

ОЦІНКА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ НОВИХ НАПРЯМКІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**Щербаченко В.О.,**

*к.е.н., старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин,
Сумський державний університет,
v.shcherbachenko@macro.sumdu.edu.ua
<http://orcid.org/0000-0002-4570-3389>*

Ярова І.Є.,

*к.е.н., доцент, старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин,
Сумський державний університет,
i.yarova@uabs.sumdu.edu.ua
<http://orcid.org/0000-0001-9840-131X>*

Галинська Ю.В.,

*д.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Сумський державний університет,
y.halynska@management.sumdu.edu.ua
<http://orcid.org/0000-0002-8413-8968>*

Домашенко М.Д.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Сумський державний університет,
m.domashenko@macro.sumdu.edu.ua
<http://orcid.org/0000-0002-6987-8992>*

У статті представлено результати дослідження перспектив розвитку сільського туризму в Сумській області як одного з актуальних напрямків туристичного бізнесу. Метою дослідження є визначити шанси Сумської області для надання послуг сільського туризму; вивчення цільової аудиторії домогосподарств, що приймають туристів у сільській місцевості; визначення мотивів потенційних клієнтів, що спонукали їх до здійснення вибору місця відпочинку; з'ясування того, які саме послуги бажали б отримувати туристи під час відпочинку в садибах. Основним методом одержання даних і знань є опитування цільової аудиторії за допомогою складених анкет. Визначено, що розвиток сільського туризму може бути чинником створення позитивного іміджу сільських територій та дозволить залучити більше інвестицій в регіони. Сільські райони мають багату культурну та природну спадщину у всьому світі. Таким чином, його різноманітність може стати величезним надбанням для тих, хто хоче розвинути сільському туризмі. Ми проаналізували ставлення респондентів до такого виду туристичних послуг та визначили напрямки їх розвитку на Сумщині. Опитування респондентів проводилося для вивчення їх ставлення до таких видів туризму як маршрутно-пізнавальний; санаторно-оздоровчий; етнографічний; спортивний; екологічний. Визначено, з ким респонденти найчастіше виїжджають на відпочинок; на що споживачі, в першу чергу, звертають увагу при виборі відпочинку; чи бували респонденти на Сумщині (якщо так, то як часто). У ході дослідження проаналізовано, які послуги від домогосподарства клієнти бажали б отримувати під час відпочинку у селі. Серед таких послуг, – проживання; харчування; екскурсії до різних заповідних куточків Сумщини, на музичні та мистецькі фестивалі; кінні прогулянки; оренда велосипедів, човнів; рибальство; полювання; збір ягід, грибів, трав; заняття землеробством; догляд за худобою; заняття народними ремеслами тощо. Отримані результати можуть бути використані для розробки муніципальних та державних програм, що стосуються інфраструктури туристичних послуг у сільській місцевості.

Ключові слова: туризм, сільський туризм, розвиток території, анкетування, респонденти.

DOI: 10.21272/1817-9215.2021.1-33

ВСТУП

Туристичний бізнес – дуже конкурентна галузь. Особливо в час пандемії постає потреба у пошуку нових напрямків розвитку даної галузі. Сучасні тенденції туризму враховують перехід до коротших, але частіших відпусток. Зростає інтерес до туризму у дружній та гостинній атмосфері. Так, стає досить популярним такий напрям туризму, як зелений або сільський туризм. За допомогою сільського туризму можна урізноманітнити місцеву економіку, відкрити нові ринки для місцевих виробів

і послуг, забезпечити нові джерела доходу для фермерів і тих, чиї засоби існування під загрозою через зміни в сільському господарстві, а також сприяти створенню нових підприємств. Туризм може бути “додатковим урожаєм” в сільських районах, змінюючи баланс між такими первинними галузями, як сільське господарство, і третинними, або сектором послуг.

