

## Marketing Substantiation of Measures on Innovative Development of the City of Izmail

Olena Yakovenko<sup>1</sup>, Iryna Ivanenko<sup>2</sup>

**Abstract:** The article analyzes the situation using the methods of SWOT-analysis, questionnaires using the CAWI method, and identifies problems in the functioning of the city of Izmail, Odessa region. Conducting correlation-regression analysis allowed identifying the factors that affect the level of tourist attractiveness of the city. On the basis of the analysis of literary sources, concrete measures are proposed for the city's innovative development and enhancement of the tourist attractiveness.

**Keywords:** innovation; infrastructure; marketing; questionnaire; correlation-regression analysis

**Актуальность.** На сегодняшний день сфера применения маркетинговых инструментов чрезвычайно широка. Особый интерес вызывает применение маркетинговых исследований с целью повышения качества жизни населения и уровня туристической привлекательности городов и мегаполисов.

**Анализ литературы и постановка проблемы.** Изучением основополагающих вопросов методологии и организации маркетинга, методики и особенностей проведения маркетинговых исследований, изучением маркетинговой среды города, созданием привлекательных условий для повышения статуса города, его имиджа занимались такие отечественные и зарубежные ученые, как: И. Арженовский, И. Герасимчук, Н. Глинский, П. Гудзь, Ф. Котлер, Л. Ковальская, А. Лащенко, А. Мельник, Г. Монастырский, А. Моррисон, М. Окландер, и другие. Однако, явные диспропорции в развитии городов, обусловленные разницей социального, культурного, географического, ресурсного, финансового, инфраструктурного, имиджевого, управленческого, интеллектуального потенциалов, обуславливают необходимость разработки соответствующей маркетинговой концепции.

---

<sup>1</sup> PhD, Izmail State University of Humanities, Ukraine, Address: Repina St, 12, Izmail, Odessa Region, Ukraine, 68601, Tel.: +38 (04841)51388, E-mail: lena.jakovenko2012@gmail.com.

<sup>2</sup> Izmail State University of Humanities, Ukraine, Address: Repina St, 12, Izmail, Odessa Region, Ukraine, 68601, Tel.: +38 (04841)51388, Corresponding author: iryna.ivanenko.123@gmail.com.

Принимая во внимание то, что каждый город – это уникальный «живой организм», требующий индивидуального подхода к разработке маркетинговых концепций, обоснование инновационных направлений и мероприятий развития городов с помощью определенных элементов комплекса маркетинга требует проведения дополнительных исследований.

**Цель и задачи исследования.** Целью исследования является обоснование выбора инновационных мероприятий, способствующих повышению уровня туристической привлекательности и комфортности проживания населения в городе Измаил, расположенного на берегу Дуная, с использованием маркетингового инструментария.

Достижение поставленной цели требует решения следующих задач:

- 1) исследование степени удовлетворенности жителей сегодняшним состоянием города и современным уровнем развития его инфраструктуры;
- 2) выявление существующих проблем в функционировании города Измаила;
- 3) идентификация текущего уровня туристической привлекательности города Измаила;
- 4) разработка мероприятий, направленных на повышение уровня комфортабельности города Измаила и оценка их эффективности;
- 5) исследование путей повышения уровня туристической привлекательности города Измаил согласно стратегии инновационного развития города Измаила.

**Результаты исследования.** На примере города Измаил проведено маркетинговое исследование двух показателей: уровень туристической привлекательности города и комфортабельности города для его жителей.

Методологической базой исследования стало использование следующих методов: теоретический анализ научных источников информации, SWOT-анализ, анкетирование по методике CAWI и корреляционно-регрессионный анализ.

Изучение специализированной литературы дало возможность выявить перечень факторов, которые обеспечивают эффективное функционирование города:

- уровень развития инфраструктуры;
- социальная ситуация;

- уровень заработной платы и возможности трудоустройства;
- уровень развития промышленности и сельского хозяйства;
- наличие транспортных развязок;
- стратегия и тактика развития города, которую реализует муниципальные власти;
- выход к морю наличие полезных ископаемых и минералов;
- уровень развития сферы бизнеса (Asaul, 2016, p. 133).

