

Ілляшенко С.М.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та УІД

Білан М.І.

Сумський державний університет

Аналіз профілю типових споживачів туристичних послуг Сумщини

Постановка проблеми. Одним з пріоритетних завдань економічної політики держави є ліквідація диспропорцій соціально-економічного розвитку її регіонів. Це ініціює активний пошук і обґрунтування найбільш сприятливих напрямків їх розвитку. Як свідчить світовий досвід, одним з таких напрямів є розвиток індустрії туризму, переважно тих його видів, які користуються зростаючим попитом, зокрема, екологічного, сільського, маршрутно-пізнавального тощо.

Не залишається осторонь від цих процесів і Сумська область України, що не є традиційним регіоном для туризму. На сьогоднішній день активно почала реалізуватися програма розвитку туризму на Сумщині. Відповідно до неї у 2012 р. на розвиток туристичних послуг було виділено 497 тис. грн. Метою програми є створення гідних умов для ведення туризму в Сумській області, адже на її території є багато унікальних природно-екологічних місць, а історико-культурна спадщина нараховує близько 1500 історичних пам'яток, 780 археологічних, 373 архітектурних та близько 80 пам'ятників монументального мистецтва, які можуть зацікавити як вітчизняних, так і зарубіжних туристів [10]. Проте перед тим як виходити на міжнародний чи загальнонаціональний ринок туристичних послуг, необхідно для початку визначитися з пріоритетними видами туризму для жителів області. Це дозволить оцінити наявний стан попиту і ступінь його задоволення, готовність туристичної інфраструктури тощо та визначити найбільш перспективні напрямки розвитку ринку туристичних послуг, які слід підтримувати і розвивати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз туристично-рекреаційного потенціалу регіонів України досліджувався багатьма науковцями, зокрема такими, як: Вилоух Д.Л. [2], Кудла Н.Є. [5,6], Телетов [11], Мілютіна Ю.С. [7], Сіренко К.В. [9], Школа І.М. [12], Шульгіна Л.М. [13] та ін. Аналіз туристичного потенціалу Сумщини та шляхи його використання досліджувались в роботах Івашиної Л.П [3], Ілляшенка С.М., Шербаченко В.О. [4]. У ході їх досліджень було виявлено основні види туризму, які необхідно розвивати в першу чергу, виходячи з наявного природно-рекреаційного та культурного потенціалу [10; 8; 1], що дозволяє формувати та розвивати сегменти ринку, зокрема, для етнографічного, маршрутно-пізнавального та інших видів туризму, які відображають специфіку Сумщини.

Проте невирішеним залишається питання сегментації ринку туристичних послуг Сумщини за видами і різновидами туризму, а також групами споживачів. Практично не визначено характеристики типових споживачів різних видів туристичних послуг. Це не дає змоги кількісно оцінити місткість окремих сегментів ринку туристичних послуг, визначити пріоритетні види туризму, планувати і стимулювати розвиток потрібних об'єктів туристичної інфраструктури.

Постановка завдання. Відповідно до викладеного, метою статті є визначення профілю основних груп споживачів туристичних послуг Сумщини, їх аналіз та створення "портретів" типових споживачів.

Виклад основного матеріалу дослідження. З урахуванням зазначених аспектів, були проведені маркетингові дослідження, на базі яких визначено основні профілі споживачів туристичних послуг Сумщини залежно від їх віку, статі та соціального стану.

Дослідження проводилося методом опитування і стосувалося споживчих переваг респондентів стосовно основних видів туризму характерних для Сумської області. За його результатами було визначено особливості типових споживачів з числа мешканців міста м. Суми. Структура вибірки подана у табл.

1. Загальний обсяг вибірки 793 особи старше 18 років, з них 454 жінки та 339 чоловіків.

Таблиця 1

Структура вибірки респондентів, %

Категорії населення	Чоловіки	Жінки
Студенти	11	7
Робітники	38	20
Службовці	15	16
Підприємці	11	4
Безробітні	4	10
Пенсіонери	21	43

Джерело: Авторська розробка

За результатами опитування виділено сегменти ринку за типами споживачів туристичних послуг. Розглянемо їх детальніше.

Перший сегмент склали студенти денної форми навчання. Серед опитаних були студенти Сумського державного університету, Сумського державного педагогічного університету ім. А.С. Макаренка, Сумського національного аграрного університету та Української академії банківської справи.

