

**Общий отчёт**  
**По проведённому маркетинговому исследованию относительно**  
**определения предпочтений жителей городов Москвы и**  
**Санкт-Петербурга при выборе места для отдыха в 2016 году.**

**Цель проведения:**

Определение предпочтений при выборе места для отдыха в 2016 году среди жителей городов Москвы и Санкт-Петербурга.

**Метод проведения:**

По методу личного интервью (личное приглашение для ответа на вопросы), среднее время опроса одного респондента составило 10 минут.

**География проведения опросов:**

г. Москва, главные улицы: Цветной бульвар, ул. Пречистенка, Улица 1905 года, ул. Новослободская, Ленинский проспект.

г. Санкт-Петербург, главные улицы: Невский проспект, улица Моховая, Лиговский проспект.

**Количество анкет:**

За время проведения маркетингового исследования в общей сложности было опрошено 2000 респондентов (по 1000 респондентов в каждом городе).

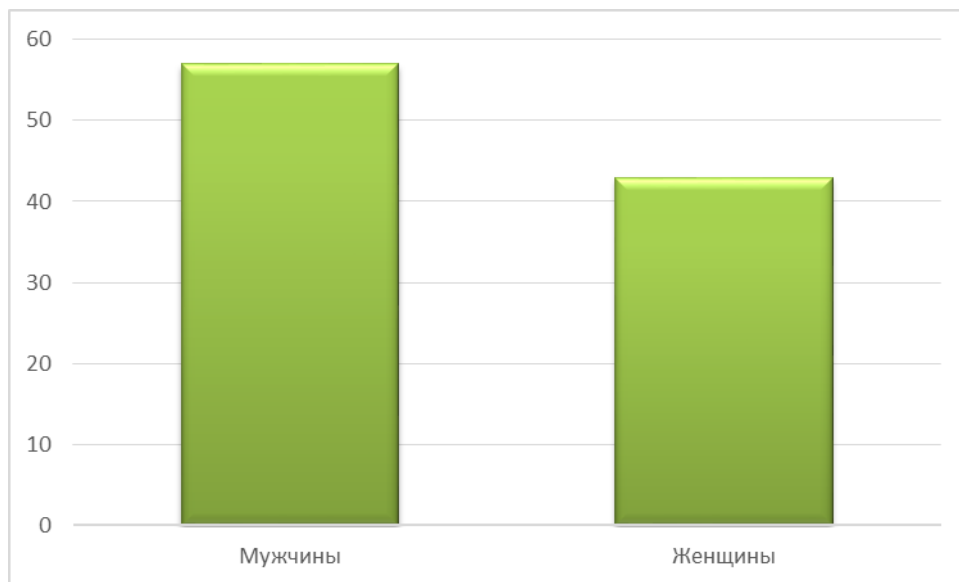
**Выборка:**

Мужчины и женщины от 18 до 60 лет (2000 человек).

**Сроки проведения:**

С 8 мая по 13 мая 2016 года.

