

06 марта 2026 г.

ПРЕСС-РЕЛИЗ

AZIMUT Hotels: 85% женщин точно знают, чего хотят от отпуска

В преддверии Международного женского дня аналитики сети AZIMUT Hotels изучили поведение женщин при планировании путешествий, чтобы понять, какие факторы влияют на их выбор. Согласно результатам исследования, 85% участниц имеют сформированную модель принятия решений: среди них выделяются три характерных типа. При этом еще почти четверть респонденток признались, что готовы увеличить бюджет путешествия ради комфорта. Более половины опрошенных отметили, что стали бы путешествовать по России чаще, если бы было больше отелей с высоким уровнем сервиса.

При выборе направления для дам особенно важны гастрономические впечатления и близость к достопримечательностям – многие обращают внимание на национальную составляющую и выбирают места, где можно почувствовать местный колорит. Это подтверждает и динамика бронирований. Наибольшим спросом на продолжительный уикенд в честь 8 марта в этом году пользуются Дагестан, Казань и города Золотого кольца.

Первый тип женщин: принимают решения быстро и часто в последний момент

36% опрошенных дам ориентированы на понятный, предсказуемый сценарий и быстрое решение.

- Они часто выезжают на выходные, на 1-2 дня;
- предпочитают сетевые отели и считают, что качество услуг в них выше;
- не любят экспериментировать: останавливаются там, где уже понравилось;
- выбирают отели, где есть карта лояльности;
- им присущи спонтанные поездки, при этом они часто бронируют в последний момент;
- любят путешествовать и самостоятельно планировать поездки.

Второй тип женщин: выбирают тщательно и долго

Не жалеют времени на выбор отеля, направления и, как правило, не любят бронировать в последний момент еще 28% женщин.

- Они часто бронируют отели во время скидок и распродаж;
- тщательно изучают информацию в интернете – отзывы играют для них решающую роль;
- отдают предпочтение сетевым отелям и тем, где есть карта лояльности;
- любят пробовать новое и останавливаться в разных отелях;
- любят путешествовать и читать отзывы;

Третий тип женщин: не ориентируются на бренд

21% путешественниц отмечают, что для них важнее самостоятельный поиск информации. Они чаще других пользуются агрегаторами и не привязаны к отелям с картой лояльности – любят пробовать разные форматы отдыха.

- часто пишут отзывы и изучают информацию сами;
- планируют отдых заранее;
- в путешествиях по России не привязаны к своему региону;

Почти четверть женщин не чувствительны к цене

Аналитики также отмечают, что примерно 22% путешествующих женщин в меньшей степени ориентированы на скидки и более «спокойны» к стоимости. Они готовы потратить на отпуск чуть больше запланированного, если «влюбятся» в отель.

- Такие девушки не привязаны к скидкам и распродажам;
- им не свойственны спонтанные поездки;
- предпочитают самостоятельно выбирать отель (не ориентируясь на советы знакомых);
- предпочитают сетевые отели;
- планирование путешествий приносит удовольствие, но занимает много времени;
- любят пробовать новое, а не возвращаться в отели, где уже были.

В целом процесс планирования путешествия доставляет удовольствие 68% опрошенных женщин: они охотно сравнивают варианты, читают отзывы и продумывают маршрут. Еще 30% женщин признались, что не любят планировать, но, возможно, им просто хочется, чтобы инициативу проявляли мужчины, с которыми можно вместе спланировать поездку и на которых всегда можно положиться.

О компании:

AZIMUT Hotels – крупнейшая гостиничная сеть России. Включает 74 отеля и санатория в 50 городах, общий номерной фонд сети составляет более 12 700 номеров. Сеть динамично развивается: за последние два года компания открыла объекты размещения в 20 городах России. Под управлением компании развиваются бренды в различных сегментах отельной индустрии: городской и загородный отдых, оздоровительные санатории, бизнес-отели.

Дополнительная информация:

Валерия Мальцева

Пресс-служба AZIMUT Hotels

Maltseva.vv@azimuthotels.com

Тел. +7 (495) 994-44-50

Моб. +7 (985) 006 28 07