



# ОТЧЕТ

## «Туризм в Херсоне»

исследование рынка  
и определение общественного  
мнения

Херсон, июль-сентябрь 2015 г.  
© БА «Грейдс»

## Заказчик исследования:



## Исполнители:



## Партнеры:



Квартиры  
посуточно:  
vkhersone.com

«Хостел Классик»  
+38 0552 41-45-74  
+38 050 541-46-46

# ХЕРСОН КАК ОН ЕСТЬ

**Цель исследования** — оценка текущего состояния туризма в Херсоне, основных проблем и сдерживающих факторов с выработкой рекомендаций по развитию отрасли.

## Задачи исследования:

- ◆ изучить географию въездных туристов, определить процентное соотношение основных потоков;
- ◆ определить среднюю продолжительность пребывания (по городу и по области);
- ◆ сформировать средний чек туриста в Херсоне и области;
- ◆ оценить «демографию» туриста (возраст, пол, вид деятельности, социальный статус);
- ◆ определить сезонность пребывания (по месяцам), в дальнейшем — следить за динамикой изменения сезонности;
- ◆ определить тематику обращений индивидуального и коллективного туриста (запросы / интересы);
- ◆ определить процентное соотношение по видам туризма.

**ХЕРСОН КАК ОН ЕСТЬ.**  
Брендинговое агентство «Грейдс» и Херсонское областное  
Ваши ответы на вопросы анкеты позволят  
чтобы сделать Ваш следующий визит в Херсон

- Приветствуем Вас в Херсоне, надолго ли Вы планируете проездом (или на 1 день)  Я приехал впервые  Я приехал в Херсон впервые  1 раз  2-3 раза
- С какой целью Вы прибыли в Херсон в этот раз?  
 Проездом  Деловая поездка, командировка  
 Проездом на море  В гости к родственникам, друзьям
- Где вы остановились на этот раз?  
 Гостиница: \_\_\_\_\_  У друзей / родственников
- Вы приехали один или с кем-то?  
 Один  С мужем/женой (без детей)  
 С семьей, с детьми  С другими родственниками
- Оцените по 5-ти балльной шкале, где 5 – позитивно, 1 – отрицательно:  
Качество услуг общественного питания в Херсоне  
Качество услуг в сфере отдыха и развлечений в Херсоне  
Удобство инфраструктуры города (дороги, удобства, транспорт)  
Качество услуг для туристов и гостей города  
Общественный транспорт по городу
- Хотели ли бы Вы совершить экскурсию по Херсону?  
 Да, конечно  Скорее нет  Затрудняюсь ответить  
 Скорее да  Точно нет  Я уже был
- Индивидуально или в составе группы? (если ответ на предыдущий вопрос «Да»)  
 Индивидуально  В составе группы  С друзьями
- А по способу передвижения какие предпочтительнее?  
 Автобусные  Велосипедные  Пешеходные
- Представьте себе свой день в качестве туриста в таком городе. Какими могут быть Ваши средние траты на отдых в день?  
 до 100 грн.  100-300  300-500  500-1000
- Как бы они распределились по статьям расходов? Укажите %  
% Проживание  % Питание  % Покупки   
% Напитки  % Экскурсии, музеи  % Другое (УКАЗАТЬ)
- Как Вы считаете, сколько дней можно было бы провести в Херсоне?  
 1 день  2-3 дня  3-5 дней
- ... а в Херсонской области:  1 день  2-3 дня  3-5 дней
- А в какие месяцы Вам было бы удобнее посетить Херсон с туристическими целями?  
Январь  Февраль  Март  Апрель  Май  Июнь  Июль  Август
- Какие места, здания, природные объекты, исторические памятники, события, люди приходят Вам в голову, когда Вы думаете о Херсоне?
- А если говорить о Херсонской области в целом?

# ОСНОВНОЙ ЭТАП ИССЛЕДОВАНИЯ

**Время проведения:** 28 августа – 20 сентября 2015  
**Объект исследования:** пассажиры по станции Херсон (17 лет и старше), не являющиеся жителями Херсона.