**1. Укажите пол респондентов (самостоятельно):**



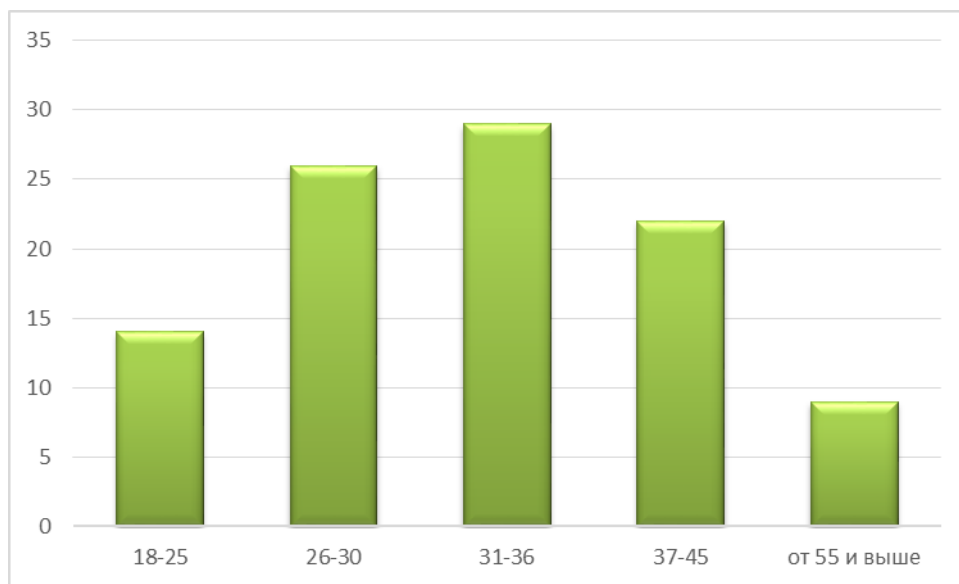
## **Выводы:**

### **Укажите пол респондентов (самостоятельно):**

- Женский- **43%** респондентов (860 респондентов);
- Мужской- **57%** респондентов (1140 респондентов).

По условиям проведения маркетингового исследования для достоверности данных необходимо было опросить мужчин и женщин в произвольном соотношении от общего количества интервью.

## 2. Укажите возраст респондентов:



## **Выводы:**

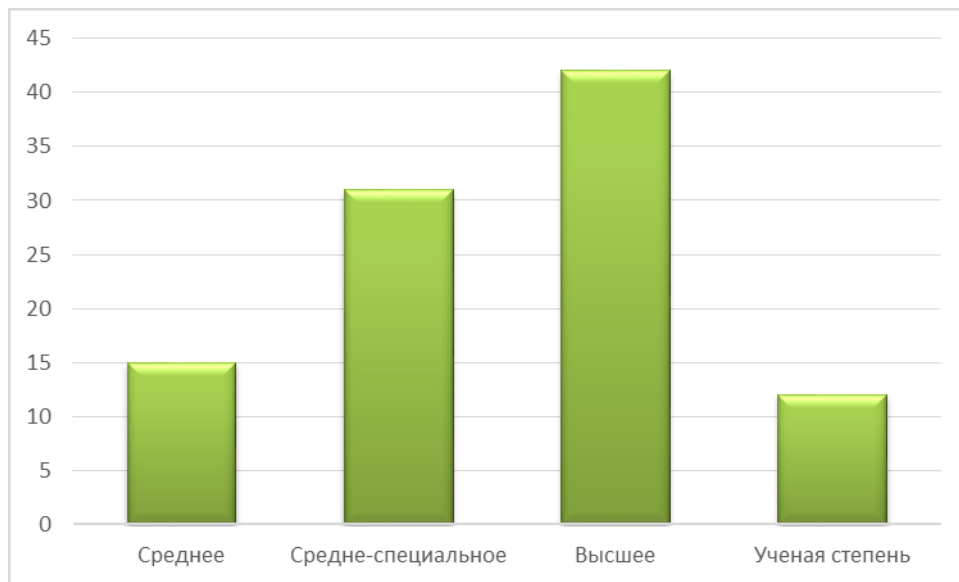
### **Укажите возраст респондентов:**

- От 18 до 25 лет- **14%** респондентов (280 респондентов);
- От 26 до 30 лет- **26%** респондентов (520 респондентов);
- От 31 до 36 лет- **29%** респондентов (580 респондентов);
- От 37 до 45 лет- **22%** респондентов (440 респондентов);
- От 55 лет и выше - **9%** респондентов (180 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**29%**) опрошенных респондентов находятся в возрасте от 31 до 36 лет.

По возрастной квоте респондентов требования по процентному соотношению количества опрошенных респондентов относящихся к каждой отдельной возрастной категории выдвинуты не были.