Аналіз показав, що середньо-статична студентка-сумчанка надає перевагу активному туризму, зокрема екскурсійному виду відпочинку з частотою один раз на місяць, вона відпочиває частіше за все у колі друзів (рис. 1-2). Зазвичай під час екскурсійних подорожей, вона використовує громадський транспорт, її мотивація – пізнавально-розважальна. Достатньою популярністю користуються у студенток музеї (краєзнавчий, художній), серед "зелених зон" міста вони обирають парк ім. І. Кожедуба, перспективним є відвідування Сумської філармонії. З опитування було визначено, що 80% студенток є прихильницями туризму на території області.

Типовий студент обирає спортивний туризм у колі друзів, відпочиває приблизно раз на місяць, обираючи серед видів транспорту власний автомобіль (42%). Мотивація відпочинку пізнавально-розважальна, хоча серед пам'яток архітектури вони обирають пам'ятки слави, керуючись мотивами культурного

збагачення. Якщо при подорожі "зеленими зонами" вони можуть зустрітися зі студентками, то вони, здебільшого, оминають філармонію, їх більше цікавить театр ім. Щепкіна (21%) та Кадетський корпус (19%). Прихильників туризму на території області серед них 70%.

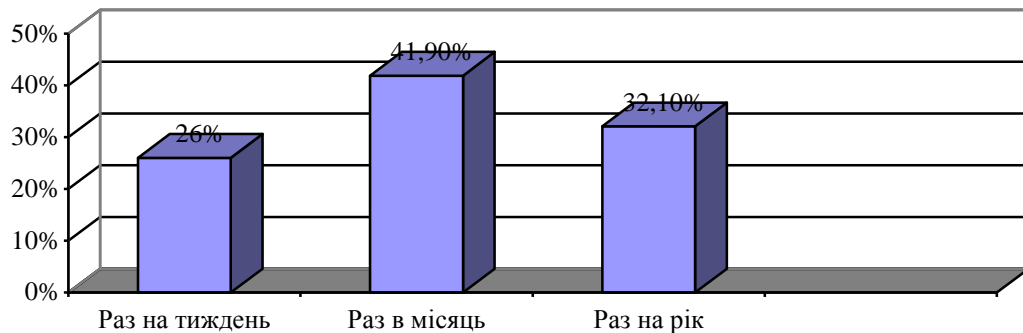


Рис.1. Частота відпочинку студенток

Джерело: Авторська розробка

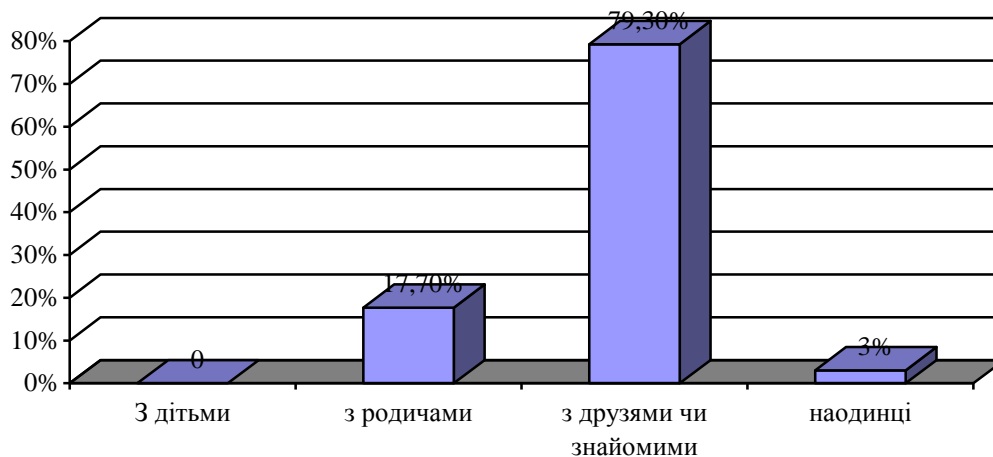


Рис. 2. Частота та партнери при відпочинку студенток

Джерело: Авторська розробка

До сегменту службовців відносяться керівники, фахівці вищих категорій, вчителі та викладачі. Опитування проводилось у Сумській міській клінічній лікарні № 5, Сумському машинобудівному науково-виробничому об'єднанні ім. М.В. Фрунзе, Сумському державному педагогічному університеті ім. А.С. Макаренка, ССШ №10.

