



Национальные веломаршруты России

VeloRussia[®]

Исследование целевой группы

2023 год

1. Вводные

1.1. Исследование проводилось командой проекта в течение четырёх лет с 2018 по 2022 год. Цель исследования — определить портрет целевой группы и её социальный запрос в контексте велотуризма.

1.2. В процессе исследования применялось два инструмента:

а) **Опросы целевой группы** на очных мероприятиях проекта (на лекциях и презентациях **VeloRussia**[®] в регионах России). Всего за четыре года было проведено 36 таких мероприятий в 14 субъектах Российской Федерации, количество респондентов составило 654 человека. Пример [как это было в Белгороде](#)

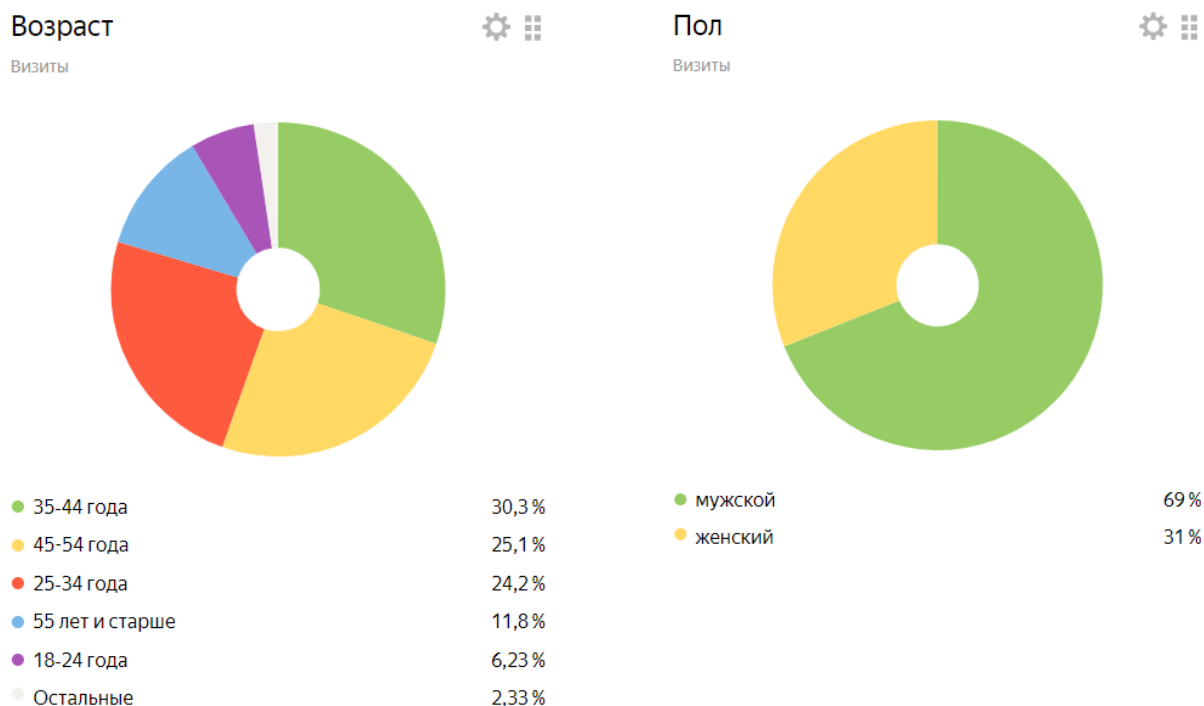
б) **Данные сервиса Яндекс.Метрика** по официальному сайту проекта **VeloRussia**[®] ([ссылка на сайт](#)). Период данных был взят один год с 1 января по 31 декабря 2022 года, количество уникальных посетителей сайта за этот период составило 25372 человека.

1.3. Результаты исследования были проанализированы командой проекта, обобщённые данные легли в основу решений **VeloRussia**[®].

1.4. Общие статистические данные по регионам России (по населению, гендеру, уровню образования и доходов) брались из сведений Федеральной службы государственной статистики (Росстат).

