



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

# ПРОГРАММА «ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЕШБЭК»



# ХАРАКТЕРИСТИКА КОЛИЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1 Интернет-опрос с использованием запрограммированной формализованной онлайн-анкеты. Рекрутинг респондентов (привлечение респондентов на опрос) произведен метода поточной выборки (river sampling).

2 Опрос проводился в ноябре 2021 года.

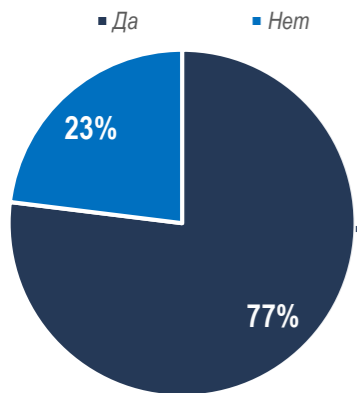
3 Выборка составила 3084 респондентов.



# РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

## Опрос

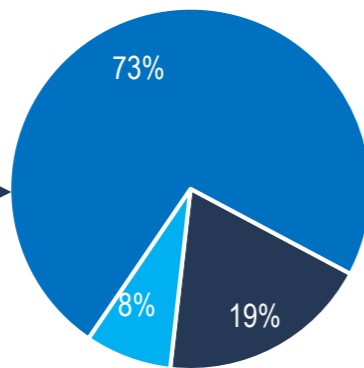
### ЗНАЮТ О ПРОГРАММЕ



Да, знаю

### СТАЛИ УЧАСТНИКОМ

Да, один раз Да, несколько раз Нет

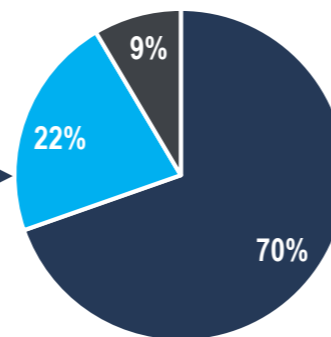


Да, стал