Типова жінка-службовець відпочиває раз на рік, переважно в туристичних екскурсіях та поїздках в екологічно чисті регіони, користуючись при цьому громадським транспортом. Найважливішими мотивами відпочинку для них є пізнавально-розважальні та культурне збагачення, саме тому серед популярних пам'яток архітектури переважають церкви та музеї (рис.3). Найпопулярнішим місцем відпочинку на вихідних для них є парк ім. І. Кожедуба, а в перспективі – екскурсія до кадетського корпусу та відвідування театру ім. Щепкіна. 88% жінок-службовців висловили бажання скористатися туристичними послугами на території області.

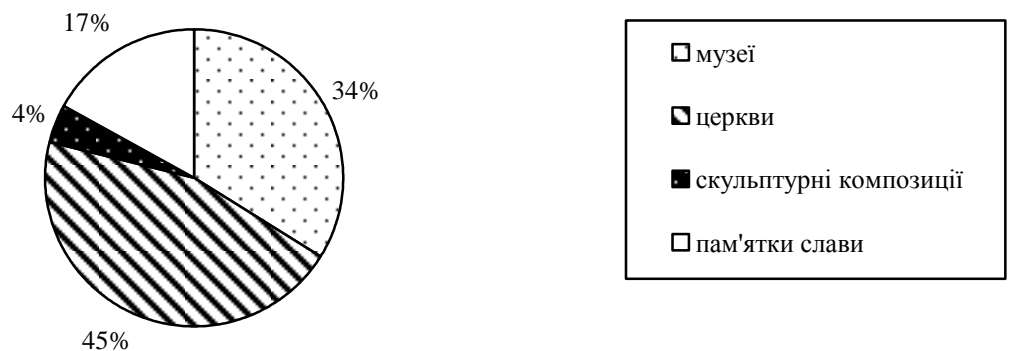


Рис. 3. Популярні пам'ятки архітектури у жінок-службовців

Джерело: Авторська розробка

Чоловіки-службовці надають перевагу сільському туризму у товаристві родичів, друзів чи знайомих, використовуючи при цьому власний автомобіль або ж громадський транспорт. При виборі виду туризму найбільш важливими для них є пізнавально-розважальні мотиви. Щодо культурних пам'яток, то переважна частина чоловіків-службовців відвідує церкви та музеї, з природних пам'яток вони обрали парки м. Суми. Серед запропонованих екскурсій ними було обрано театр ім. Щепкіна та кадетський корпус. 80,1% респондентів обрали туристичний відпочинок на Сумщині.

Представники сегменту підприємців відпочивають раз на тиждень з друзями та знайомими, використовуючи при цьому власний вид транспорту.

Серед видів туризму їм досить важко виділити який пріоритетний (рис. 4), хоча більшість підприємців керуються мотивами екологічності при виборі виду туризму. Найбільш відвідуваними в повсякденному житті для них є музеї та церкви, серед "зелених зон" – це парк ім. І. Кожедуба, а при виборі виду екскурсій чоловіки виявились досить категоричними: або обрати всі екскурсії, або жодної. 75% респондентів виявили готовність відпочивати на території області.

Якщо мова йде про жінок підприємців, то вони не досить вибагливі при виборі відпочинку, не надають переваги жодному з видів туризму, але прагнуть відпочивати стабільно раз на тиждень з друзями та дітьми. При виборі місця відпочинку вони керуються, переважно, мотивами екологічності та загального розвитку. Найпопулярнішими пам'ятками архітектури для них є церкви, серед "зелених зон" – парк ім. І. Кожедуба, щодо культурного збагачення то перевага надається театру ім. Щепкіна. 65% жінок-підприємців обрали відпочинок на території області.

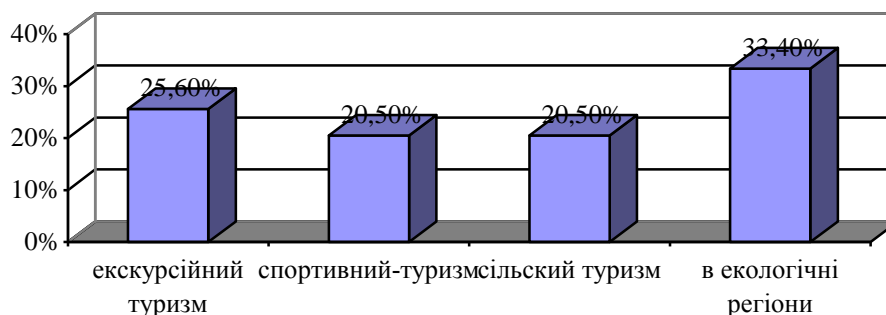


Рис. 4. Пріоритетність видів туризму у чоловіків підприємців

Джерело: Авторська розробка

Сегмент робітників представлений технічними службовцями, працівниками сфери обслуговування і торгівлі, працівниками сільського, лісового господарства, риборозведення, рибальства, кваліфікованими працівниками з інструментом, оператори і складальниками устаткування і машин, представники найпростіших професій. Опитування проводилися в декількох магазинах міста Суми, а також на Сумському машинобудівному