Акцентируем внимание, что каждый человек, выбирая город для постоянного проживания или город, который он желает посетить, принимает во внимание большинство из вышеперечисленных факторов.

Для определения направлений улучшения туристической привлекательности и комфортабельности проживания людей в Измаиле использован SWOT-анализ. Обратим внимание на то, что за базой для сравнения выбран город Одесса.

Отметим, что методика SWOT-анализа заключается в распределении указанных выше факторов в табличном формате с присвоением каждому фактору коэффициента весомости. Таким образом, факторы, которые по результатам исследования получают наибольшие коэффициенты весомости, станут детерминантами данного исследования.

Результаты проведения SWOT-анализа дали возможность определить, что сильными сторонами города Измаила являются:

- наличие рентабельных предприятий различных отраслей промышленности и сельского хозяйства (1,75);
- развитая инфраструктура (транспорт, телекоммуникации, средства связи, медицинские и учебные заведения) (1,60);
- положительный имидж городского головы среди жителей и гостей город (1,60);
- иностранные инвестиции в развитие города (0,70);
- осуществление комплекса работ по повышению благосостояния города (2,07);
- активное строительство новых жилых комплексов (0,40).

В то же время слабыми сторонами города Измаил признаны следующие:

- небольшое число крупных промышленных предприятий (1,68);
- высокий уровень безработицы (0,90);
- отсутствие филиалов или представительств крупных международных компаний (1,47);
- недостаток квалифицированных кадров технических специальностей (1,54);
- отсутствие комплекса развлечений для туристов (0,90).

Считаем необходимым обратить внимание на то, что городе Измаил есть все необходимые условия для реализации следующих возможностей:

- благодаря выходу к морю можно развивать пароходство, торговлю, туризм, усиливать международные отношения (2,50);
- возобновление работы аэропорта (0,50);
- увеличение объемов производства и переработки сельского хозяйственной продукции (1,60);
- развитие международной торговли с Молдовой, Румынией, Турцией, Польшей (1,60);
- умеренный и благоприятный климат позволяют привлекать туристов (0,40);
- наличие необходимых ресурсов для строительства современных жилых комплексов (0,75).

Особое внимание, по нашему мнению, следует уделить наиболее вероятным угрозам с наибольшим негативным влиянием на эффективность функционирования и развития города Измаил, а именно:

- появление в городе большого количества нелегальных мигрантов (1,47);
- ухудшение экономической ситуации в стране (0,84);
- выезд талантливой молодежи в другие города Украины или за ее пределы (0,35);
- неблагоприятные изменения в законодательной базе (1,08);
- усиление инфляционных процессов в государстве (0,42);

- снижение спроса на продукцию местных товаропроизводителей (1,38).

Обобщая результаты SWOT-анализа представим средневзвешенные оценки:

- сильные стороны – 8,12 баллов;
- слабые стороны – 6,49 баллов;
- возможности – 7,80 баллов;
- угрозы – 5,79 баллов.

Построение матрицы SWOT, на основе результатов проведенного анализа, дало возможность сформулировать альтернативные гипотезы:

- разработка экскурсионной программы будет способствовать повышению туристической привлекательности Измаила и увеличению количества туристов, желающих посетить город;
- выявление недостатков в функционировании города и разработка путей их нейтрализации будет способствовать улучшению условий жизни для местных жителей и гостей;
- инвестирование в развитие местных предприятий поможет увеличить объемы производства и реализации продукции, работ, услуг, что в свою очередь приведет к созданию новых рабочих мест, повышению уровня дохода населения и увеличению доходной части бюджета города.

Таким образом, по результатам проведенного анализа, идентифицировано влияние ряда положительных и отрицательных факторов, требующих более детального анализа и корректировки. Отметим, что по результатам SWOT-анализа выявлено, что город Измаил имеет больше сильных сторон, чем слабых.

Анализ научных источников, характеризующих методы маркетинговых исследований и особенности применения в соответствии с поставленной целью и указанными критериями отбора метода, позволил выбрать метод CAWI. Заметим, что сущность данного метода заключается в том, что респондентам предлагается ответить на вопросы анкеты, которая размещена на Интернет ресурсах, в свободное время.