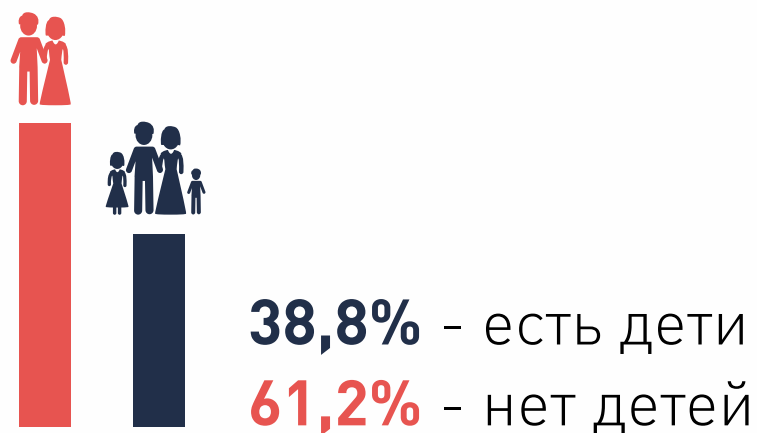
## **Методы сбора информации:**

Основным методом сбора социологической информации главного этапа исследований являлись стандартизированные интервью респондентов (в технике face-to-face).

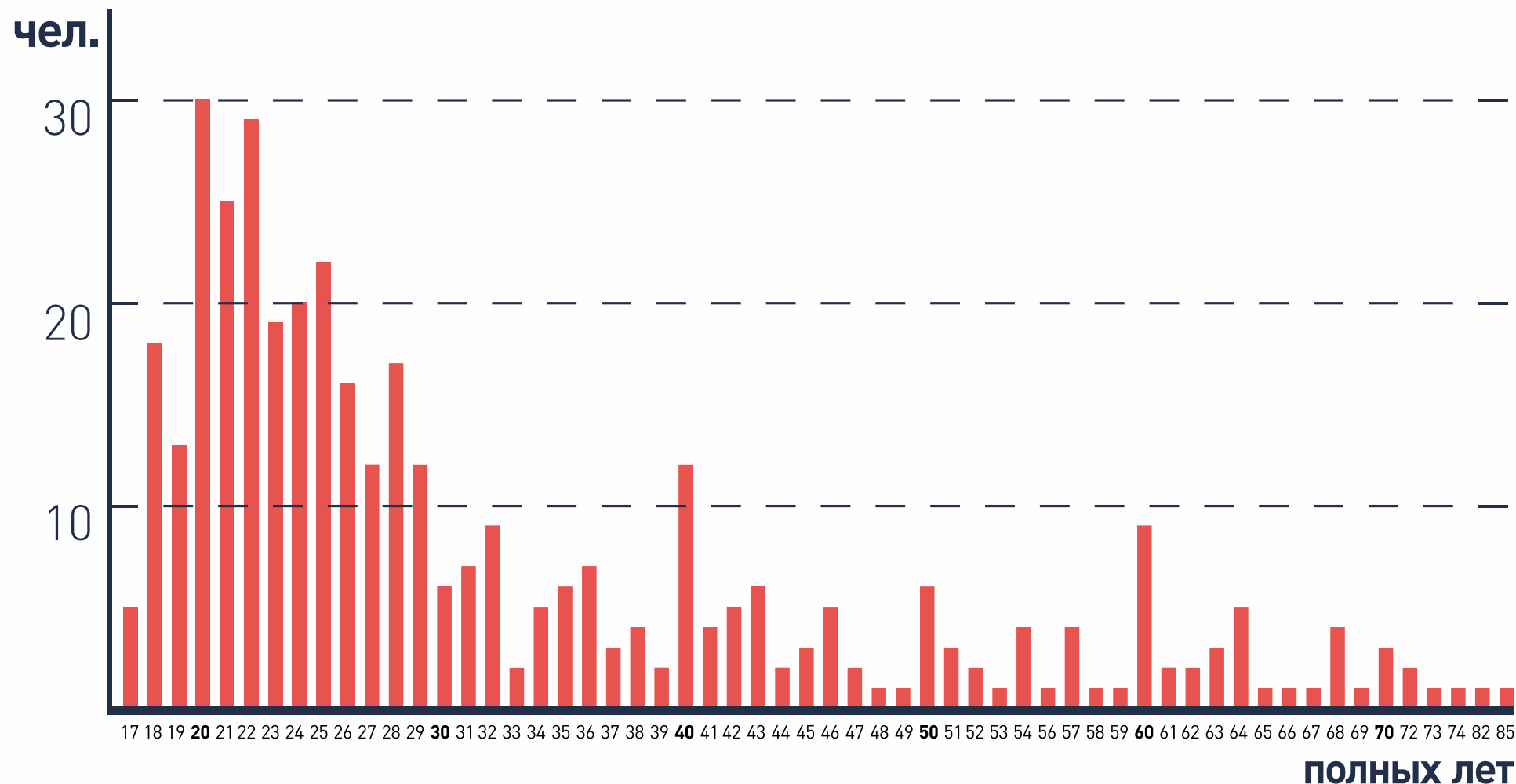
Объем выборочной совокупности был определен в соответствии с общими требованиями репрезентативности и задачами дальнейшего анализа с учетом числа выделяемых групп. Исходя из целей и задач, характеристик объекта, в исследовании была использована случайная несистематическая выборка (N=402).

