

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет

# **Міжнародна стратегія економічного розвитку регіону**

## **Международная стратегия экономического развития региона**

### **International Strategy of Region Economic Development**

Матеріали  
IV Міжнародної науково-практичної конференції  
(Суми, Україна, 3–5 вересня 2013 року)



Суми  
Сумський державний університет  
2013

## МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ЗАПИТІВ СПОЖИВАЧІВ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ СУМЩИНИ

**Ілляшенко С. М.**, д-р. екон. наук, проф.

*Сумський державний університет, Україна*

*Вища школа економіко-гуманітарна, м. Бельсько-Бяла, Польща*

Світовий досвід свідчить, що одним із напрямків забезпечення сталого зростання регіонів є розвиток ринку туристичних послуг. Це є актуальним для багатьох областей України, які за рахунок туризму могли б істотно поповнити бюджет, забезпечити зайнятість населення, дати поштовх розвитку відповідної інфраструктури.

З урахуванням цього методом SWOT-аналізу (у авторській інтерпретації [1]) виконано оцінку ринкових можливостей для розвитку туристичних послуг у Сумській області. На його основі за авторською методикою обґрунтовано доцільність розвитку конкретних видів туризму у районах і населених пунктах області [2]. Зокрема, SWOT-аналіз показав, що Сумщина за своїм природно-ресурсним потенціалом має всі умови для розвитку екологічного, спортивно-оздоровчого, маршрутно-пізнавального, сільського (етнографічного) видів туризму.

Проведено аналіз запитів мешканців м. Суми – споживачів туристичних послуг на ринку Сумської області, а також окреслено асортимент туристичних послуг, що здатні задовольнити визначені споживчі запити. Слід зазначити, що основний споживчий потенціал туристичних послуг, з погляду ментальності населення і рівня його доходів, знаходиться у м. Суми, де проживає значна частина жителів області, у якому розташовано великі підприємства, державні установи, багато навчальних закладів тощо.

Фрагмент результатів опитування споживачів, репрезентативного за соціальним станом подано у табл. 1.

Аналогічним чином визначено специфіку запитів споживачів у статевому і віковому розрізах.

Були також досліджено мотиви, якими керуються споживачі туристичних послуг Сумщині з числа мешканців м. Суми. Аналіз результатів опитування показав, що за мотивацією відпочинку уподобання респондентів розділяються таким чином: 41,8% (38% жінок і 44,5% чоловіків) – екологічне оздоровлення; 32,3% (32,5% чоловіків і 32,4% жінок) – пізнавально-розважальні мотиви; 25,9% (29,5% чоловіків і 23,1% жінок) – культурне збагачення. Тобто, основними мотивами являються суто раціональні мотиви, далі емоційні і на останньому місці – моральні.

Таблиця 1

## Розподіл запитів споживачів туристичних послуг Сумщини, %

Характеристики споживчих запитів	Категорії споживачів за соціальним станом					
	Студенти	Службовці	Підприємці	Робітники	Безробітні	Пенсіонери
Види туризму:						
– екскурсійний	34,7	30,2	28,6	20,9	10,7	13,6
– спортивний	43,1	17,8	19,6	19,1	16,1	5,3
– сільський	6,9	22,5	19,7	37,2	44,6	51,3
– екологічний	15,3	29,5	32,1	22,8	28,6	29,8
Спосіб пересування:						
– власний автомобіль	27,78	34,1	57,14	29,3	5,36	7,92
– громадський транспорт	43,06	53,49	16,07	41,9	82,14	75,85
– велосипед, скутер, ролики	18,06	1,55	8,93	14,4	5,36	0
– пішки	11,1	10,86	17,86	14,4	7,14	16,23
Частота відпочинку:						
– раз на тиждень	26,4	16,28	44,64	27,9	12,5	11,33
– раз на місяць	30,6	51,92	23,21	36,28	51,8	54,71
– раз на рік	43,0	31,8	32,15	35,82	35,7	33,96
Товариство для відпочинку:						
– діти	0	26,4	23,2	32,55	39,28	30,56
– друзі	8,3	32,5	30,35	32,55	37,5	30,56
– родичі	87,5	36,45	41,1	27	14,32	28,32
– наодинці	4,2	4,65	5,35	7,9	8,9	10,56
Відвідувані історичні і пам'ятні місця:						
– музеї	41,7	31,8	28,6	44,2	25,0	27,5
– церкви, собори	19,4	41,9	44,6	25,6	57,1	35,1
– скульптурні композиції	16,7	6,2	16,1	7,4	7,1	12,5
– меморіали	22,2	20,1	10,7	22,8	9,8	24,9

Підводячи підсумки слід зазначити, що отримані результати можуть бути використані: для уточнення характеристик конкретних видів туристичних послуг; для обґрунтування рішень щодо створення чи модернізації інфраструктури туристичних послуг в Сумській області; при розробці програм соціально-економічного розвитку території; при розробці маркетингових програм формування і розвитку іміджу Сумської області, як регіону сприятливого для туризму; при формуванні регіональної системи нормативно-правових актів, які стимулюють розвиток туристичного бізнесу.

1. Ілляшенко С.М. Аналіз ринкових можливостей і потенціалу інноваційного розвитку організації на базі екологічних інновацій / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 3. – С. 229-241.

2. Ілляшенко С.М. Аналіз потенціалу ринку туристичних послуг Сумської області / С.М. Ілляшенко, В.О. Щербаченко // Вестник національного технічного університету "ХПИ". – 2012. – № 14. – С. 65-77.