науково-виробничому об'єднанні ім. М.В. Фрунзе. Типовий робітник прагне відпочивати раз на місяць, обирає сільський туризм. Важливим мотивом для нього є екологічне оздоровлення, свій відпочинок він проводить з дітьми та родичами. Для культурного збагачення обрано краєзнавчий та художній музеї, пам'ятки слави, відвідування екскурсій, зокрема, в кадетський корпус. 73% з респондентів готові до відпочинку на території області.

Робітники жіночої статі відпочивають в екскурсійно-туристичних прогулянках в екологічні регіони приблизно раз на рік з дітьми та знайомими. Екологічне оздоровлення є вирішальним мотивом при виборі відпочинку, тому прогулянки в парк "Дружба" та ім. І. Кожедуба для них є звичними. Серед архітектурних пам'яток пріоритетними залишаються церкви та музеї. Жінки проявляють велику активність при виборі екскурсій, прагнуть відвідати всі можливі варіанти (рис. 5). 62% жінок позиціонують себе як прихильники відпочинку на Сумщині.

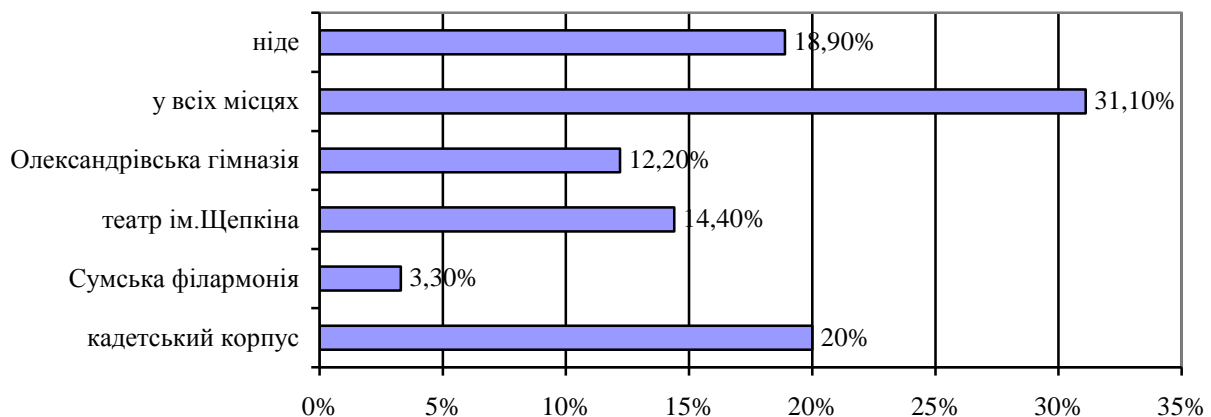


Рис. 5. Споживчі переваги жінок робітниць щодо екскурсій

Джерело: Авторська розробка

Чоловіки пенсіонери, піклуючись про власне здоров'я роблять ставку на екологічність відпочинку, зокрема обираючи сільський туризм, або прогулянки сквером УАБД, та парками "Казка" чи "Дружба". Свій вільний час приділяють відпочинку з дітьми та онуками, прагнуть культурно збагачуватись та оздоровлюватись. Цікавими для себе вважають відвідування пам'яток слави,

зокрема, меморіального комплексу в м. Суми, або різноманітних екскурсій. 88,9% пенсіонерів чоловічої статі прихильники відпочинку на Сумщині.

Пенсіонерки жінки загалом приділяють значну увагу сільському туризму, вони хоча б раз на рік з дітьми та родичами влаштовують поїздки в екологічні райони області. Мотивація такого відпочинку – екологічне оздоровлення. Пам'ятки архітектури в різних варіаціях у них дуже популярні, хоча перевага надається церквам та походам до театрів. 85% пенсіонерок воліють відпочивати в Сумській області.