**Статистическая ошибка выборки не превышает 5%.**

# Демография опрошенных



# Возраст опрошенных



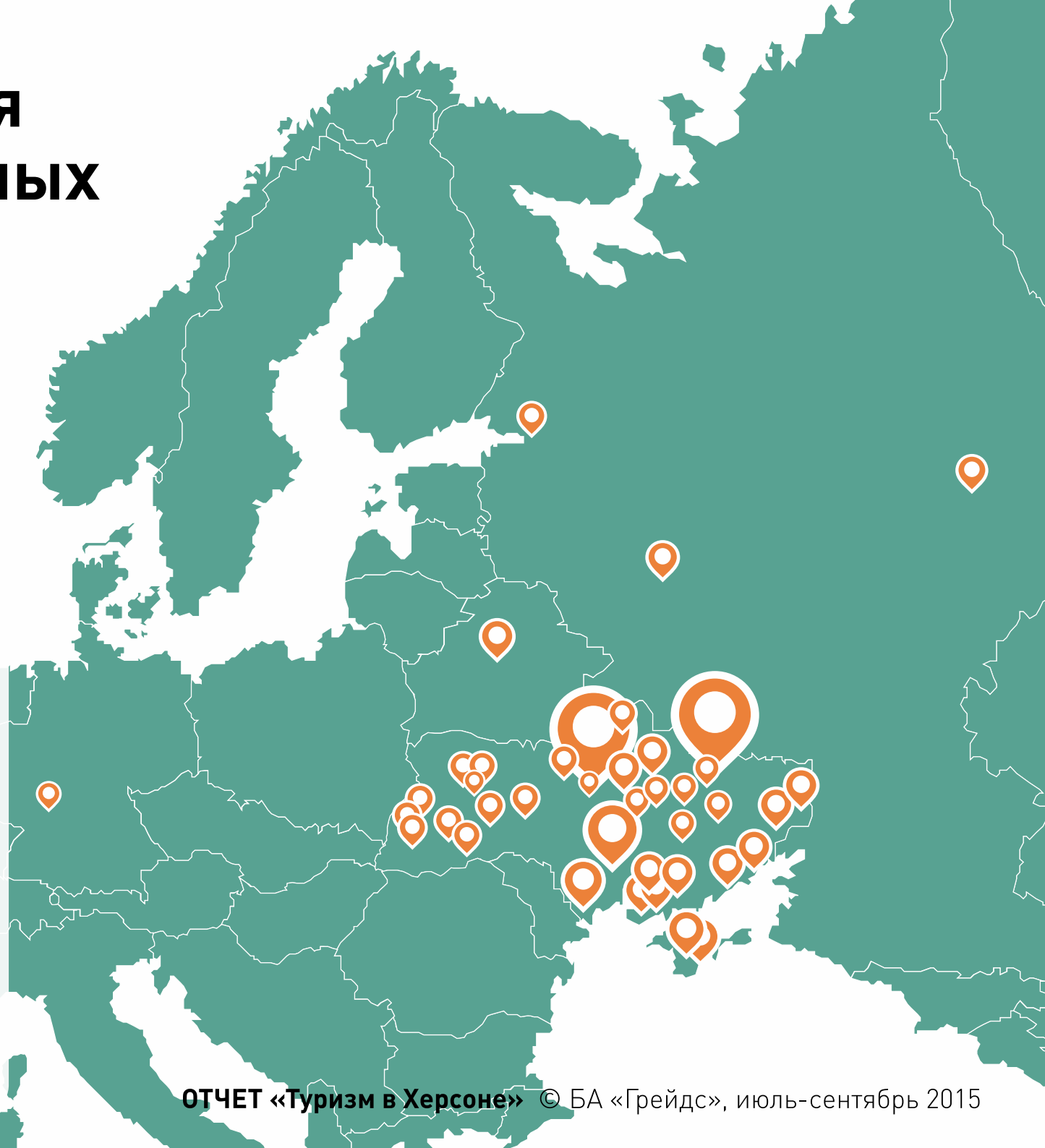
Возраст участников опроса: от 17 до 85 лет