У багатьох віддалених або прикордонних районах місцеві громади та політичні діячі сприймають сільський туризм як найважливішу рушійну силу відновлення. Іноді він сприймається як панацея для вирішення всіх проблем, з якими стикаються ці громади. Але надмірна залежність від туризму в районах із слабкою економікою є небезпечною, бо може зробити цей район ще більш уразливим до коливань ринку.

Існують також небезпеки, пов'язані з туризмом. Це зростання вартості комунальних послуг для місцевого населення, підвищення ціни на землю й житло; розбалансування ринку праці, з великою перевагою сезонної, погодинної; люди вимушені залишати свою традиційну роботу в сільському господарстві або ремісництві; скучення і перенаселення, які посягають на якість життя місцевих жителів; зіткнення культур місцевого населення та культур відвідувачів; зростання злочинності та антисоціальної поведінки; забруднення й виснаження навколишнього середовища. Сприйняття місцевої самобутності та самоусвідомлення жителів може також непомітно змінитися, коли місцева спадщина і культура “отоварюються” як виробу туризму. На заваді подальшого розвитку сільського туризму – брак інформаційних та фінансових ресурсів. Незважаючи на це, в Україні, як і в інших країнах Європи, сільський туризм відіграє важливу роль у розвитку села. Розвиток сільського туризму в перспективі – зменшення відтоку людських ресурсів з сільських районів, диверсифікації місцевої економіки, а також розширення загального спектра туристичних послуг, що їх сьогодні пропонує Україна.

Сільський туризм в Україні є важливим інструментом вирішення соціальних проблем, оскільки дає сільському населенню надію та мотивацію для співпраці, шанс жити повноцінно у своєму рідному селі. На початковому етапі ці види діяльності можуть бути недостатньо прибутковими з фінансової точки зору, але вони дарують чимало позитивної енергії та пропонують своє вирішення тих проблем, з якими стикаються мешканці українських сіл. Успіх сільського туризму залежить від ефективного маркетингу. Недостатньо створити чудовий продукт туризму. Потрібно забезпечити ринок для цього продукту, а для відвідувачів, що передбачаються, – ефективну інформацію про цей продукт.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Питання розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідеміологічних ризиків розглянуто в роботі [1], також досліджені основні проблеми туристичної сфери України, які виникли внаслідок запровадження превентивних заходів щодо подолання пандемії коронавірусу в світі та Україні. Як напрямок аграрний туризм досить давно вивчається вченими і поступово набирає популярності в Україні [2-8].

ПОСТАВКА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є визначити шанси Сумської області для надання послуг сільського туризму; вивчення цільової аудиторії домогосподарств, що приймають туристів у сільській місцевості; визначення мотивів потенційних клієнтів, що спонукали їх до здійснення вибору місця відпочинку; з'ясування того, які саме послуги бажали б отримувати туристи під час відпочинку в садибах.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Основним методом одержання даних і знань є опитування цільової аудиторії за допомогою складених анкет. Сутність опитування полягає у тому, що дослідник розсилає респондентам анкети електронною поштою (тим, що мешкають не в м. Суми) або роздає при зустрічі, респонденти заповнюють їх і повертають досліднику,

а він збирає, опрацьовує, відбирає і аналізує отриману інформацію. Далі варто встановити сукупність *дослідницьких завдань* для досягнення поставленої мети, тобто окреслити коло пошукових питань, на які необхідно отримати відповіді в процесі дослідження, розробити гіпотези відповідей, визначити межі дослідження (табл. 1).