### 3. Скажите, пожалуйста, какое у Вас образование?



## **Выводы:**

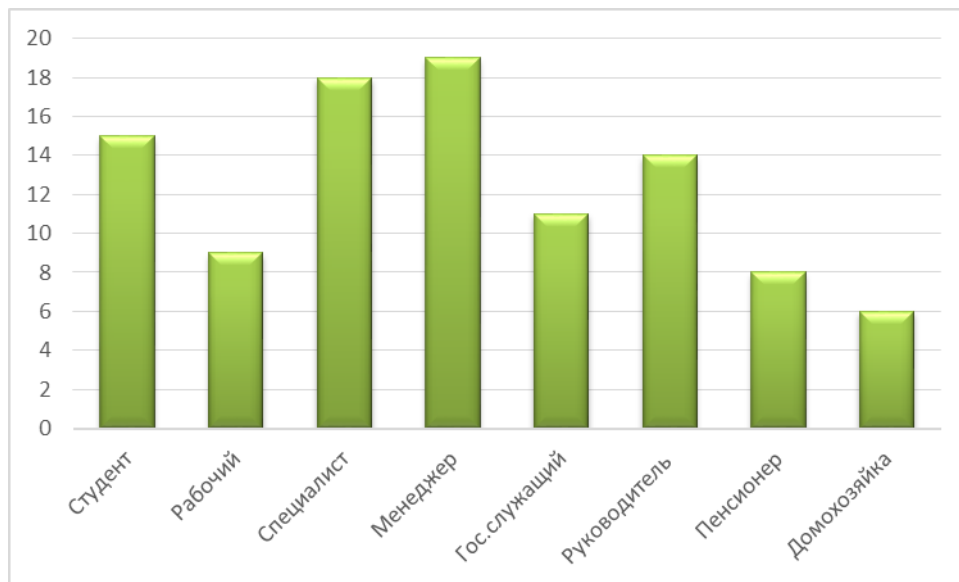
### **Скажите, пожалуйста, какое у Вас образование?**

- Среднее - **15%** респондентов (300 респондентов);
- Средне-специальное - **31%** респондентов (620 респондентов);
- Высшее – **42%** респондентов (840 респондентов);
- Ученая степень – **12%** респондентов (240 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**42%**) из опрошенных респондентов сказали, что имеют высшее образование.



#### 4. Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род занятий?



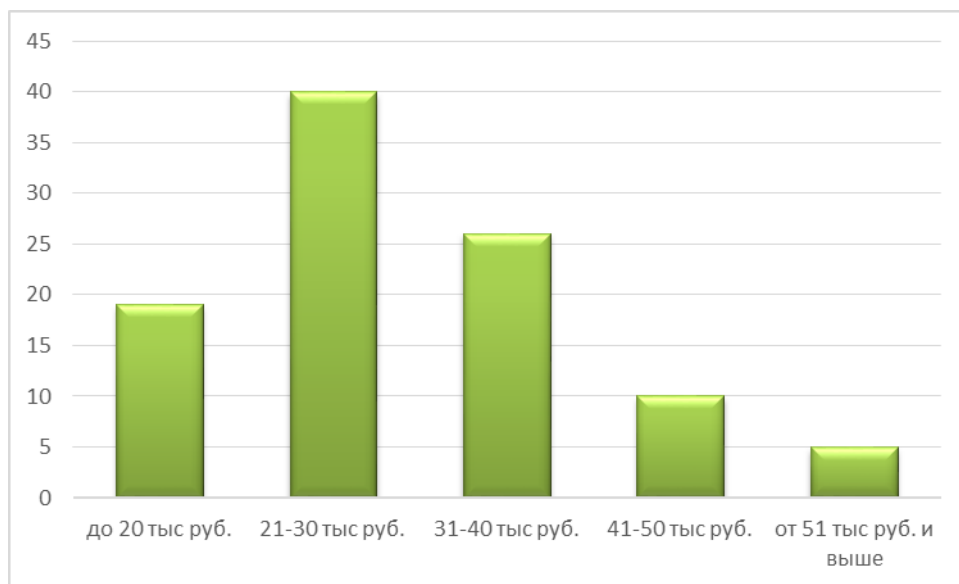
## **Выводы:**

### **Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род занятий?**

- Студент- **15%** респондентов (300 респондентов);
- Рабочий - **9%** респондентов (180 респондентов);
- Специалист – **18%** респондентов (360 респондентов);
- Менеджер – **19%** респондентов (380 респондентов);
- Гос. Служащий – **11%** респондентов (220 респондентов);
- Руководитель – **14%** респондентов (280 респондентов);
- Пенсионер – **8%** респондентов (160 респондентов);
- Домохозяйка – **6%** респондентов (120 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**19%**) из опрошенных респондентов ответили, что работают менеджерами.