Средний возраст: 33. 80% опрошенных — не старше 40 лет



# География опрошенных

28,5%	Киев
13,8%	Харьков
6,9%	Львов
4,9%	Николаев
3,8%	Минск
3,8%	Хмельницкий
3,6%	Одесса
4%	Херсонская область
2,3%	Чернигов
2,3%	Полтава
2,3%	Тернополь
2%	Черкассы
2%	Винница
2%	Ивано-Франковск
1,8%	Днепропетровск
2%	Крым
1%	Житомир
1%	Ровно
менее 1%	Измаил, Каменец-Подольский, Кировоград, Кременчуг, Кривой Рог, Луганск, Луцк, Макеевка, Мариуполь, Миргород, Москва, Новосибирск, Первомайск, Приморск, Санкт-Петербург, Синевир, Трускавец, Чебоксары, Черновцы, Франкфурт



# Продолжительность визита



**29%**  
ночевали в Херсоне



из них:

- **71%** – в Херсоне проездом
- **14,5%** – в Херсоне на несколько дней
- **14,5%** – в Херсоне более чем на неделю

Где Вы останавливались?

- 41,5%** – у родственников или друзей
- 31,5%** – в гостиницах или мотелях
- 27%** – на съемных квартирах



# Сколько раз Вы посещали Херсон?

(до этой поездки)



- **27,8%** – Впервые в Херсоне
- **17%** – Посещали Херсон 1 раз
- **25,5%** – Посещали Херсон 2-3 раза
- **29,8%** – Посещали Херсон более 3 раз

Для большей части респондентов Херсон не является terra incognita – до этого 29,8% опрошенных уже более трех раз посещали Херсон, 25,5% были здесь 2-3 раза, а 17% – один раз. Около четверти (27,8%) опрошенных оказались в Херсоне впервые.

# Вы приехали один или с кем-то?



- **36,8%** – я приехал один
- **26,3%** – с друзьями
- **22,3%** – с женой/мужем и детьми
- **8,8%** – с женой/мужем без детей
- **5,3%** – с другими родственниками
- **0,5%** – в составе группы

Больше трети (36,8%) опрошенных предпочли путешествовать самостоятельно, 26,3% с другом или подругой, 22,3% с женой (мужем) и детьми, 8,8% с супругом (-ой). Организованные группы, видимо, предпочитают другие виды транспорта – только 0,5% опрошенных следовали в составе группы.

# Цели визита в Херсон

Только 3,5% респондентов в вопросе: «С какой целью вы прибыли в Херсон в этот раз?» указали цель «туризм», но эта цель была лишь дополнительной опцией среди других мотивов – «в гости», «по делам», «проездом» и т. д.



То есть для большинства опрошенных (76%) Херсон – это транзитная станция. Преимущественно по пути на море. Из этого количества транзитных пассажиров большинство (55% из 76%) следовали с моря или на море. Остальные респонденты приезжали в Херсон навестить родственников и друзей (14%) или по деловым или командировочным делам (10%).

**Ни один из опрошенных не оказался «чистым» туристом, т.е. приехавшим в Херсон исключительно с туристической целью.**



# Ассоциации с Херсоном

Какие места, здания, природные объекты, исторические памятники, события, люди приходят на ум когда Вы думаете о Херсоне?



В **первую группу** ассоциаций входит все, что связано с имперским прошлым города – Потемкин, Екатерина, Ушакова, Суворов и др.

**Вторую группу** по численности упоминаний составляют сельскохозяйственные ассоциации, в которой лидируют арбузы.

И **третью группу** можно условно назвать «днепровской», в которую входит все, что связано с Днепром – саму реку, набережную и пляжи. К сожалению, лидером в рейтинге ассоциаций стал ответ **«Ничего не знаю о Херсоне»** – таких среди опрошенных оказалась треть.

**Подавляющее большинство опрошенных приписывает городу Херсону ассоциации с объектами Херсонской области.**

**И только подсказка интервьюера частично останавливает от упоминаний в этом вопросе морей, лесов и прочих объектов области.**



# Ассоциации с Херсонской областью

Что первое приходит на ум при упоминании Херсонской области в целом?



Говоря о Херсонской области, респонденты в основном вспоминали отдых на море. Поэтому в **первую группу** наиболее массовых ассоциаций вошло все, что касается отдыха на море – само море, пляжи, курортные города, поселки и села, рекреационные объекты.

**Вторая группа**, так же как и в вопросе про Херсон, аграрная: арбузы, вино, виноградники, фрукты и т.д.

И **третья группа** – это дорога на море: Антоновский мост, транзитные станции, вид из окна – поля, степи, пшеница, подсолнечник и т.д.