Таблиця 1 – Пошукові питання, гіпотези відповідей і джерела інформації

Пошукове питання 1	Гіпотеза 2	Джерело інформації 3
Аналіз туристичного потенціалу Сумської обл.	-//-	Вторинна інформація
Яким видам відпочинку споживачі віддають перевагу	маршрутно-пізнавальний; санаторно-оздоровчий; етнографічний; спортивний; екологічний.	Опитування споживачів за допомогою анкет
Кількість відвідувачів: з ким респондент найчастіше виїжджає на відпочинок	самостійно; з родиною; в компанії друзів.	
На що споживачі, в першу чергу, звертають увагу при виборі відпочинку	співвідношення ціна/якість обслуговування; дата; комфорт; престижність; можливість культурного розвитку; оздоровлення; участь у спортивних заходах; віддаленість від свого місця проживання	
Чи бувають респонденти на Сумщині. Якщо так, то як часто	ніколи; дуже рідко; рідко; іноді; часто.	
Чи приїздили опитувані коли-небудь на відпочинок у Сумську область	так; ні.	
Інтереси споживачів, мотиви, стимули. Які б місця на Сумщині Ви бажали відвідати	історично-архітектурні ансамблі; заповідники; культурно-мистецькі заходи; спортивні заходи; сільський туризм; взагалі не бажано.	
Стан споживчої готовності, рівень обізнаності споживачів про послуги сільського туризму.	це новий для мене вид відпочинку, бажано спробувати; мені нічого не відомо про такий відпочинок; не маю бажання скористатися такою послугою; відпочивав у селі кілька разів, подобається маю власну садибу, тому не скористаюся послугами інших.	
Оцінка шансів домогосподарств Сумщини надання послуг сільського туризму	-//-	
Які послуги від домогосподарства клієнти бажали б отримувати під час відпочинку у селі	проживання; харчування; екскурсії до різних заповідних куточків Сумщини, на музичні та мистецькі фестивалі; кінні прогулянки; оренда велосипедів, човнів; рибальство; полювання; збір ягід, грибів, лікувальних трав; заняття землеробством; догляд за худобою; заняття народними ремеслами.	
Можлива вартість послуг	Виходячи з рівня доходу клієнта	

Джерело: розроблено автором

В розробленій анкеті містяться як закриті, так і напівзакриті (комбіновані) запитання. Із переліку варіантів респондент може обирати одну або декілька відповідей, що йому найбільше підходять. Комбіновані запитання допоможуть дізнатися про нові думки і побажання цільової аудиторії, щоб при розробці маркетингових планів збільшити шанси на успіх і знизити ризики, пов'язані з неповнотою чи асиметрією інформації.

Одним із різновидів закритих питань, що міститься в анкеті є семантичний диференціал, за допомогою якого респондентам пропонується оцінити шанси домогосподарств Сумської області надавати послуги сільського туризму. Також анкета містить питання, де за шкалою важливості респондент має визначити, які чинники впливають на його вибір місця відпочинку.

Наприклад,

- семантичний диференціал – тип запитання, що представляє собою 7-ми розмірну шкалу, межами якої є біполярні твердження:

Оцініть шанси домогосподарств Сумської області для надання послуг сільського туризму:

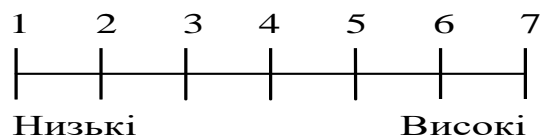


Рисунок 1 – Приклад семантичного диференціалу

Джерело: розроблено автором

- шкала важливості – тип запитання, при якому опитуваний визначає ступінь важливості запропонованого йому твердження:

Вкажіть, які параметри є для Вас важливими при виборі відпочинку: співвідношення ціна/якість, дата, комфорт, престижність, можливість культурного розвитку, оздоровлення, участь у спортивних заходах, віддаленість від свого місця проживання, інше (вкажіть).

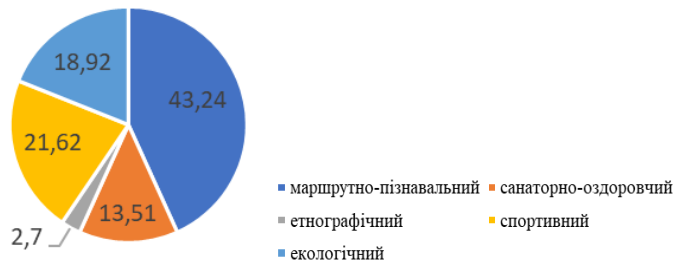
Цільову аудиторію складають наявні і потенційні споживачі, посередники тобто особи, що приймають рішення про купівлю послуг або мають вплив на процес купівлі. Це чоловіки та жінки віком від 18 до 65 років, які віддають перевагу активному виду відпочинку і мешкають у Сумській області та в містах-сусідах. Регіональні межі дослідження обрано таким чином, оскільки передбачається, що послугами агротуризму будуть користуватися споживачі, які мешкають у не дуже віддалених регіонах.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У ході анкетування вдалося виявити такі результати.

