

УДК 379.85

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Глушак Кристина Викторовна

Студент

Куликова Виктория Викторовна ,

к.г.н., доцент

ФГБОУ ВО "ВВГУ" Филиал в г. Находка

Аннотация: Статья представляет собой исследование целевой аудитории потребителей экстремальных туров в Приморском крае. Представлена сегментация по полу и возрасту. В процентном соотношении исследована заинтересованность респондентов в экстремальном туризме, ценовом показателе и др. Дана оценка важности критериев при выборе экстремального тура.

Ключевые слова: Приморский край, туризм, экстремальный туризм.

SEGMENTATION OF CONSUMERS OF EXTREME TOURISM ON THE EXAMPLE OF PRIMORSKY TERRITORY (RESEARCH)

Glushak Kristina Viktorovna.

Kulikova Victoriya Viktorovna,

Abstract: The article is a study of the target audience of consumers of extreme tours in the Primorsky Territory. Segmentation by gender and age is presented. The interest of respondents in extreme tourism, price indicator, etc. was studied in percentage terms. The importance of criteria when choosing an extreme tour was assessed.

Key words: Primorsky Krai, tourism, extreme tourism.

В современном мире туризм приобретает все большую значимость и является одной из главных отраслей экономики. Он имеет прямое отношение к улучшению инвестиционного климата в отдельных регионах, представляет собой категорию, символизирующую целую отрасль экономики, полноценное развитие которой возможно лишь посредством аккумуляции усилий многих отраслей народного хозяйства.

Актуальность изучаемой темы состоит в том, что в последние годы отмечается значительное увеличение интереса к экстремальным видам туризма по всему миру. Это включает такие активности как альпинизм, дайвинг, рафтинг и другие экстремальные виды спорта. Приморский край, с его уникальными природными условиями, имеет огромный потенциал для развития этого направления.

Экстремальный туризм способствует укреплению межрегиональных и международных связей, а также продвижению культурного обмена. Важно понимать потребности и предпочтения различных сегментов туристов для разработки предложений, которые будут соответствовать их ожиданиям и смогут привлечь больше туристов.

Изучением темы потребителей экстремального туризма занимались многие исследователи, в числе которых Акимова М.А., Бабкин А.В., Дурович А.П., Раупов Ф., Байбулдина А.А. и Романова В.Д.

Для определения целевой аудитории потребителей экстремального туризма, а также их предпочтений и требований к туристскому продукту был проведён опрос. Опрос проводился с помощью сервиса Google form [1]. В опросе принимали участие такие категории населения, как мужчины и женщины, дифференцированные по полу и возрасту. В количественном отношении получены такие данные опрошенных в 103, например, мужчины в количестве 72 и женщины в количестве 31 человека.

В такой категории, как возраст представлены следующие возрастные группировки: менее 16 - 4 человека, 16-23 - 84 человека, 23-30 - 9 человек, 30-45 – 5 человек, 45+ - 3 человека, данные представлены в таблице 1.

Таблица 1

Данные опрошенных по полу и возрасту

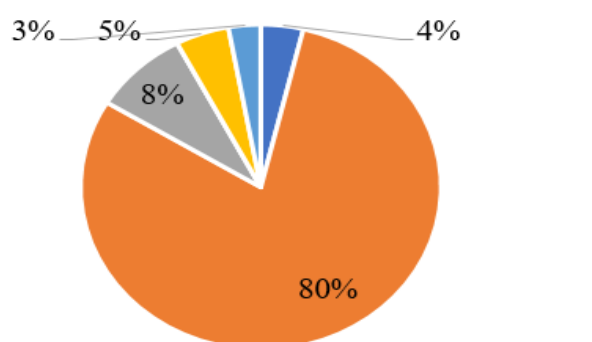
Критерии	Процент опрошенных				
	Мужчины, %		Женщины, %		
По полу	20,2		79,8		
По возрасту	Менее 16, %	16-23, %	23-30, %	30-45, %	45+, %
	3,8	80	8,6	4,8	2,9

Данные опроса разместим: по полу - рисунок 1, по возрасту рисунок 2.



■ Мужчина ■ Женщина

Рисунок 1 – Структура мужчин и женщин по полу, в %



■ Менее 16 ■ 16-23 ■ 23-30 ■ 30-45 ■ 45+

Рисунок 2 – Структура респондентов по возрастному показателю, в %

Исходя из данных, резюмируем: основным потребителем экстремальных туруслуг являются преимущественно мужчины в возрасте от 16 до 23 лет.

На вопрос «Интересен ли вам экстремальный туризм» получены следующие данные в % на рисунке 3; сумма, затраченная на экстрим путёвку на рисунке 4.