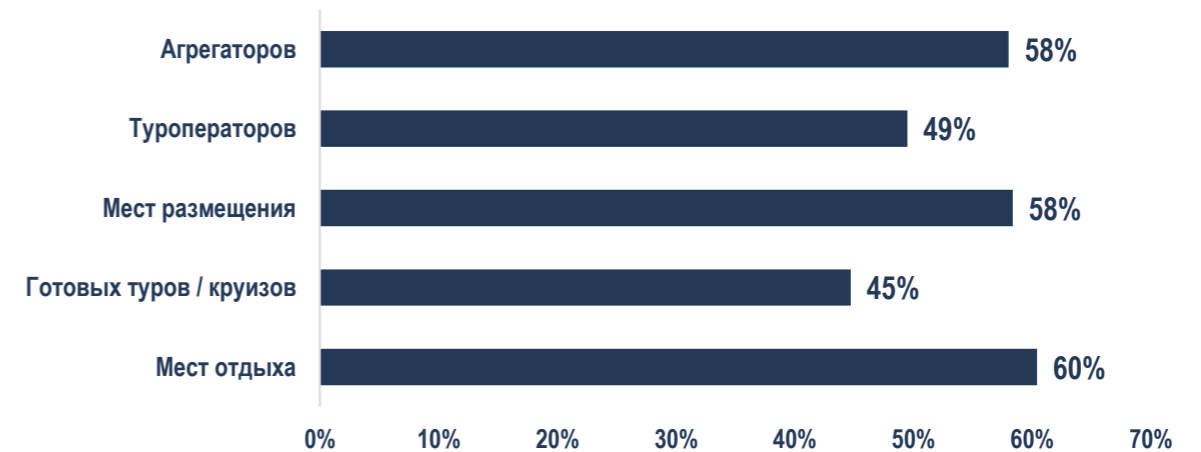
Да, стал

### ВЫБОР ТУРПРОДУКТА

Проживание Тур Круиз

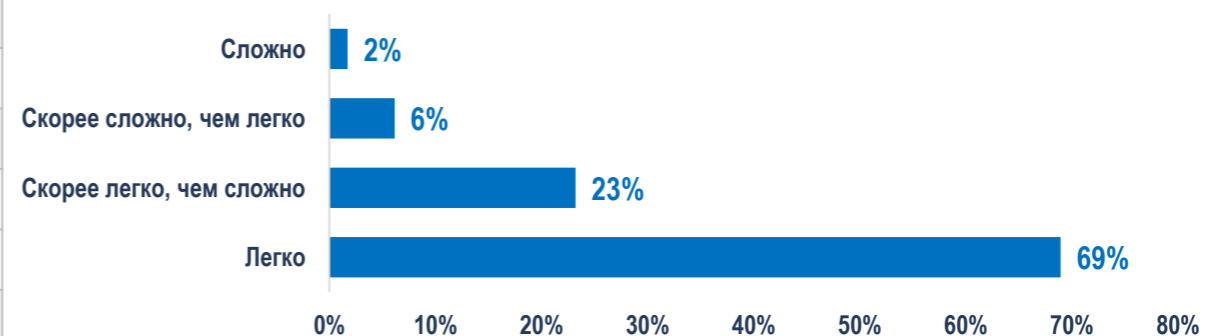


### ДОСТАТОЧНОСТЬ ВАРИАНТОВ В РАМКАХ ПРОГРАММЫ

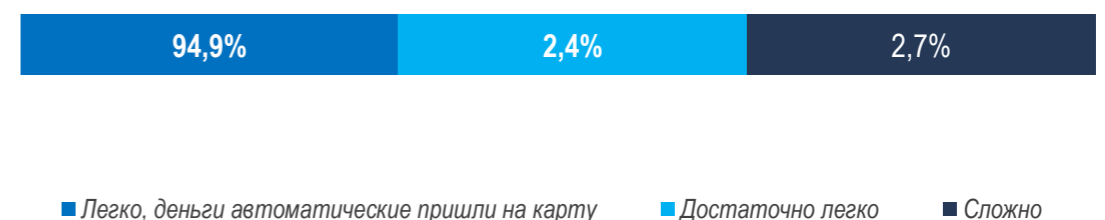


Что необходимо улучшить в условиях программы	
Сделать программу постоянной для всех	43%
Привлечь больше партнеров	40%
Компенсация транспортных расходов	38%
Повысить размер кешбэка	35%
Отменить условие оплаты заранее	14%
Улучшить информирование	10%
Компенсация культурно-досуговых мероприятий	5%

### СЛОЖНОСТЬ ПРОЦЕДУРЫ РЕГИСТРАЦИИ В ПРОГРАММЕ



### СЛОЖНОСТЬ ПОЛУЧЕНИЯ КЕШБЭКА



Сможет ли скидка не менее 20% в будущем подвигнуть изменить

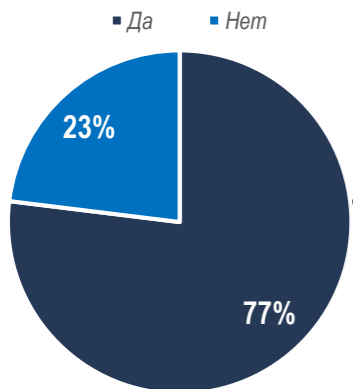




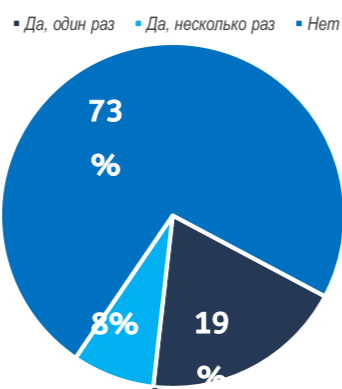
# РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