Узагальнені результати досліджень подано у табл. 2.

Таблиця 2

Споживчі пріоритети респондентів

Категорії	Мотиви відпочинку														
	культурне збагачення				пізнавально-розважальні					екологічне оздоровлення					
	музеї (краснавчий, художній)	церкви (Лллінська, Троїцька)	скульптурні композиції ("Карпатський рейд")	пам'ятки слави (меморіальний комплекс)	парк ім. І. Кожедуба	парк "Казка"	парк "Дружба"	сквер УАБД	не цікавлять дані прогулянки	кадетський корпус	Сумська філармонія	театр ім. Щепкіна	Олександрівська гімназія	у всіх місцях	ніде
Студенти	61,75	21,00	8,82	8,82	52,94	20,59	5,88	14,71	5,88	14,71	29,41	8,82	5,88	32,35	8,82
Службовці	33,77	45,46	3,90	16,88	51,95	25,97	5,20	11,69	5,20	28,57	2,60	18,18	2,60	40,26	7,80
Підприємці	17,65	64,71	17,65	-	52,94	17,65	5,88	5,88	17,65	-	-	41,18	5,88	35,29	17,65
Робітники	35,56	45,56	13,33	5,56	50	33,33	5,56	10	1,11	20	33,33	14,44	12,22	31,11	18,89
Пенсіонери	27,98	46,11	13,47	12,44	23,32	11,92	30,05	23,84	10,88	5,18	15,03	39,38	20,73	11,40	8,30

Джерело: Авторська розробка

Цифрами у клітинках табл. 2 показано відсоток споживачів, що обрали вказаний туристичний об'єкт. Результати аналізу, що подано у табл. 2 можуть бути використані як методична допомога при плануванні потоку туристів, обґрунтуванні формування відповідного набору екскурсій тощо.

Висновки з даного дослідження. Аналіз результатів опитування дозволив визначити профілі основних груп споживачів туристичних послуг. Отримані результати допоможуть туристичним агенціям визначитися зі своєю цільовою аудиторією, її смаками та уподобаннями. А це, у свою чергу, надасть змогу цілеспрямовано і обґрунтовано планувати та проводити діяльність. Результати дослідження також можуть бути використані органами місцевої та регіональної влади при розробці програм формування та розвитку ринку туристичних послуг у Сумській області.

Література

1. 7 історико-архітектурних чудес Сумщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://7chudes.in.ua/top7chudesUkraine>
2. Вилоух Д.Л. Становление и развитие туризма и его роль в экономике Украины / Д.Л. Вилоух [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://knowledge.allbest.ru/sport/3c0b65635b3ac78a4c43a88521206d27_1.html
3. Івашина Л.П. Розвиток можливостей туристично-рекреаційних послуг на регіональному рівні / Л.П. Івашина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2009-1/doc/2/14.pdf>
4. Ілляшенко С.М. Аналіз потенціалу ринку туристичних послуг Сумської області / С.М. Ілляшенко, В.О. Щербаченко // Вестник национального технического университета "ХПИ" – 2012. – № 14. – С. 65-77.
5. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг / Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2006. – 271с.
6. Кудла Н.Є. Про застосування комплексу маркетингових заходів у сільському туризмі / Н.Є. Кудла // Економіка України . – 2011. – № 2. – С. 79-85.

7. Мілютіна Ю.С. Методичні засади визначення параметрів ринків інноваційних турпродуктів / Ю.С. Мілютіна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 4. – С. 367-374.

8. Пам'ятки архітектури національного значення. Сумська область. Україна Інкогніта. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrainaincognita.com/derzhavnyi-reestr-nerukhomykh-pam039yatok-ukrainy/pamyatky-arkhitektury-natsionalnogo-znachennya-sum>

9. Сіренко К.В. Аналіз туристичного ринку України в сучасних умовах розвитку території / К.В. Сіренко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 12(114). – С. 70-74.

10. Сумська обласна державна адміністрація. Сумщина туристична. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://state.gov.sumy.ua/2011/09/27/sumshhina_turistichna.html

11. Телетов А.С. Сучасні споживацькі пріоритети в Україні / А.С. Телетов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visnyk.sumdu.edu.ua/ua/arhiv/2003.html>

12. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії / І.М. Школа. – Чернівці: Книги XXI, 2003. – 595 с.

13. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: монографія / Л.М. Шульгіна. – К.: Київський нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 597 с.