Як бачимо на рис. 2, найбільшою популярністю серед респондентів обох статей користується маршрутно-пізнавальний туризм. Тобто для більшості респондентів важливим є організований, пізнавальний відпочинок. Далі думки респондентів жінок і респондентів-чоловіків розходяться: на другому місці жінки віддають перевагу санаторно-оздоровчому, а чоловіки – спортивному відпочинку. Третє місце у респондентів посідає екологічний туризм, тобто відпочинок на природі. На четвертому і п'ятому місці у респондентів жінок відповідно етнографічний та спортивний туризм, у чоловіків – санаторно-оздоровчий та етнографічний. Як бачимо існує суттєва різниця у поглядах різних груп респондентів.

Види відпочинку, яким віддають переваги респонденти-чоловіки (а)



Види відпочинку, яким віддають переваги респонденти-жінки (б)

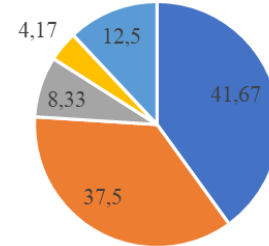


Рисунок 2 – Відповіді респондентів-жінок (а) та чоловіків (б) щодо вибору виду відпочинку

Джерело: розроблено автором

З ким респонденти зазвичай подорожують

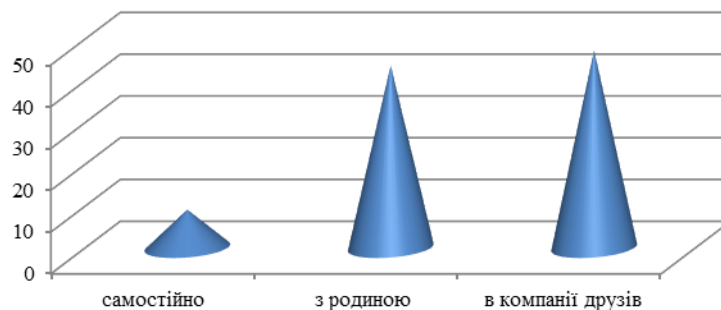
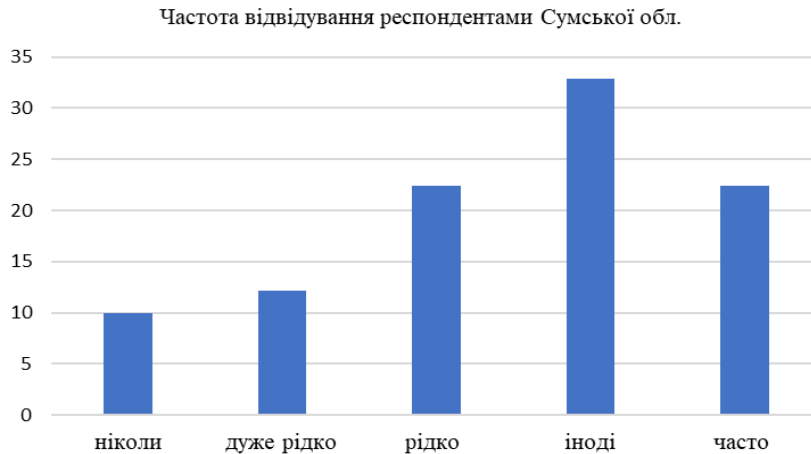


Рисунок 3 – Загальні відповіді респондентів щодо вибору компанії для відпочинку
Джерело: розроблено автором