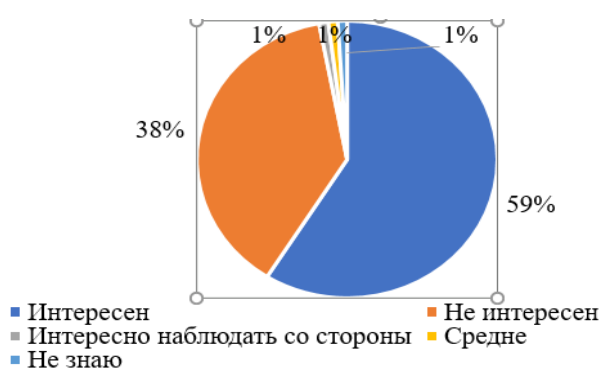


Рисунок 3 – Заинтересованность респондентов в экстремальном туризме

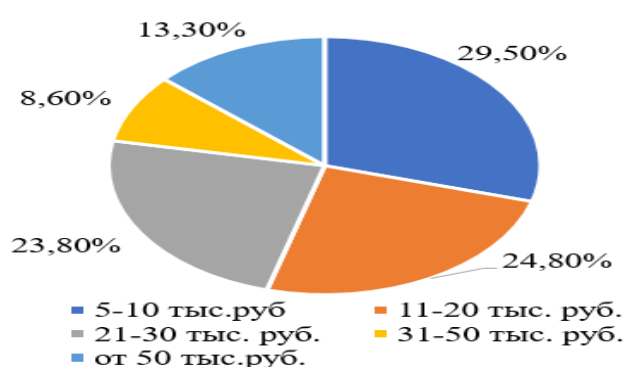


Рисунок 4 – Структура респондентов по ценовому показателю, в %

Соответственно, данные опроса подтверждают, что экстремальный туризм интересен населению, т.к. получил больший процент – 58,7; туристы готовы тратить от 5 до 10 тысяч рублей на экстрим путёвки.

Данные о значимости различных факторов, влияющих на выбор туристской путёвки представлены рисунком 5.



Рисунок 5 – Значимые критерии при выборе экстремального тура, в %



Рисунок 6 – Туристские потребности

Респонденты оценили важность тех или иных критериев по шкале от 1 (вообще не важно) до 5 (очень важно), в таблице 2.

Таблица 2

Оценка важности критериев при выборе экстремального тура

Туристские потребности	Баллы				
	1	2	3	4	5
Цена путёвки	2	2	14	34	51
Наличие обязательной страховки жизни и здоровья	0	0	5	14	84
Репутация турагентства	2	4	21	44	32
Хорошие условия проживания	10	15	42	9	27
Наличие обязательного питания	14	10	12	18	49
Рекомендации друзей и знакомых	12	16	28	23	24

Проанализировав полученные данные, можно сделать вывод, что большая часть туристов делает акцент при выборе тура на цену путёвки (по шкале важности отметку 5 поставили 51 человек), наличие обязательной страховки (по шкале важности отметку 5 поставили 84 человека). Репутация турагентства менее важна для опрошенных туристов (по шкале важности большая часть опрошенных поставила отметку 4 данному критерию).

Для наглядности данные таблицы представлены на рисунке 6.

Результаты заинтересованности в различных (горный, водный, воздушный) и иных видах экстремального туризма представлены в сводной таблице 3.

Данные представлены на рисунках 7,8,9,10.

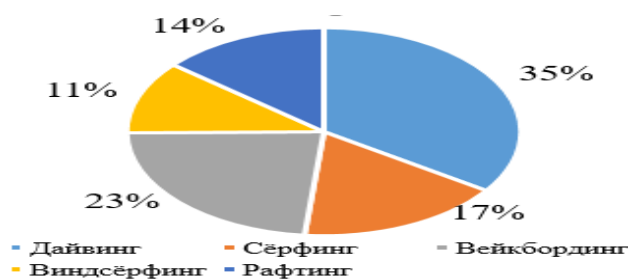


Рисунок 7 – Заинтересованность в водных видах туризма, в %



Рисунок 8 – Заинтересованность в горных видах туризма, в %

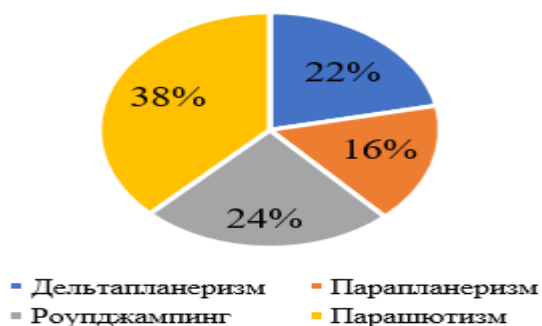


Рисунок 9 – Заинтересованность в воздушных видах туризма, в %

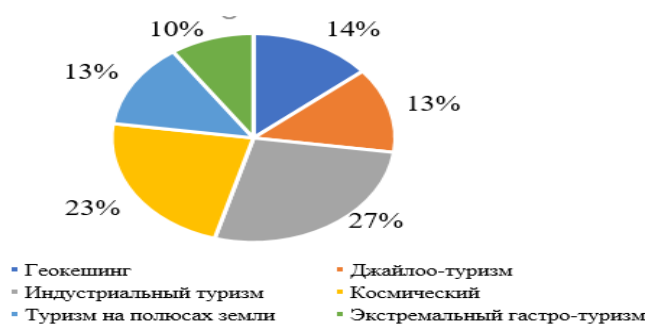


Рисунок 10 – Заинтересованность в иных видах экстремального туризма

Таким образом, исследование, посвященное сегментации потребителей экстремального туризма в Приморском крае, имеет высокую степень актуальности, так как способствует развитию региона, улучшению качества предлагаемых туристических услуг и устойчивому развитию туризма в целом.

Список источников

1. Google Form – бесплатное создание форм онлайн : [сайт]. – URL: <https://www.google.ru/forms/about/> (11.06.2024).
2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма: учебное пособие / А.В. Бабкин. – Санкт-Петербург: Просвещение, 2016. – 367 с.
3. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме / А.П. Дурович. – Санкт-Петербург: Росмэн, 2019. – 384 с.