

Пресс релиз

Исследование отдыха: вдвое больше людей предпочитают спокойные каникулы активным

28 апреля, 2017

Наталья Игнатьева
Natalia.Ignatyeva@gfk.com
 +7 926 762 7336

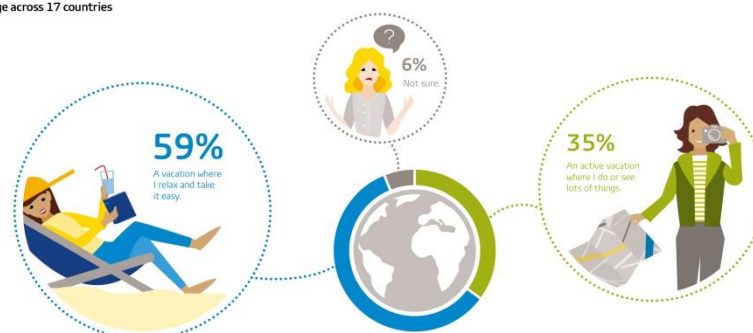
Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com
 + 7 495 937 7222

- В целом, спокойный отдых предпочитают 59 процентов опрошенных, 35 процентов – активный
- Бразилия, Южная Корея и Япония лидируют по доле сторонников расслабляющего отдыха; Италия, Франция и Испания – активного
- Самыми энергичными оказались тинейджеры, активно отдыхать хотят 43 процента из них

Нюрнберг - Москва, 28 апреля 2017 – онлайн-исследование, проведенное GfK **в 17 странах мира**, показало, что более половины (59 процентов) респондентов предпочитают «расслабляющий вид отдыха». При этом «активный отдых с посещением множества различных мест» выбрали лишь чуть больше трети (35 процентов) участников. 6 процентов не определились с предпочтениями в отдыхе.

PREFERRED VACATION TYPE

Average across 17 countries



GfK SE
 Nordwestring 101
 90419 Nuremberg
 Germany

T +49 911 395 0

Management Board:
 Peter Feld (CEO)
 Christian Diedrich (CFO)
 Dr. Gerhard Hausruckinger
 David Krajcsek
 Alessandra Cama

Chairman of the Supervisory Board:
 Ralf Klein-Börling

Commercial register
 Nuremberg HRB 25014

Source: GfK survey among 22,000 Internet users (ages 15+) in 17 countries – Global average is weighted based on the size of each country proportional to the other countries – rounded

Question: Which of these two statements best describes your preferred type of vacation?

© GfK 2017

В целом по странам предпочтения женщин и мужчин относительно отдыха почти одинаковы. Можно отметить, что мужчины чуть более склонны к спокойному отдыху: такой вариант ответа выбрали 60 процентов мужчин и 58 процентов женщин. Зато сторонников активных каникул среди женщин и мужчин оказалось поровну – 35 процентов.

Семьи с тинейджерами отдыхают немного активнее других

Наличие в семье детей, похоже, не относится к ключевым факторам,

влияющим на предпочтения в видах отдыха. Среди домохозяйств с детьми до шести или от шести до двенадцати лет менее двух третьих опрошенных (62 процента) предпочитают расслабляющий отдых и чуть более трети - активные каникулы.

Семьи с подростками выбирали спокойный отдых реже – но ненамного, - 57 процентов; активный отдых указали в качестве предпочтительного 39 процентов опрошенных.

Тинейджеры предпочитают отдыхать активно; люди в 40 более склонны к спокойному отдыху

Самые большие различия – в возрастных группах. В целом, подростки больше остальных предпочитают активные каникулы, этот вариант указали 43 процента респондентов из этой группы, 51 процент - за спокойный отдых. Затем с каждой возрастной группой число поклонников активного отдыха падает, достигая самых низких значений в группах 50+ и 60+, где этот вариант понравился 33 процентам ответивших.

Впрочем, в старших возрастных группах не самая большая доля сторонников расслабляющего отдыха – в группе 40+ спокойный отпуск любят 64 процента опрошенных, в то время как в группе 60+ таких – лишь 57 процентов.