# Источники информации

Какие источники информации Вы используете при планировании путешествия?  
(возможен выбор нескольких пунктов)



- **85%** – Интернет
- **28%** – родственники
- **6%** – телевидение
- **4%** – туристические фирмы
- **3%** – газеты и журналы
- **2%** – буклеты и каталоги
- **1%** – FM-радио

Из тех, кто пользовался Интернет для планирования отдыха на Херсонщине, только 15% смогли указать посещенные ими сайты о Херсоне и области. Чаще других упоминались:

**more.ks.ua** — Портал об отдыхе на побережье Херсонщины (18 раз)

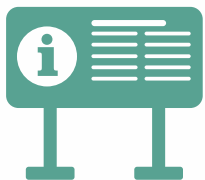
**zport.com.ua** — Виртуальный тур Железного Порта (20 раз)

**kherson-gid.com** — Официальный туристический сайт Херсона (8 раз)

**khersonregion.com** — Портал Херсонщина Туристическая (7 раз)



## Достаточно ли Вам информации об отдыхе и развлечениях в Херсоне?



## Пользовались ли услугами ТИЦ в Херсоне? (туристическо-информационного центра)



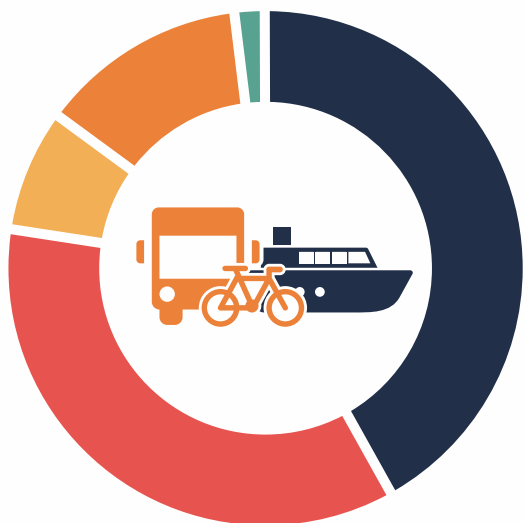
Открытие новых ТИЦ на ж/д вокзале и в других местах скопления транзитных пассажиров кардинально изменило бы данную пропорцию!

# Хотели бы Вы совершить экскурсию по Херсону?



- **34%** – Скорее «да»
- **31%** – Точно «да»
- **17%** – Скорее «нет»
- **10%** – Точно «нет»
- **7%** – Уже были на экскурсии по городу

# Предпочтения по способу перемещения



- **42%** – Пешие
- **35%** – Велосипедные
- **13%** – На водных видах транспорта
- **8%** – Автобусные
- **2%** – Личным автомобилем



# Средний чек

Вопрос: «Представьте себе свой день в качестве туриста в таком городе как Херсон. Какими могут быть ваши средние траты на отдых?»



**50%**

до **100** гривен  
от **100** до **300** гривен

**8%**  
**42%**

**ЭКОНОМ**  
**КЛАСС**

**46%**

от **300** до **500** гривен  
от **500** до **1000** гривен

**33%**  
**13%**

**СРЕДНИЙ**  
**КЛАСС**

**3%**

от **1000** до **3000** гривен

**ПРЕМИУМ**  
**КЛАСС**

**1%**

свыше **3000** гривен

**VIP**

# Структура расходов



проживание – **22%**



покупки – **13%**



экскурсии, музеи – **8%**



питание – **20%**



транспорт – **10 %**



напитки – **7%**

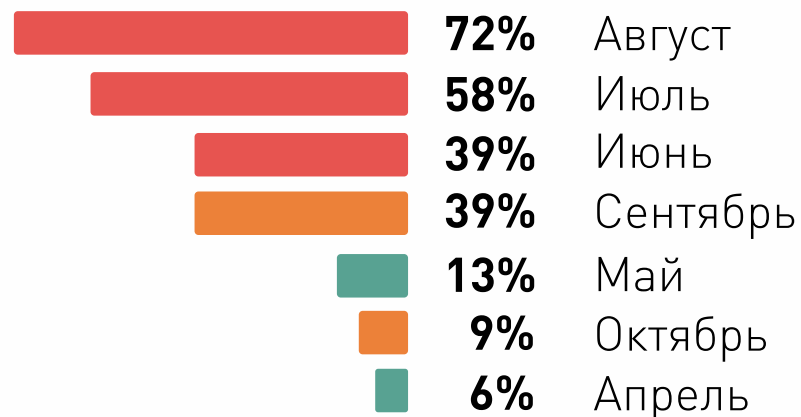


развлечения – **20%**



## Лучшее время для визита

Вопрос: «В какие месяцы Вам было бы удобнее посетить Херсон с туристической целью?»