## 5. Скажите, пожалуйста, в вашей семье какой уровень дохода на одного человека в месяц?



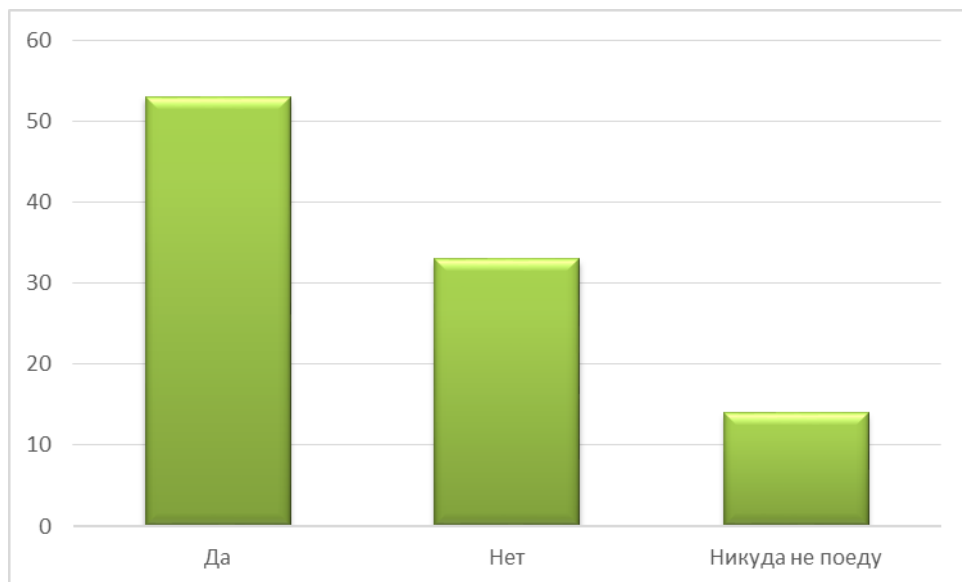
### Выводы:

**Скажите, пожалуйста, в вашей семье какой уровень дохода на одного человека в месяц?**

- До 20 тыс. руб. - **19%** респондентов (380 респондентов);
- 21-30 тыс. руб. - **40%** респондентов (800 респондентов);
- 31-40 тыс. руб. - **26%** респондентов (520 респондентов);
- 41-50 тыс. руб. - **10%** респондентов (200 респондентов);
- От 51 тыс. руб. и выше - **5%** респондентов (100 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**40%**) из опрошенных респондентов ответили, что уровень дохода в семье на одного человека в месяц составляет 21-30 тысяч рублей.

**6. Скажите, пожалуйста, в связи со сложностью посещения в 2016 году таких стран, как Турция и Египет, рассматриваете ли Вы как альтернативу отдых на Российских курортах?**



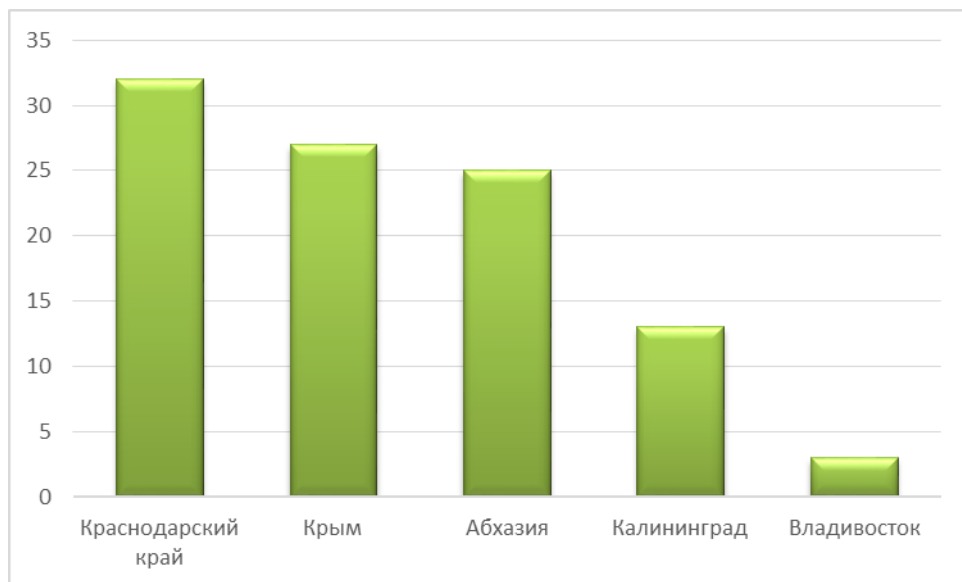
## Выводы:

**Скажите, пожалуйста, в связи со сложностью посещения в 2016 году таких стран, как Турция и Египет, рассматриваете ли Вы как альтернативу отдых на Российских курортах?**

- Да - **53%** респондентов (1060 респондентов);
- Нет - **33%** респондентов (660 респондентов);
- Никуда не поеду – **14%** респондентов (280 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**53%**) из опрошенных респондентов ответили, что рассматривают в качестве альтернативы отдыху в таких странах, как Турция и Египет отдых на Российских курортах.