2. Портрет целевой группы

2.1. Из данных сервиса Яндекс.Метрика мы взяли показатели по возрасту и полу целевой группы. Ядро нашей целевой группы (79,6%) составляют взрослые люди 25 — 54 лет. Причём 69% из них мужчины и 31% женщины.



2.2. При опросах целевой группы на мероприятиях мы просили респондентов указать место проживания (тип территории), уровень образования и доходов. Данные распределились следующим образом:

Место проживания		Уровень образования		Уровень доходов*	
Городские жители	96%	Высшее	76%	Выше среднего	53%
Сельские жители	4%	Среднее проф.	24%	Средний	38%
				Ниже среднего	9%

* при определении уровня доходов за величину среднего дохода было взято значение медианной среднемесячной зарплаты в российской экономике за 2021 год по данным Росстата — **35370 рублей**.

Приверженность ЗОЖ ([по критериям Росстата](#)) отметили 87% опрошенных.

2.3. Далее мы обобщили данные и получили портрет типового российского велотуриста (целевая группа проекта **VeloRussia®**):

Российский велотурист — гражданин России, возраста 25 — 54 лет, мужчина или женщина, городской житель, увлекающийся активным туризмом.

При этом типовой российский велотурист обладает следующими качественными характеристиками:

- ***имеет высшее образование;***
- ***имеет доход среднего уровня и выше;***
- ***как правило ведёт здоровый образ жизни;***
- ***самостоятельный самоорганизованный велотурист.***

2.4. Определение объёма целевой группы по географии проекта:

2.4.1. Население городов России на 1 января 2022 года

(по данным Росстата, табл. 23-26):

Город (по географии проекта)	Население, тыс. чел.
Москва (Московская область)	12635,5
Санкт-Петербург (Ленинградская область)	5377,5
Казань (Республика Татарстан)	1259,2
Екатеринбург (Свердловская область)	1493,6
Челябинск (Челябинская область)	1179,3
Пермь (Пермский край)	1042,8
Воронеж (Воронежская область)	1048,7
Петрозаводск (Республика Карелия)	280,9
Краснодар (Краснодарский край)	974,3
Вологда (Вологодская область)	306,6
Самара (Самарская область)	1136,7
Уфа (Республика Башкортостан)	1135,1
Белгород (Белгородская область)	391,8
Киров (Кировская область)	523,5
Кострома (Костромская область)	277,0
Нижний Новгород (Нижегородская область)	1233,9
Новгород (Новгородская область)	224,9
Оренбург (Оренбургская область)	572,3
Тверь (Тверская область)	424,9
Пенза (Пензенская область)	509,5
ИТОГО:	32028,0

2.4.2. Население в возрасте 25 — 54 лет на 1 января 2022 года (по данным Росстата):

Общее количество городского населения России составляет 108896 тыс. человек, из них в возрасте 25 — 54 лет 48117 тыс. человек или **44,2%**. У нас по географии проекта общее количество населения составляет 32028 тыс. человек, значит в возрасте 25 — 54 лет будет:

$$32028 \times 0,442 = 14156,4 \text{ тысяч человек}$$

2.4.3. Теперь выделим тех, кто имеет в качестве хобби активный туризм. По данным исследования социальной сети Одноклассники таких у нас 31% (по состоянию на 2022 год):



Значит, **потенциальная общая аудитория** нашего проекта по выбранной географии составляет:

$$14156,4 \times 0,31 = 4388,48 \text{ тыс. человек}$$

Это те люди (причём не только велотуристы), которых могут заинтересовать результаты и продукты нашего проекта — описания регионов России с точки зрения возможностей активного туризма, веломаршруты,

описания точек интереса, расположение объектов туристической инфраструктуры, принципы подготовки к велопоходам.

3. Запрос целевой группы

3.1. Здесь наше исследование разделилось на два блока. Сначала мы выясняли общие потребности и запросы целевой группы, пытаюсь понять как они удовлетворяются сейчас. Во втором блоке мы уже детально разбирались какие именно велопоходы востребованы у целевой группы — длительность, километраж, средний чек, вектор интересов, предпочтения в туристической инфраструктуре. Основной инструмент исследования в этой части — интервью представителей целевой группы на очных мероприятиях проекта **VeloRussia®** в регионах России. Всего было проведено 23 интервью, преимущественно с лидерами региональных велосообществ России.