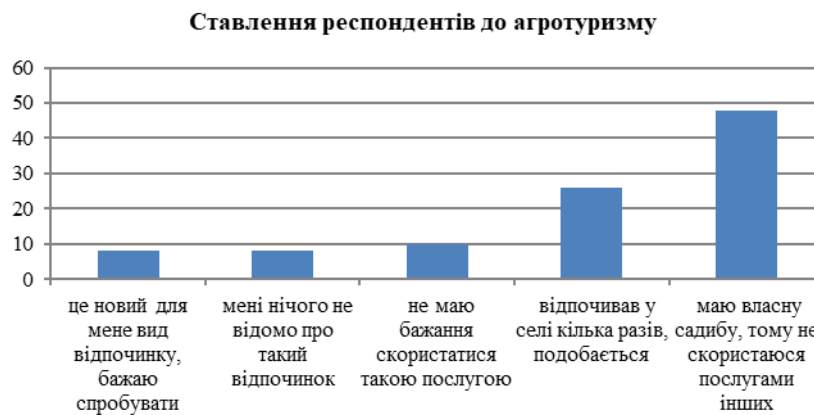
З діаграми видно, що близько 90% опитаних виїждить на відпочинок несамотійно, отже, можна сказати, що при відповідному інформуванні зацікавлених у відпочинку в селі потенційних клієнтів, вони приїждять не наодинці, а з додатковими відпочиваючими.

Далі проаналізуємо, яка частка респондентів відвідувала Сумщину у будь-який час і з різного приводу. Це допоможе визначити рівень обізнаності жителів інших областей про Сумську обл., її місця та привабливість для туристів.



*Рисунок 4 – Загальні відповіді респондентів щодо прибуття у Сумську обл.
Джерело: розроблено автором*

За результатами опитування можна стверджувати, що жителі міст-сусідів досить часто бувають на Сумщині. Лише 10% респондентів ніколи не відвідували нашу область. З тих, що відвідують Сумську обл., 90% приїздить на відпочинок (причому мається на увазі відпочинок як у родичів, друзів, знайомих, так і в санаторіях, базах відпочинку, сільський туризм тощо).



*Рисунок 5 – Загальні відповіді респондентів про їх ставлення до агротуризму
Джерело: розроблено автором*

З даних на рис. 5 видно, що майже 50% опитаних мають власні садиби у сільській місцевості, тому мало ймовірно, що вони скористаються послугами інших домогосподарств за додаткову плату. Однак, аналізуючи відповіді на наступні питання, є досить велика кількість респондентів, які скористалися б певними послугами (наприклад, катання на конях, рибалка, екскурсії вихідного дня до заповідних куточків області і т. ін.).

Послуги, які респонденти бажають отримувати під час відпочинку в селі

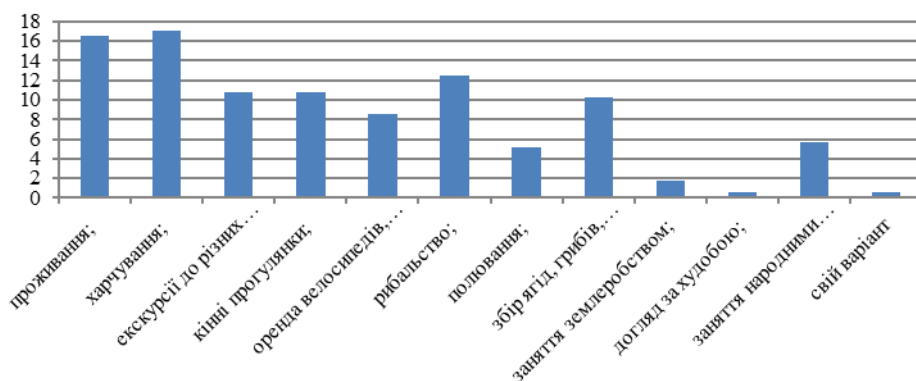


Рисунок 6 – Загальні відповіді респондентів щодо послуг, які б вони бажали отримувати від домогосподарств під час відпочинку в селі

Джерело: розроблено автором

З рис. 6 бачимо, що основні послуги, які хотіли отримувати туристи під час відпочинку у сільській садибі – проживання, харчування, рибальство, екскурсії, кінні прогулянки та збір ягід, грибів, лікувальних трав.

