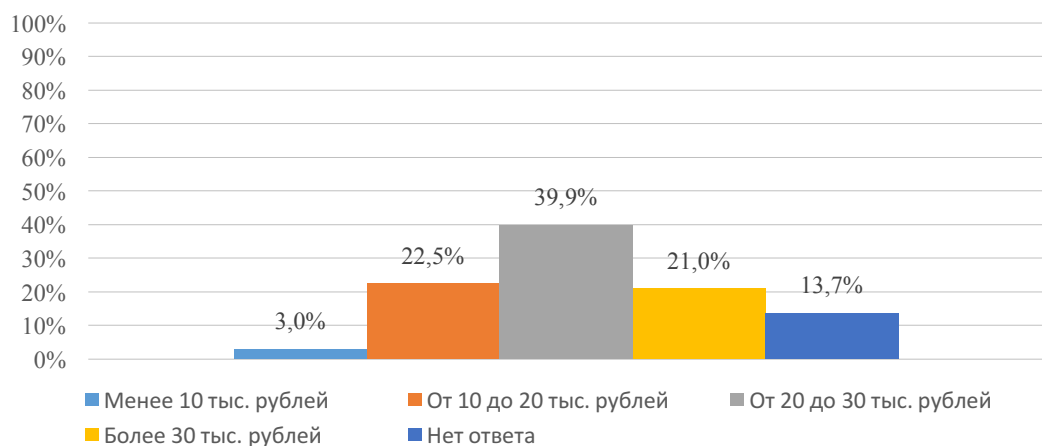
**График 21. Путешествуют ли они с Вами?**



**График 22. Образование**

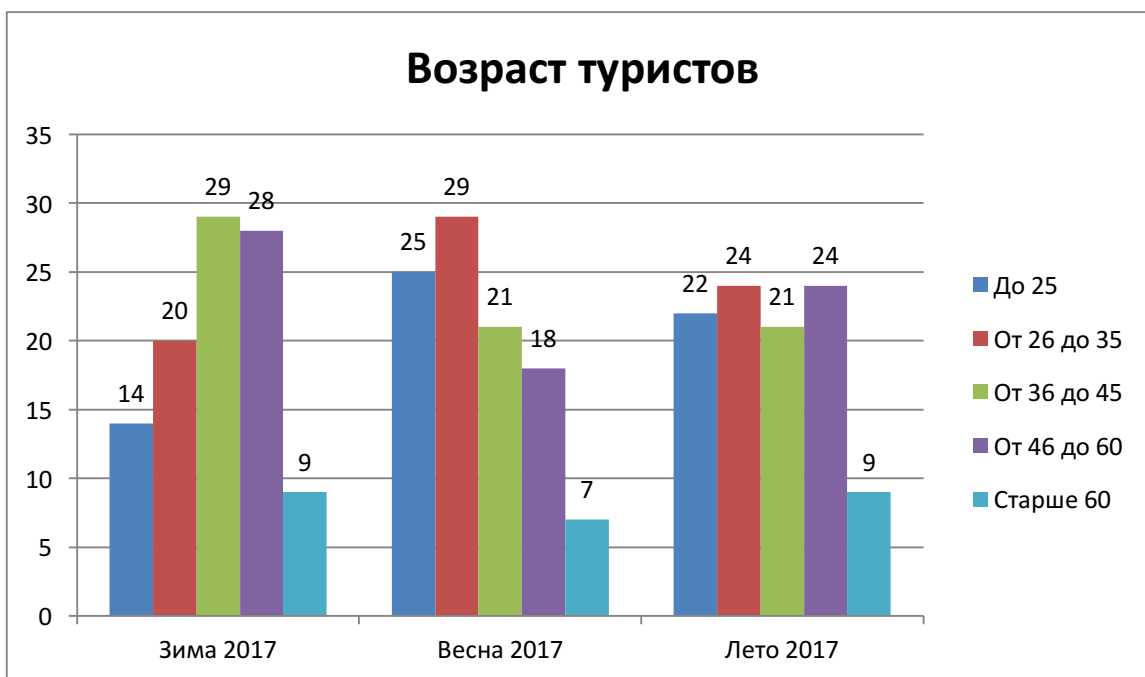
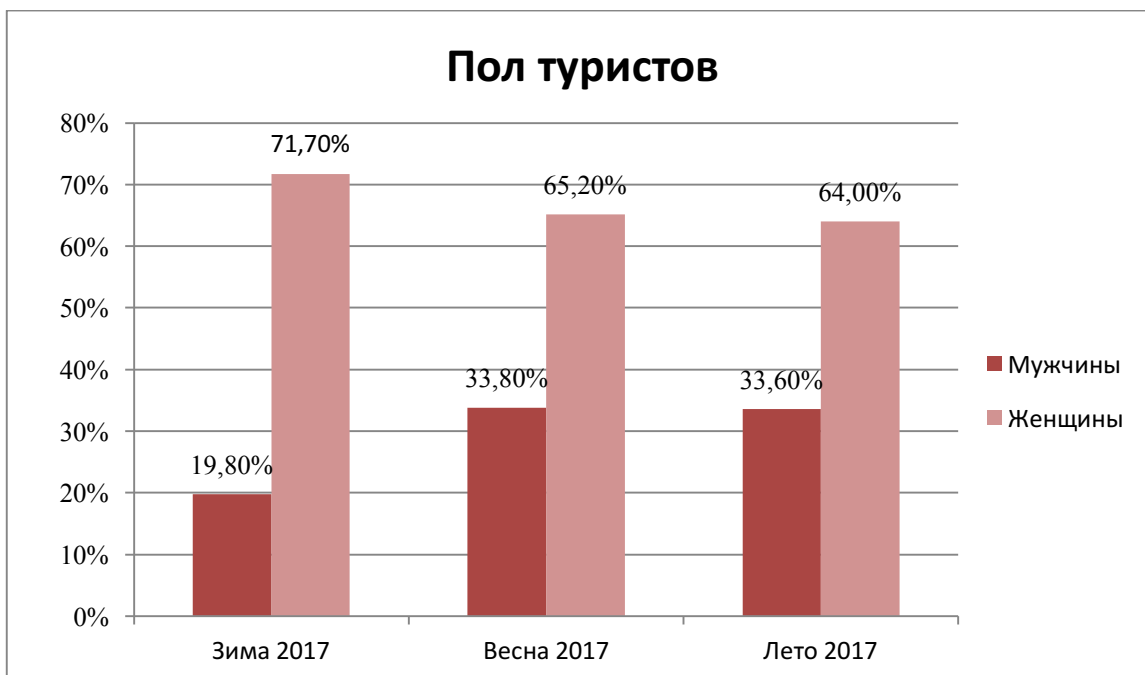


**График 23. Род деятельности**



**График 24. Доход семьи в месяц на человека**

## Сравнительные характеристики основных социально-демографических показателей туристов зимнего, весеннего и летнего сезонов.



## Семейное положение