Важно! Отдельно отметим, что опрос проводился среди той части целевой группы, которая уже увлекается велотуризмом, эти люди приходили на наши мероприятия, посвящённые проекту в сфере велотуризма. Поэтому все вопросы были сформулированы изначально по проблематике именно велотуризма.

3.2. Общие потребности и запросы целевой группы.

Целевой группе задавались следующие вопросы:

- 1) *Какие страны и регионы вам интересны для велопоходов и почему?*
- 2) *Как вы планируете свои велопоходы? Какая информация вам необходима? Где вы берёте эту информацию? В каком формате?*
- 3) *Как организованы ваши велопоходы? Какие типы велосипедов используете? Где ночуете? Как и где питаетесь? Какие достопримечательности (природные, культурные) вам интересны?*
- 4) *Чем для вас могут быть привлекательны велопоходы по России? Есть ли сложности с подготовкой и реализацией велопоходов по России? В чём они заключаются?*

Ответы записывались, анализировались и обобщались. Мы постарались сгруппировать полученную информацию и выделить три ключевых социальных запроса (проблема) целевой группы, касающиеся велотуризма в целом:

А) Целевая группа желает совершать велопоходы в России потому, что это проще, дешевле, быстрее и удобнее, чем каждый раз ехать в Европу. Плюс к этому Россия мало освоена, а значит интересна. И ещё в данное время стало технически сложнее попадать в Европу - труднее получить визу и намного меньше удобных перелётов.

Б) Целевая группа выбирает для велотуризма европейские страны потому, что там есть готовые веломаршруты и источники информации о них, понятно что есть интересного в самих странах, есть уверенность в наличии и качестве мест ночлега и приёма пищи, есть множество отчётов тех, кто уже там побывал. В России напротив, ничего непонятно — куда можно поехать на велосипеде, где вообще можно на нём проехать, по каким дорогам, где ночевать и питаться, насколько это вообще всё возможно и безопасно.

В) Целевая группа имеет запрос на европейский тип велотуризма — с познавательным уклоном, с минимумом трудностей, по интересным готовым веломаршрутам, с комфортными ночёвками и хорошим питанием по пути. Старый советский спортивный велотуризм не годится — целевая группа не хочет бюрократии по оформлению велопохода, не хочет больших групп, не хочет соревновательности, не хочет излишних трудностей.

На следующем этапе на основе выделенной проблемы целевой группы команда проекта сформулировала причины этой проблемы (то, над чем мы будем работать), соответственно их получилось тоже три:

1) Отсутствие информации о велотуризме в России. Страна большая, условия разные — непонятно куда в принципе можно поехать с велосипедом, был ли там кто-то из целевой группы раньше, что там интересного, где почитать отчёты. Нужны надёжные ответственные источники информации и каналы обмена информацией внутри целевой группы, нужно поддерживать актуальность информации. В идеале информация должна быть структурирована и единообразна для всех регионов России.

2) Отсутствие надёжных проработанных веломаршрутов, с заранее продуманными местами ночлега, приёма пищи, списком достопримечательностей по пути, с удобными подъездами и выездами с веломаршрутов. Здесь важно, чтобы это были веломаршруты под запросы целевой группы, трассированные по единым для всех регионов России методикам и стандартам. Веломаршруты по любому региону России должны быть одинаково понятны любому велотуристу также из любого региона России.

3) Разрозненность целевой группы - во многих регионах России есть свои местные сильные велообщества, велотуристы хорошо ориентируются в своих регионах. Но при этом каждое региональное велообщество живёт как бы только своей жизнью, слабо или совсем не контактируя с другими — не делится опытом и не рассказывает о своих регионах с точки зрения возможностей велотуризма. Мы хотим поработать с лидерами региональных велообществ, обучить их единым для всей России методикам и стандартам велотуризма, сплотить их между собой и превратить в каналы работы с региональными велообществами.

3.3. Детализация потребностей и запроса целевой группы.