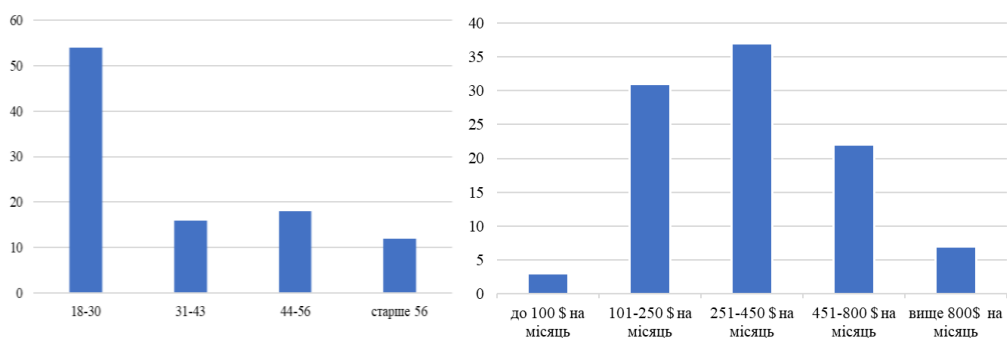


Рисунок 7 – Розподіл респондентів за віком

Рисунок 8 – Розподіл респондентів за доходами

Джерело: розроблено автором

Сумська область має кліматичні і географічні передумови для розвитку туризму. Однак оцінки респондентів, які були на Сумщині, щодо шансів області розвивати сільський зелений туризм неоднозначні. Проте більшість (61%) оцінюють їх як низькі, 24% - як середні і лише 15% вважають їх високими. Це може бути обумовлене впливом різних факторів: по-перше, рівень обізнаності, по-друге, фінансово-економічним станом у країні, що викликає у більшості жителів зневіру, по-третє, сильними конкурентами, якими є туристичні країни закордону (Туреччина, Єгипет, Західна Європа).

Основна частина потенційних клієнтів домогосподарств Сумської області – це громадяни з рівнем доходу від 250 до 600 \$ на 1 особу. Виходячи з цих даних, слід формувати ціну на послуги.

Серед мотивів, які впливають на вибір місця і виду відпочинку, переважають моральні мотиви, тобто культурний і духовний розвиток. Тому туристам, що

приїздить на відпочинок до садиб у Сумську область, необхідно запропонувати культурно-розважальну програму. Наприклад, зустріч у національних костюмах, народні гуляння з національними народними піснями і тацями, запропонувати українські національні страви, розповісти історії і легенди про край. До найбільш затребуваних послуг для відпочиваючих належать комфортні умови проживання, харчування, рибальство, екскурсії, кінні прогулянки та збір ягід, грибів, лікувальних трав. Меншим попитом користуються човни та велосипеди, заняття народними ремеслами і полювання, ознайомлення з культурою краю.

ВИСНОВКИ

Результати виконаного дослідження можуть бути використані для обґрунтування рішень про створення (модернізацію) відповідної інфраструктури для надання туристичних послуг в Сумській області; при розробці програм соціально-економічного розвитку окремих регіонів і області у цілому; при розробці маркетингових програм формування і розвитку іміджу Сумської області як регіону сприятливого для туризму; при формуванні системи нормативно-правових актів, які стимулюють розвиток туристичного бізнесу.