Отметим, что анкетирование осуществлялось с использованием системы Google, доступ по ссылке:

[https://docs.google.com/forms/d/1e5R8bE6cbVyOAmNi000cQt\\_cR-Uesq7q9zyWRIFZIDk/edit](https://docs.google.com/forms/d/1e5R8bE6cbVyOAmNi000cQt_cR-Uesq7q9zyWRIFZIDk/edit).

Следует отметить, что 86,69% обработанных анкет удовлетворяют условия выборки и подлежали дальнейшему анализу.

Обработка полученных анкет по методике CAWI показала следующие результаты:

- 43,75% респондентов являются жителями города Измаил;
- 56,25% участников анкетирования приехали в город, из которых 72,97% желают посетить город во второй раз;
- 67,05% – выразили желание прожить в городе Измаил всю жизнь;
- 23,86% – назвали экологические преимущества наиболее весомыми по сравнению с крупными городами;
- 29,55% – считают, что в городе Измаил средний уровень заработной платы, но трудно с трудоустройством;
- 29,55% респондентов ответили, что городу Измаил не хватает предприятий в промышленной сфере;
- 23,30% участников опроса назвали район сквер им. Гагарина районом, который больше всего нуждается в благоустройстве.

Проведенный корреляционно-регрессионный анализ факторов с целью определения значимости их влияния на уровень туристической привлекательности города Измаил основывался на изучении 22 областей Украины и влиянии на ключевой показатель десяти факторов (см. табл. 1).

**Таблица 1. Факторы влияния на уровень туристической привлекательности города**

№	Наименование фактора	Значение фактора в модели	Вид фактора
1	Площадь рекреационных ресурсов, км <sup>2</sup>	x1	количественный
2	Количество средств размещения туристов, од	x2	количественный
3	Инвестиции в основной капитал отелей и ресторанов, млн. грн	x3	количественный
4	Средняя стоимость туристических услуг на 1 сутки, грн	x4	количественный
5	Объем вредных атмосферных выбросов, т/км <sup>2</sup>	x5	количественный
6	Количество привлекательных туристических ресурсов, од	x6	количественный
7	Экономическая привлекательность региона	x7	качественный
8	Политическая стабильность региона	x8	качественный
9	Качество действующей инфраструктуры	x9	качественный
10	Наличие историко-культурных достопримечательностей	x10	качественный
11	Туристическая привлекательность территории	y	расчетный

*Источник: составлено авторами.*

Отметим, что источником информации, для определения количественных факторов являются данные Государственного управления статистики Украины. Информация о качественных факторах – результаты экспертного опроса по 5-балльной шкале. Туристическая привлекательность территории определена как количество туристов, посетивших определенный регион в течение 2018 года.

С помощью инструментария Microsoft Excel, используя функцию «Анализ данных» и «Регрессия», построим корреляционную матрицу. В параметрах модели уровень надежности выбираем 95%, то есть вероятность ошибки составляет 5% (см. табл. 2).

Таблица 2. Результаты построения корреляционной матрицы

№	y	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10
y	1										
x1	0,177	1									
x2	0,714	-0,048	1								
x3	0,753	0,221	0,384	1							
x4	0,456	0,524	0,239	0,364	1						
x5	0,022	-0,242	-0,178	0,359	0,173	1					
x6	0,746	0,002	0,714	0,490	0,196	-0,097	1				
x7	0,649	0,053	0,620	0,110	0,200	-0,367	0,600	1			
x8	0,257	0,208	0,389	-0,197	0,006	-0,582	0,356	0,587	1		
x9	0,802	-0,031	0,517	0,706	0,202	0,021	0,599	0,409	0,120	1	
x10	0,725	0,022	0,682	0,665	0,052	0,031	0,682	0,439	0,288	0,722	1

*Источник: составлено авторами*

Акцентируем внимание на том, что построение корреляционной матрицы позволяет отобрать факторы, которые имеют весомое влияние на  $y$ , то есть туристическую привлекательность территории. В нашем случае детерминантами станут факторы, влияние которых составляет более 0,65 или 65%.