В этой части целевой группе задавались следующие вопросы:

- 1) Сколько велопоходов в год вы проводите? Какова география велопоходов? Длительность и километраж? В какое время года?*
- 2) Как вы предпочитаете путешествовать — с группой, в одиночку или парой? Если с группой, то оптимальное количество человек в группе?*
- 3) Средний чек в пересчёте на сутки велопохода? Состав затрат?*
- 4) Какими приложениями вы пользуетесь для навигации на веломаршруте? В каком виде вам удобно получать информацию, хранить её и пользоваться ею?*
- 5) Каким видом транспорта удобнее всего перемещаться по России с велосипедом и багажом? Почему?*

Мы проанализировали и обобщили ответы — и вот что получилось:

1) Один или два длинных велопохода в год, несколько выездов на 2-4 дня в выходные и длинные праздники, какое-то количество покатушек на один день без ночёвок (здесь у всех по-разному, приняли 5-7 однодневных выездов в год).

2) Одиночки — 32%, Пары — 33%, Группы — 35%. Размер группы 5 — 7 человек. Здесь выявилась ещё одна особенность — чем длиннее велопоход, тем вероятнее что это будет группа.

3) Средний чек в сутки — 3000 рублей. Включает затраты на питание, ночлег, входные билеты (заповедники, национальные парки, музеи и т.д.), сувениры. Затраты на заброску и выброску не входят (страна у нас большая, этот параметр сильно разнится от региона к региону).

4) Заливка трека и точек интереса в картографическое приложение — самый распространённый и по сути единственный способ навигации на маршруте. Картографические приложения типа Mapc.ми, Органик мап, Османд, Гармин и прочие. Предпочтение тем, которые могут работать офф-лайн. Бумажными картами и компасом можно сказать никто не пользуется. В бумажном виде хорошо иметь с собой текстовое описание веломаршрута и особенно список и краткие справочные описания интересных мест по маршруту.

5) Самолёт удобен между крупными городами, плюс — быстро, минус — более строгая упаковка велосипеда, удалённость аэропортов от городов и как следствие необходимость доезда (дополнительные сложности + затраты). Поезд (самое распространённое) — удобно между всеми городами, особенно между мелкими населёнными пунктами, минус — долго. Автобусное сообщение вообще никак. Как вариант на своём автомобиле.

4. Выводы и решения

4.1. По итогам исследования мы поняли кто наша целевая группа и что она хочет. Поняли параметры запросов целевой группы. Информация, полученная в ходе исследования, легла в основу решений **VeloRussia®** и принятой стратегии развития проекта.

4.2. Ключевые выводы следующие:

Вовлечь саму целевую группу в развитие велотуризма в России. Страна у нас очень большая, регионы разные. Без вовлечения целевой группы нереально сделать проект по двум причинам — 1) огромный объём информации, 2) лучше местных велотуристов никто не знает свои регионы. Поэтому **VeloRussia®** ставит себе задачу организовать целевую группу, оставив за собой модерирование процесса, обработку и структурирование информации, формулировку единых для всей России методик и стандартов российского велотуризма.

Трассировать веломаршруты под велопоходы под запрос целевой группы. Ввести и стандартизировать три типа веломаршрутов — региональные (5-7 дней), локальные (2-4 дня) и местные (1 день без ночёвки). Все веломаршруты могут комбинироваться между собой.

Каждый веломаршрут — готовое решение для соответствующего велопохода, включающее стандартный набор информации — трек, технические параметры, список достопримечательностей, рекомендации по инфраструктуре, легенду маршрута и справочные материалы для подготовки. Все материалы доступны для скачивания в популярных форматах и заливки в картографические приложения.

Единство стандартов трассировки веломаршрутов, структуры и подачи информации о них на всей территории России. Это самый важный момент, краеугольный камень системы **VeloRussia®**.

Движение ВелоРоссия, как площадка для обмена опытом и информацией внутри целевой группы, для вовлечения целевой группы в процесс трассировки веломаршрутов, как структура представляющая интересы велотуристов России.

© 2023 АНО «Планета»

+7 927 930 59 60 (WhatsApp, Telegram)

ant-sazonov@yandex.ru

Бренд **VeloRussia®** официально зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 16.09.2020г., свидетельство №775345.

Официальный сайт проекта **VeloRussia®** www.VeloRussia.club