SUMMARY

Shcherbachenko V.O., Yarova I.Ye., Halynska Y.V., Domashenko M.D. Assessment of Prospects Development of Tourist Business New Directions in the Reality of a Pandemic

The article presents the results of a study of the prospects for the development of rural tourism in the Sumy region as one of the current areas of tourism business. The purpose of the study is to determine the chances of Sumy region to provide rural tourism services; study of the target audience of households receiving tourists in rural areas; determining the motives of potential customers that prompted them to choose a place of rest; finding out exactly what services tourists would like to receive during their stay in the estates. The main method of obtaining data and knowledge is to survey the target audience using questionnaires. It is determined that the development of rural tourism can be a factor in creating a positive image of rural areas and attract more investment. Rural areas have a rich cultural and natural heritage around the world. Thus, its diversity can be a huge asset for those who want to develop in rural tourism. We analyzed the attitude of respondents to this type of tourist services and identified the directions of their development in Sumy region. The survey of respondents was conducted to study their attitude to such types of tourism as route-cognitive; sanatorium and health; ethnographic; sports; ecological. It is determined with whom respondents most often go on vacation; what consumers, first of all, pay attention to when choosing a vacation; whether there were respondents in Sumy region (if so, how often). The study analyzed which services from the household customers would like to receive during a holiday in the village. Among such services are accommodation; food; excursions to various protected areas of Sumy region, to music and art festivals; horseback riding; bicycle and boat rental; fishing; hunting; collection of berries, mushrooms, herbs; farming; cattle care; folk crafts, etc. The obtained results can be used for the development of municipal and state programs related to the infrastructure of tourist services in rural areas.

Keywords: tourism, rural tourism, development of the territory, questionnaires, respondents.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Жаліло Я. А., Коваліська С.В., Филипенко А.О., Химинець В.В., Головка А.А. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідеміологічних ризиків. Інститут стратегічних досліджень? 2020, 29.
2. Ілляшенко С.М., Щербаченко В.О. Аналіз потенціалу ринку туристичних послуг Сумської області. *Вестник національного технічного університету «ХПИ»*, 2012.14. 65-77.
3. Маєвський Є. Агротуризм. Львів, 2005. 82.
4. Горішекський П. Сільський зелений туризм: історія та сучасний стан. *Сільський зелений туризм*. Івано-Франківськ, 15–29.
5. Shcherbachenko V., Ilyashenko S. Prospects Assessment of tourism services market in Sumy region. *Sustainable development*, 2012. Vol 3. 17 – 21.
6. Міністерство охорони навколишнього природного середовища України. Державне управління охорони навколишнього природного середовища в Сумській області. URL: <http://www.eco.sumy.ua/> (дата звернення 11.10.2021)
7. Сумський турист. URL: <http://www.tour.sumy.ua/history.php> (дата звернення 11.10.2021)
8. Сільський зелений туризм. Спілка сприяння сільському зеленому туризму в Україні. URL: <http://www.greentour.com.ua/ukrainian/department/23> (дата звернення 11.10.2021)

REFERENCES

1. Zhalilo Ya. A., Kovaliska S.V., Filipenko A.O., Khiminets V.V., Golovko A.A. (2020) On the development of tourism in Ukraine in conditions of increased epidemiological risks. *Institute for Strategic Studies*, 29.
2. Ilyashenko S.M., Shcherbachenko V.O. (2012). Analysis of the potential of the market of tourist services of Sumy region. *Bulletin of the National Technical University "KhPI"*.14. 65-77.
3. Maevsky J. (2005). Agrotourism. Lviv, 82.
4. Gorishevsky P. (2003). Rural green tourism: history and current state. *Rural green tourism*. Ivano-Frankivsk, 15–29.
5. Shcherbachenko V., Ilyashenko S. (2012). Prospects Assessment of tourism services market in Sumy region. *Sustainable development*. Vol 3. 17 – 21.
6. Ministry of Environmental Protection of Ukraine. State Department of Environmental Protection in Sumy region. Retrieved from: <http://www.eco.sumy.ua/>
7. Sumy tourist. Retrieved from: <http://www.tour.sumy.ua/history.php>
8. Rural green tourism. Union for the Promotion of Rural Green Tourism in Ukraine. Retrieved from: <http://www.greentour.com.ua/ukrainian/department/23>