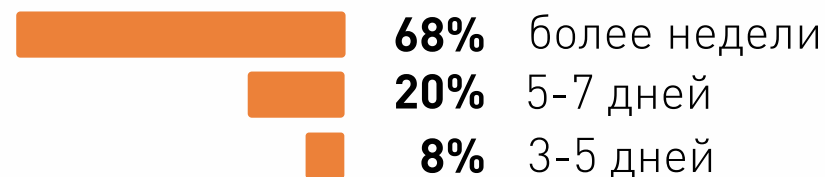


## Желаемая продолжительность визита

Вопрос: «Как вы считаете, сколько дней можно было бы провести в Херсоне в качестве туриста?»



### Для Херсонской области:



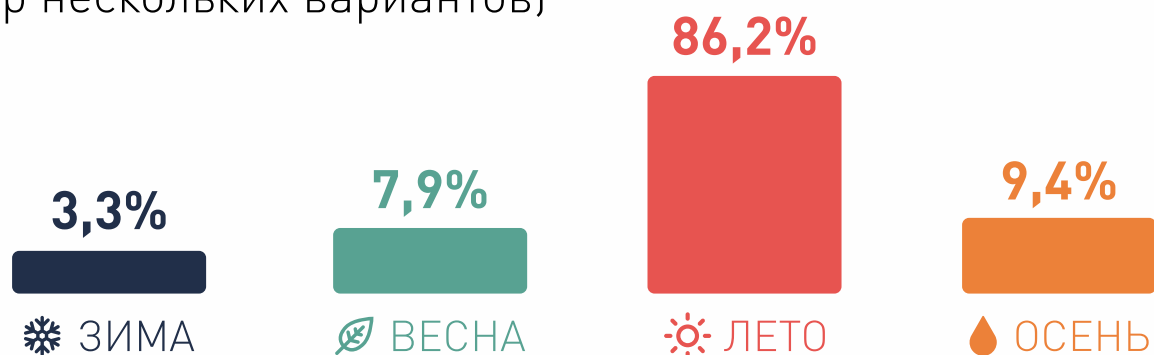
# Как часто Вы путешествуете по Украине?



- **14,9%** 4 и более раза в год
- **42,1%** 2-3 раза в год
- **33,8%** 1 раз в год
- **9,2%** реже чем раз в год

# На какое время Вы обычно планируете свой отпуск?

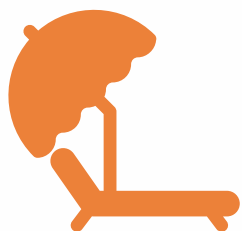
(возможен выбор нескольких вариантов)



# Предпочитаемые виды отдыха

Вопрос: Каковы обычно цели ваших поездок по Украине?

(возможен выбор нескольких вариантов)