## Опрос

### ЗНАЮТ О ПРОГРАММЕ



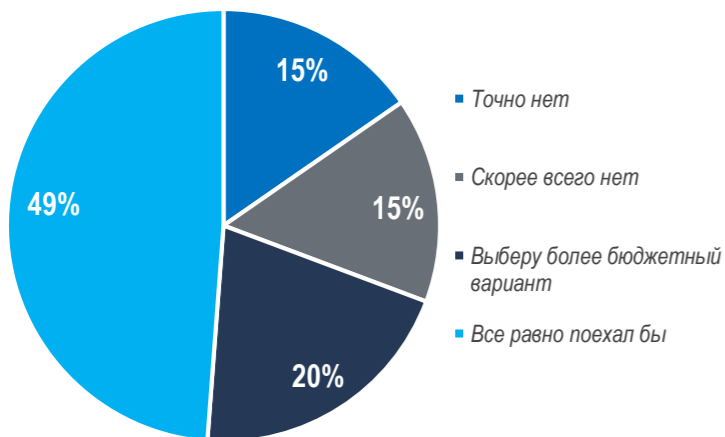
### СТАЛИ УЧАСТНИКОМ



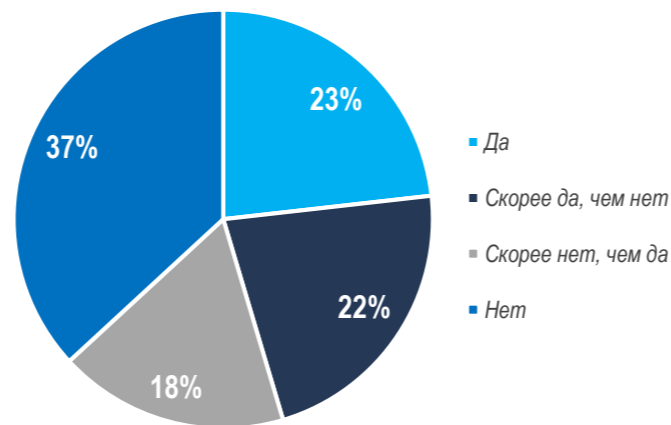
Причины отказа	
Не подошли даты	22%
Не было подходящего места отдыха	18%
Не было подходящего места проживания	16%
Планировал отпуск заранее	11%
Незначительный размер кешбэка	10%
Другое	34%

Что можно улучшить?	
Больше партнеров	40%
Компенсация транспортных расходов	31%
Сделать программу постоянной, в т.ч. для пенсионеров и студентов	26%
Отменить условие оплаты заранее	22%
Повысить размер кешбэка	21%

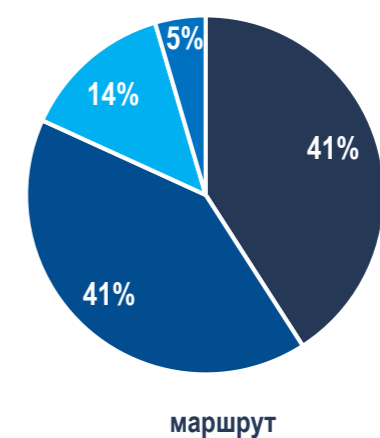
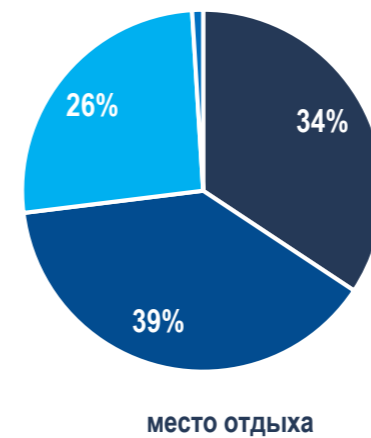
### ВЕРОЯТНОСТЬ ПУТЕШЕСТВИЯ БЕЗ КЕШБЭКА



### ВЛИЯНИЕ НА ВЫБОР ПУТЕШЕСТВИЯ ПО РОССИИ ВМЕСТО ЗАГРАНИЦЫ



### ВЛИЯНИЕ НА ВЫБОР МЕСТА ОТДЫХА ИЛИ МАРШРУТА



- Выбор без учета программы
- Кешбэк был преимуществом
- Выбирал только среди участников
- Специально изменил выбор для получения кешбэка



# СИСТЕМНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ПРОГРАММЫ «ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЭШБЭК»



Введение динамической системы условий программы «Туристический кэшбэк», которая будет позволять оперативно корректировать туристические потоки.

Динамическая система предполагает дифференцированные условия для различных параметров:

- 1 категория или отдельные характеристики участников программы (например, учащиеся, семьи с детьми, пенсионеры и др.)
- 2 период поездки (высокий или низкий туристических сезон, выходные (праздничные) и рабочие дни, период школьных каникул и др.)
- 3 тип туристического продукта (проживание в КСР, комплексный тур, круиз)
- 4 география поездки

Для получения кэшбэка в размере не менее 20 % большинство респондентов готовы и скорее готовы изменить

- даты поездки (68,9 % респондентов)
- направление поездки (72,0 % респондентов)
- вид отдыха, например, вместо пляжного отдыха отправиться в круиз (67,9 % респондентов)



# ТОЧЕЧНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ПРОГРАММЫ «ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЕШБЭК»\*

1. Заблаговременное информирование о старте и условиях очередной волны программы
2. Значительное увеличение участников программы со стороны поставщиков туристических услуг
3. Расширение действия программы на индивидуальные средства размещения
4. Включение в условия программы частичную компенсацию стоимости транспортных услуг
5. Доработка официального сайта программы «Мир путешествий», предусмотрев удобный поиск предложений по различным параметрам (место отдыха, цена, тип туристического продукта, категория места размещения и др.)
6. Повышение информирования и популяризации программы, подготовка сотрудников объектов размещения и туристических операторов
7. Проведение мониторинга ценовых предложений поставщиков туристических услуг – участников программы, так как респонденты обозначают проблему завышения цен на услуги объектов размещения и туристических операторов в период действия программы

\* По предложения респондентов, которые приняли участие в опросе.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

# ПРОГРАММА «ДЕТСКИЙ КЕШБЭК»



# ХАРАКТЕРИСТИКА КОЛИЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1 Интернет-опрос с использованием запрограммированной формализованной онлайн-анкеты. Рекрутинг респондентов (привлечение респондентов на опрос) произведен метода поточной выборки (river sampling).