Стоит обратить внимание на наличие автокорреляции между факторами модели. Наличие автокорреляции, то есть, взаимозависимости между факторами модели, говорит о том, что модель не эффективна и нуждается в доработке. В нашем случае, автокорреляция отсутствует, а, следовательно, предложенная модель на данном этапе исследования является эффективной.

Данные о весомоти влияния факторов на зависимую величину в представлены в таблице 3.



Таблица 3. Результаты исследования значимости влияния факторов на туристическую привлекательность города

Условное обозначение	Название фактора	Весомость влияния фактора, %
x1	Площадь рекреационных ресурсов, км <sup>2</sup>	17,69%
x2	Количество средств размещения туристов, од	71,41%
x3	Инвестиции в основной капитал отелей и ресторанов, млн. грн	75,34%
x4	Средняя стоимость туристических услуг на 1 сутки, грн	45,62%
x5	Объем вредных атмосферных выбросов, т/км <sup>2</sup>	2,18%
x6	Количество привлекательных туристических ресурсов, од	74,64%
x7	Экономическая привлекательность региона	64,89%
x8	Политическая стабильность региона	25,70%
x9	Качество действующей инфраструктуры	80,24%
x10	Наличие историко-культурных достопримечательностей	72,46%

*Источник: составлено авторами*

Как видно из таблицы, наибольшее влияние имеют факторы: x2, x3, x6, x9 и x10. Логика данного исследования базируется на том, что, выявив методом корреляционно-регрессионного анализа детерминанты влияния на зависимую величину, можем предложить меры по улучшению туристической привлекательности города.

Эффективность данной модели подтверждено двумя методами: Дарбина-Уотсона и по t-критерию Стьюдента. Акцентируем внимание, что метод Дарбина-Уотсона используется для проверки наличия явления автокорреляции остатков модели (Grinchuk & Yaroschuk, 2015, p. 103). Логика данного метода построена на том, что модель считается эффективной в случае отсутствия автокорреляции, то есть взаимозависимости, остатков предложенной модели. Принято считать, что автокорреляция отсутствует если  $1,5 < DW < 2,5$ . В нашем случае значение критерия Дарбина-Уотсона составляет 2,295, что является верхней границей нормы.

Для данной модели полученное значение t-критерия Стьюдента меньше критического значения, поэтому гипотезу о наличии автокорреляции между

остатками уравнения стоит отклонить. Отсутствие автокорреляции свидетельствует об эффективности предложенной модели.

По результатам маркетингового исследования разработан комплекс мероприятий инновационной направленности для решения выявленных проблем в развитии города Измаил.

Так, в сфере инфраструктуры предложено открытия сервиса по аренде велосипедов, скутеров; создание электронной навигации для автобусов с указанием маршрута и графика работы; запуск ночных рейсов автобусов и строительство подземных паркингов.

Считаем целесообразным реализовать следующие меры в сфере дизайна города: создание парков с зелеными насаждениями и цветочными клумбами; ликвидация наружной рекламы из центра города строительство безопасных спортивных площадок для детей и разработка правил, согласно которым будут установлены вывески магазинов и торговых центров.

**Выводы и предложения.** Таким образом, формируем вывод о том, что по результатам проведенного корреляционно-регрессионного анализа предложенной модели обнаружено детерминанты влияния на показатель уровень туристической привлекательности города, среди которых: количество средств размещения туристов, инвестиции в основной капитал отелей и ресторанов, количество привлекательных туристических ресурсов, качество имеющейся инфраструктуры, наличие историко-культурных памятников. Дальнейшее развитие указанных факторов будет способствовать повышению уровня комфортабельности и туристической привлекательности города Измаила.

## References

Asaul, A. (2016). Systematization of factors characterizing the investment attractiveness of regions / Систематизация факторов, характеризующих инвестиционную привлекательность регионов. Региональная экономика, С. 130-135.

Grinchuk, N. & Yaroschuk, V. (2015). *Systematization of problems and the trend of urban development / Систематизация проблем и тенденций развития городов*. Киев: Центр учебной литературы. 420 с.