**62%**

пляжный  
отдых



**46%**

отдых на  
природе



**40%**

культурно-  
оздоровительные  
поездки



**37%**

посещение  
друзей и  
родственников



**23%**

деловые и  
рабочие поездки



**22%**

оздоровление



**11%**

экстрим  
и спорт



**3%**

паломничество



# Оценка качества услуг в Херсоне

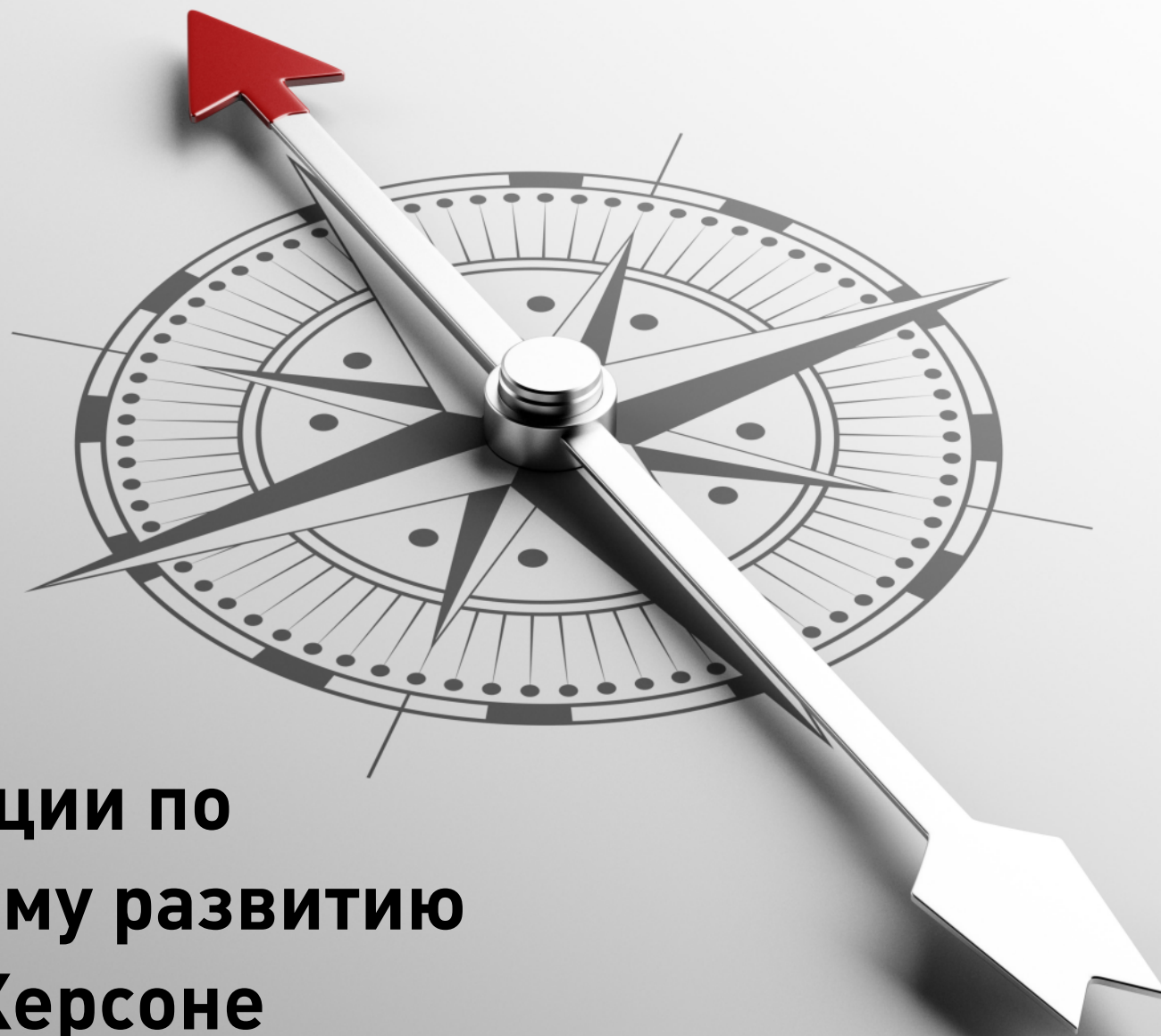
Средний балл по 5-балльной шкале, где 5 — максимально позитивная оценка, 1 — максимально негативная



Общая вербальная реакция опрошенных преимущественно неодобрительная.

Около 70% проезжих посетителей города считают что **«Херсон очень грязный и неопрятный город с хамскими людьми»**. Около 90% считают, что в Херсоне **«ужасная транспортная, социальная и другая инфраструктура»**

**-STRATEGY-**



**Рекомендации по  
дальнейшему развитию  
туризма в Херсоне**

# ЖЕЛАЕМЫЕ ЦЕЛИ:



## 1. ПРИВЛЕЧЬ БОЛЬШЕ ТУРИСТОВ

**Задача:** Увеличение потока туристов из Украины и других стран.

**Пути решения:** информационная рекламная кампания Херсонщины в других городах, достойное представление региона на туристических выставках, больше поводов и событий приехать к нам.

## 2. ОСТАВИТЬ ТУРИСТА ДОВОЛЬНЫМ

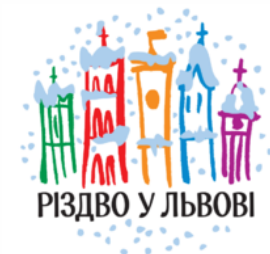
**Задача:** Оставить туриста довольным, чтобы ему захотелось не только вернуться вновь, но и привлечь своих знакомых и родственников.

**Пути решения:** внутренняя работа с отношением местных жителей к туристу, как к мини-инвестору, чистота и благоустройство, качественный прием и обслуживание, больше позитивных эмоций и поводов для повторного визита. Поощрение лучших представителей индустрии гостеприимства Херсонщины. А для того чтобы знать и понимать доволен ли турист, необходимо всегда держать руку на пульсе, анализировать мнения и предпочтения, осуществляя постоянный мониторинг отзывов, комментариев, регулярно проводить опросы, анкетирование.



# 1 БРЕНДИНГ

---



Активизация ранее начатой работы по брендингу территории инициирует процесс **управления ассоциациями**, которые у гостей вызывает Херсон и область, способствует продвижению и популяризации региона, а также позволит в конечном счете снизить затраты на рекламную кампанию территории за счет более эффективных и целостных коммуникаций.