**7. Укажите, пожалуйста, какие именно Российские курорты вы рассматриваете для поездки на отдых?**



## Выводы:

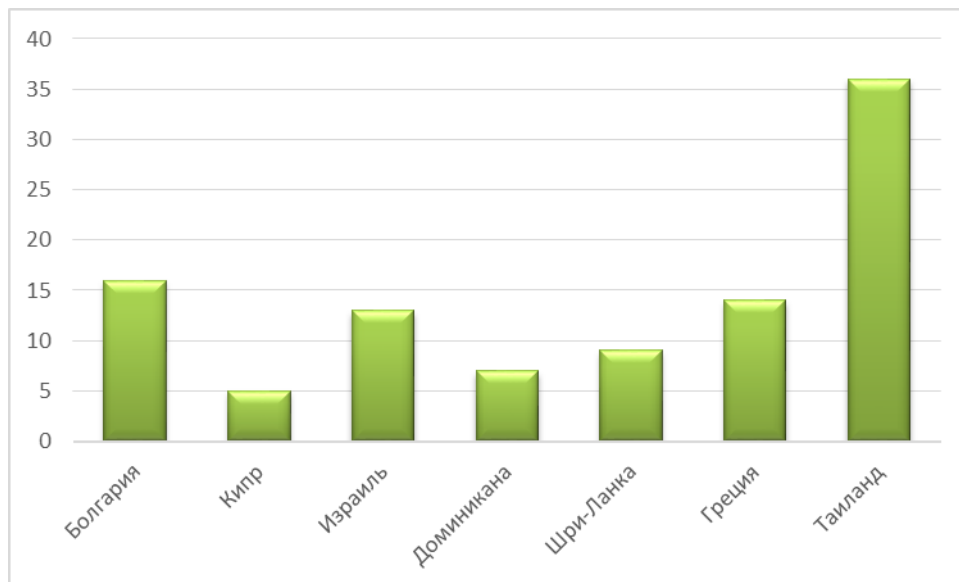
Укажите, пожалуйста, какие именно Российские курорты вы рассматриваете для поездки на отдых?

- Краснодарский край - **32%** респондентов (339 респондентов);
- Крым - **27%** респондентов (286 респондентов);
- Абхазия - **25%** респондентов (265 респондентов);
- Калининград - **13%** респондентов (138 респондентов);
- Владивосток - **3%** респондентов (32 респондента).

По результатам маркетингового исследования большинство (**32%**) из опрошенных респондентов ответили, что рассматривают для поездки на отдых Краснодарский край.