В Италии и Франции отдыхают активно, в Бразилии и Южной Корее предпочитают релакс

Италия (45 процентов), Франция (44 процента) и Испания (43 процента) лидируют по доле онлайн-населения, которое выбирает активный отдых с посещением множества разных мест.

Топ-3 по доле респондентов, предпочитающих спокойный отдых, возглавили Бразилия (71 процент), Южная Корея и Япония (по 66 процентов в каждой из стран).

Россия: доля сторонников активного отдыха немного больше среди мужчин

Число любителей расслабленного отдыха в нашей стране одинаково среди мужчин и женщин: 53 процента, а вот активный отдых в качестве предпочтительного мужчины указывали чаще женщин, но ненамного: 41 и 40 процентов.

Что касается возрастных групп, в России самая большая доля любителей активного отдыха оказалась среди опрошенных 60+ лет, почти половина (49 процентов) таких респондентов предпочитает проводить каникулы, посещая множество различных мест. Подобные результаты – в Австралии и Южной Корее (44 и 35 процентов соответственно), но интересно, что Россия стала единственной

страной, где процент сторонников активного отдыха в группе 60+ выше, чем доля любителей расслабленного отдыха.

Комментирует Марина Синило, директор по работе с клиентами, сфера туризма и бизнес-услуг GfK Rus: “Приближается сезон отпусков. По данным всероссийского омнибусного исследования GfK в 2016 году четверо из пяти россиян, выезжающих на отдых, делали это летом. Часть из них также выезжали на отдых и в другие сезоны.

Сейчас активно развивается внутренний туристический рынок. В прошлом году 86% россиян, выезжавших на отдых, выбрали направление внутри страны. Основные факторы, беспокоящие совершающих поездки по России – низкий уровень сервиса, дороговизна и отсутствие билетов.

Тема туризма очень интересна нашим соотечественникам: по исследованиям GfK путешествия находятся на третьем месте в иерархии личных интересов потребителей в России, уступая лишь фильмам и технологиям & гаджетам.

Также интересный тренд в мире, характерный, в том числе и для россиян – желание получать не просто товар/услугу, но и впечатление, новый опыт. Это касается всех рынков, и рынка туризма в частности.

Компании, работающие в отрасли туризма, которые осознают этот тренд и сформируют соответствующие предложения, получат серьезное конкурентное преимущество на рынке”.

Узнать больше о том, как предпочитают проводить отпуск жители России, вы сможете из нашего отчета [“Путешественники в России”](#)

Чтобы загрузить полную версию исследования с результатами по каждой из 17 стран, пожалуйста, перейдите по ссылке:

www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/

PREFERRED VACATION TYPE

Country results



Average across 17 countries



Source: GfK survey among 22,000 Internet users (ages 15+) in 17 countries – Global average is weighted based on the size of each country proportional to the other countries – rounded
Question: Which of these two statements best describes your preferred type of vacation?

© GfK 2017

Об исследовании

Исследование GfK было проведено среди 22 тысяч онлайн респондентов в возрасте от 15 лет (в России – от 16 лет) в 17 странах мира, в том числе и в России. Полевой этап исследования прошел летом 2016 года. Данные репрезентативны аудитории интернет от 15+ лет (в России 16+) в исследованных странах. Страны исследования: Аргентина, Австралия, Бельгия, Бразилия, Канада, Китай, Франция, Германия, Италия, Япония, Мексика, Нидерланды, Россия, Южная Корея, Испания, Великобритания, США.

О компании GfK

GfK — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях в 100 странах мира. Более 13,000 экспертов GfK ежедневно применяют на практике многолетний опыт компании в маркетинговых исследованиях.

В России GfK исследует потребительское поведение и продажи в крупнейших секторах потребительского рынка - FMCG, автобизнесе, розничной торговле, на рынке бытовой техники и электроники, фармацевтическом рынке, в секторе телекоммуникаций, финансов, рынке страхования и других.

Более подробную информацию можно найти на сайте www.GfK.ru или в Твиттере GfK: https://twitter.com/GfK_Rus