## 2 ГОРОД + ОБЛАСТЬ

---

### ХЕРСОНСЬКА ОБЛАСТЬ



Необходимо построение общей для города и области стратегия развития. что позволит не только оптимизировать бюджетные траты, но и даст возможность более эффективного построения туристических потоков. В дальнейшем — совместное участие города и области в рекламных коммуникациях, создание единого плана мероприятий, общее представительство на выставках и т. п.

## 3 ЕДИНЫЙ СТИЛЬ

---



Разработка единого стиля для всей выпускаемой рекламной туристической продукции позволит сконцентрировать и четче обозначить транслируемый месседж, повысит КПД от рекламы, улучшит конкурентоспособность и узнаваемость Херсонщины среди других туристических аттракций Украины.

# 4

## ИНТЕРНЕТ

---



Необходимо усилить работу над представлением региона в Интернет, поскольку это сейчас основной коммуникационный канал. Важно уделить внимание:

- созданию качественного профессионального контента (фото, видео, статьи, панорамы, виртуальные туры) доступного для всех представителей туристического рынка Херсона;
- объединение веб-ресурсов о Херсоне в единый пул, их совместное продвижение, общедоступная статистика и аналитика посещений и пр.

## 5 ТИЦ

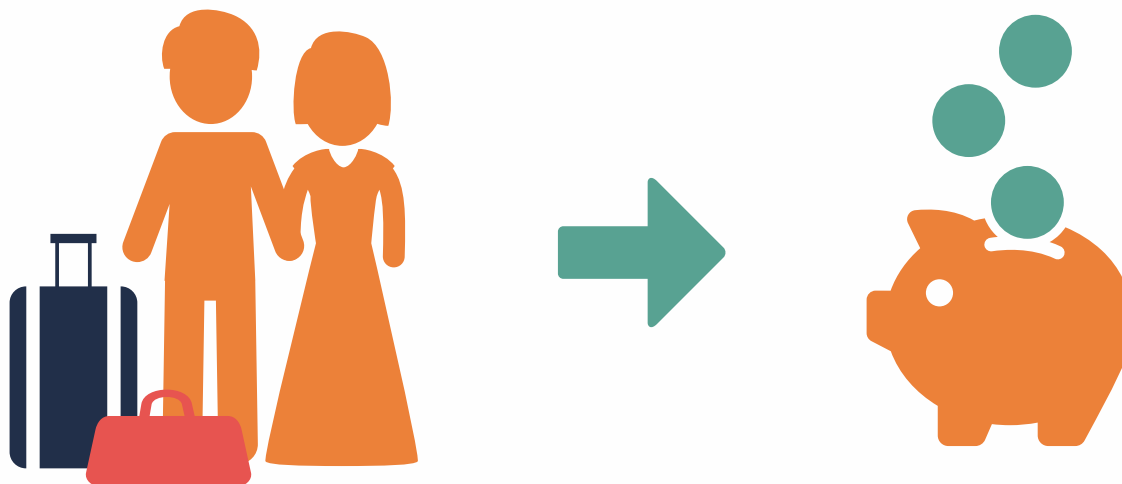
---



Улучшение туристической инфраструктуры города, предполагает больше удобств для потенциальных туристов. Целесообразно открытие ТИЦ и ТИП в местах скопления транзитных пассажиров (аэропорт, ж/вокзал, автовокзал). Для города это даст возможность продлить среднее время пребывания «транзитного» туриста за счет предложений через ТИЦ вариантов отдыха, досуга, экскурсий по Херсону.

## 6 ЖИТЕЛИ ХЕРСОНА

---



Чтобы Херсон больше не называли «грязным городом с хамящими людьми» необходима системная работа с жителями. Например, социальная рекламная компания (ATL + BTL), направленная на жителей Херсона, целью которой будет являться донесение информации о роли туриста в экономики Херсона и восприятии туриста как мини-инвестора в наш город.

## 7 ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЛАСТЕР

---



Для улучшения сферы обслуживания Херсона, нужно усилить работу по поощрению лучших компаний сферы HoReCa на регулярной конкурсной основе, внедрение знаков отличия с брендом города, ежегодные мероприятия по выявлению и поощрению лучших представителей отрасли и т. п.

# 8

## АНАЛИТИКА

---



Осуществление обратной связи с туристами, регулярный мониторинг мнений и отзывов позволит держать руку на пульсе потребительских предпочтений, видеть и устранять недостатки и тем самым увеличивать количество туристов и их «средний чек», а также продлевать время их пребывания в регионе.

# ИНСТРУМЕНТ СИСТЕМНОГО РАЗВИТИЯ

---



**ТУРИЗМ  
ХЕРСОНА**  
АССОЦИАЦИЯ

**[kta.ks.ua](http://kta.ks.ua)**