**8. Укажите, пожалуйста, какие именно Зарубежные курорты вы рассматриваете для поездки на отдых?**



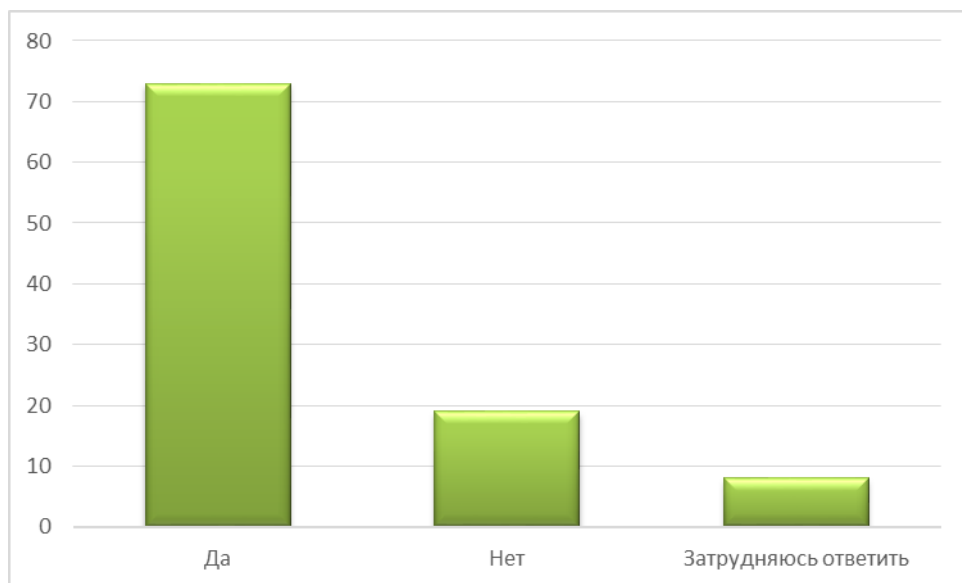
## **Выводы:**

**Укажите, пожалуйста, какие именно Зарубежные курорты вы рассматриваете для поездки на отдых?**

- Болгария - **16%** респондентов (106 респондентов);
- Кипр - **5%** респондентов (33 респондента);
- Израиль - **13%** респондентов (86 респондентов);
- Доминикана - **7%** респондентов (46 респондентов);
- Шри-Ланка - **9%** респондентов (59 респондентов);
- Греция – **14%** респондентов (92 респондента);
- Таиланд – **36%** респондентов (238 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**36%**) из опрошенных респондентов ответили, что для поездки на отдых в 2016 году рассматривают Таиланд.

**9. Скажите, по Вашему мнению, способны ли Российские курорты конкурировать с Зарубежными по уровню сервиса?**



## Выводы:

**Скажите, по Вашему мнению, способны ли Российские курорты конкурировать с Зарубежными по уровню сервиса?**

- Да - **73%** респондентов (1460 респондентов);
- Нет - **19%** респондентов (380 респондентов);
- Затрудняюсь ответить - **8%** респондентов (160 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**73%**) из опрошенных респондентов ответили, что считают, что Российские курорты способны конкурировать с Зарубежными по сервису.

## **Выводы:**

По результатам маркетингового исследования можно сделать выводы, что большинство из опрошенных респондентов — это люди зрелого возраста, люди с высшим образованием, люди по роду занятий менеджеры разного уровня, уровень дохода на одного человека в семье 21-30 тыс. рублей.

Большинство из опрошенных респондентов рассматривают Российские курорты для отдыха в 2016 году в качестве альтернативы отдыху в Турции и Египте. В основном люди хотят посетить Краснодарский край и Крым.

Среди зарубежных курортов лидирует Таиланд.

Большинство из опрошенных респондентов считают, что уровень сервиса на Российских курортах может конкурировать с зарубежным.

## **Выборка респондентов, участвующих в опросе**

При подготовке к проведению маркетингового исследования (личное интервью), сотрудниками маркетингового агентства ZOOM MARKET была предложена выборка в 2000 личных интервью. Данная выборка исходя из цели исследования считается репрезентативной и мнений 2000 респондентов достаточно для того чтобы результаты исследования считались достоверными.

При проведении исследования большое внимание уделялось местам опроса. Опрос проводился: г. Москва, главные улицы: Цветной бульвар, ул. Пречистенка, Улица 1905 года, ул. Новослободская, Ленинский проспект.  
г. Санкт-Петербург, главные улицы: Невский проспект, улица Моховая, Лиговский проспект.

Данные маркетингового исследования можно считать достоверными и учитывая цель исследования выборку можно отнести к репрезентативной и в данном случае мнений 2000 респондентов достаточно для того чтобы получить ответы на заданные вопросы в исследовании и использовать полученные данные.

## **Краткая справка об маркетинговом агентстве ZOOM MARKET**

Маркетинговое агентство ZOOM MARKET было основано в 2008 году на базе департамента маркетинга крупного отечественного холдинга.

Основной специализацией маркетингового агентства является проведение социологических и маркетинговых исследований.

За время существования агентства было проведено более 200 исследовательских проектов более чем для 80 компаний. Среди клиентов маркетингового агентства ZOOM MARKET: OGGI (с августа 2010 года OODJI), ОРАНТА страхование, ТД АЙСБЕРРИ, ФГ БКС, Окна роста, TERVOLINA, Сафари кофе, ГК КиН и многие другие!

**Благодарим Вас за выбор нашего агентства!**

**Надеемся на плодотворное долгосрочное сотрудничество!**

**Маркетинговое агентство «ZOOM MARKET»**

**(495) 960-90-89**

**[www.mazm.ru](http://www.mazm.ru)**

**market@mazm.ru**