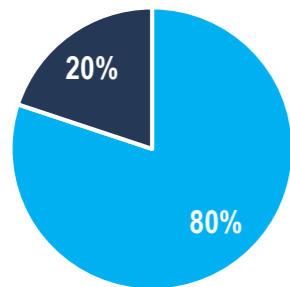
2 Опрос проводился в ноябре 2021 года.

3 Выборка составила 3005 респондентов.



### ЗНАЮТ О ПРОГРАММЕ

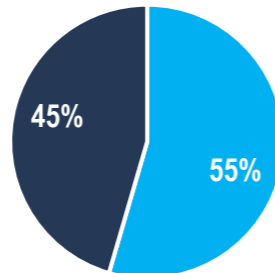
■ Да ■ Нет



Да, знаю

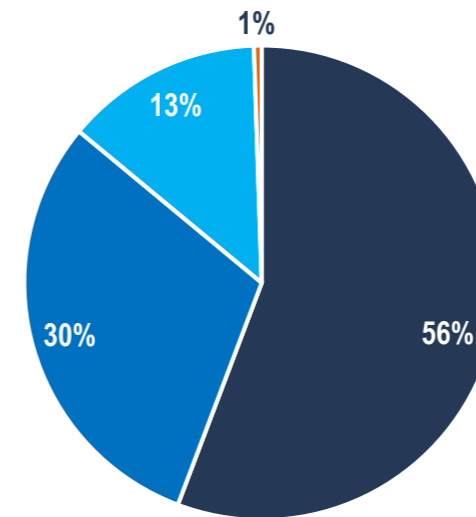
### ВОСПОЛЬЗОВАЛИСЬ

■ Да ■ Нет



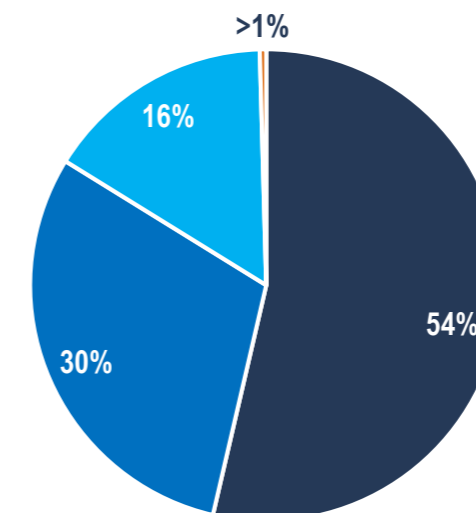
- 75% респондентов оценивают достаточность выбора вариантов лагерей в рамках программы как достаточную и скорее достаточную, 4,7% - как недостаточную
- 92,4% ответивших было легко зарегистрироваться для участия в программе
- В 86% случаев возврат денег по программе произошел автоматический, в 9% - после обращения в службу поддержки

### ПОВЛИЯЛО ЛИ НАЛИЧИЕ ПРОГРАММЫ НА РЕШЕНИЕ ОТПРАВИТЬ РЕБЕНКА В ЛАГЕРЬ



- Я бы и так отправил ребенка в лагерь, но это был приятный бонус
- Да, повлияло, если бы ее не было, я бы не отправил ребенка в лагерь
- Да, повлияло, без кеш-бэка я бы выбрал(а) более бюджетный лагерь в России
- Да, повлияло, без кеш-бэка я бы скорее всего отправил ребенка в лагерь за границу

### ПОВЛИЯЛА ЛИ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧЕНИЯ КЕШБЭКА НА ВЫБОР ЛАГЕРЯ



- Нет, я выбирал(а) лагерь без учета программы
- Кешбэк был преимуществом при выборе лагеря, но не ключевым
- Я выбирал(а) только среди лагерей с кешбэком
- Я поменял(а) лагерь, чтобы получить кешбэк

#### Узнали о программе из:

Новостей	23,6%
Рекламы на ТВ	20,4%
Рекламы в Интернете	16,2%
Рекламы в социальных сетях	13,9%
От знакомых	12,1%
Предложил турагент или туроператор	9,1%
Рекламы в печатных изданиях	0,8%
Рекламы на билбордах	0,4%
Другое	3,6%