

УДК 338.45

Маркетингове дослідження перспектив розвитку зеленого туризму в Україні

Яшкіна О.І.

доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу
Одеського національного політехнічного університету

Наумова І.Ф.

студентка
Одеського національного політехнічного університету

У статті розглянуто проблеми та перспективи розвитку зеленого туризму в Україні. Проаналізовано вторинну інформацію та результати опитування щодо знання та відношення до зеленого туризму в Україні. Визначено фактори, які впливають на популярність зеленого туризму. Проведено сегментацію споживачів послуг зеленого туризму. Визначено перспективи розвитку даної послуги в Україні.

Ключові слова: сільський туризм, зелений туризм, фактори впливу, сегментація, перспективи розвитку.

Яшкіна О.И., Наумова И.Ф. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ЗЕЛЕННОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

В статье рассмотрены проблемы и перспективы развития зеленого туризма в Украине. Проанализирована вторичная информация и результаты опроса о популярности зеленого туризма в Украине. Определены факторы, влияющие на популярность зеленого туризма. Проведена сегментация потребителей услуг зеленого туризма. Определены перспективы развития данной услуги в Украине.

Ключевые слова: сельский туризм, зеленый туризм, факторы влияния, сегментация, перспективы развития.

Yashkina O.I., Naumova I.F. MARKETING RESEARCHES OF PROSPECTS OF GREEN TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

The article deals with the problems and prospects for the development of green tourism in Ukraine. The secondary information and results of the survey on knowledge and attitude to green tourism in Ukraine were analyzed. The factors influencing the popularity of green tourism was determined. Segmentation of consumers of green tourism services was carried out. Prospects for the development of this service in Ukraine were identified.

Keywords: rural tourism, green tourism, factors of influence, segmentation, development prospects.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В останні роки туризм в Україні розвивається дуже швидко. Він є важливим аспектом в соціально-економічному становищі будь-якої країни. Перспективи розвитку зеленого туризму – це вирішення соціально-економічних проблем села. Туризм, коли набере масового характеру; може бути джерелом поповнення місцевих бюджетів додатковими надходженнями. Він не вимагає значних інвестицій і використовує переважно приватні джерела капіталу. Капіталовкладення швидко окупаються; він розвантажує найбільш популярні туристичні центри, зменшуючи при цьому негативні екологічні наслідки занадто інтенсивної туристичної діяльності. Основне, що приваблює у зеленому туризмі – це комплекс чинників, що сприятливо впливають на людину: оздоровчий, естетичний, пізнавальний.

На сьогодні зелений туризм не можна вважати пріоритетним напрямом розвитку туризму в Україні. Ні на державному рівні, ні на рівні туристичних операторів цей напрямок не відчуває підтримки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Багато хто з вчених розглядає проблеми перспектив та розвитку зеленого туризму, ця галузь є темою теоретичних та практичних досліджень науковців. Взагалі, поняття «зелений туризм» з'явилося у 80-х роках ХХ століття, завдяки працям Гектора Цебаллос Ласкурейна.

Питаннями сутності та значенням зеленого туризму і його різновидів займалися такі вчені, як: В. Васильєв, П. Горішевський [2], В. Гловацька [1], Ю. Зінько, М. Рутинський [4], Т. Ткаченко та ін. Серед зарубіжних вчених, які займаються дослідженням проблем розвитку зеленого туризму можна виділити:

Я. Вербке, М. Джевецкий, А. Кеннон, Я. Маєвський, С. Медлік, Я. Сікора.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. На наш погляд, не розглянутими в наукових статтях залишилися аспекти відношення потенційних туристів до зеленого туризму в Україні, їх знання про дану послугу, їх бажання її отримати.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз вторинної та первинної інформації щодо сприйняття зеленого туризму українськими споживачами, знання про нього та аналіз факторів впливу на розвиток зеленого туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Кілька років тому в українському туризмі з'явився новий термін: «сільський зелений туризм». Розвиток цього напрямку прогресує зараз з кожним роком. Традиція сільського зеленого туризму (далі по тексту – СЗТ) почала розвиватися в Європі близько півстоліття тому. Для України вищезгаданий термін новий, проте буде незайвим нагадати, що традиція цього виду відпочинку в Україні старіша ніж здається. Про гостинності сільських жителів відомо давно. Наприклад, ще на початку ХХ століття в Карпати на лікування або відпочинок в горах у сільські садиби приїздили відомі діячі культури, науки, політики: І. Франко, Леся Українка, М. Грушевський, В. Гнатюк та ін.

Зараз розвитком зеленого туризму в Україні займається «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» [6]. Ця організація концентрує дані про зелений туризм в різних регіонах країни. Вона ж займається його рекламою і популяризацією, проведенням конференцій, тематичних виставок. Одне з важливих функцій Спілки – тренінги та семінари для тих, хто займається зеленим туризмом, тобто для господарів.

Основне, що приваблює у СЗТ – це комплекс чинників, що сприятливо впливають на людину: оздоровчий, естетичний, пізнавальний [4].

Проблеми, які можна спостерігати в даний час в області вітчизняного туризму, є, так би мовити, «спадщиною», яка залишилася нашої державі після розпаду СРСР. Так, виробнича база галузі створювалася головним чином за радянських часів, тому на сьогоднішній день серед об'єктів інфраструктури домінують великі комплекси з великою концентрацією місць та дуже низьким рівнем комфорту.

Також сьогодні відсутня скоординована висококваліфікована і грамотна система дій з виведення туристичного продукту нашої країни на світовий ринок, яка давала б відчутні результати. Поряд з цим, не можна не помітити, що низький рівень обслуговування туристів обумовлений загальною кваліфікацією працівників цієї сфери. В Україні практично відсутня відповідна система для підготовки, а також перепідготовки кадрів у сфері туризму і чіткі, відповідні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги. А у існуючих навчальних закладів ще немає відповідного досвіду.

Україна має величезний туристичний потенціал, але, на жаль, використовує його не дуже ефективно. Причини цього полягають у непростій соціально-економічній ситуації в країні, в нерегульованості системи стимулювання туристичної індустрії, а також у відсутності ефективної стратегії розвитку галузі на національному та регіональному рівнях [3].

За допомогою анкетного опитування нами було досліджено переваги української молоді в туризмі, їх знання про зелений туризм та їх бажання займатися ним. Для цього була розроблена анкета, за якою було опитано 35 респондентів. Анкетування проводилося в мережі Інтернет в листопаді 2017 року.

Виходячи з відповідей опитаних було встановлено, що зелений туризм сприймається, як активний вид відпочинку. Суть його, на думку опитаних, в тому, що на деякий час бажаючий відпочивати перебирається в село і веде тамтешній спосіб життя. Зелений туризм сприймається як для відпочинку з друзями так і для сімейного відпочинку, особливо, якщо в сім'ї є діти.

Основна проблема, на думку респондентів, – це те, що в Україні повільно розвивається туристичний маркетинг. Найчастіше причиною непопулярності України у туристів називають неефективний маркетинг, іншими словами українські туристичні компанії, і в цілому українська держава мало вкладають коштів у просування туризму в своїх регіонах. Наступна причина, яка теж відноситься до сфери маркетингу, – неправильне позиціонування українських курортів і центрів тяжіння туристів, відсутність або неправильне брендування українських міст.

Більшість опитаних респондентів – молодь 20 років (рис. 1).

Більша частина респондентів не здійснювала подорожі. Але є опитані, які подорожують 1-2 рази на рік (рис. 2).

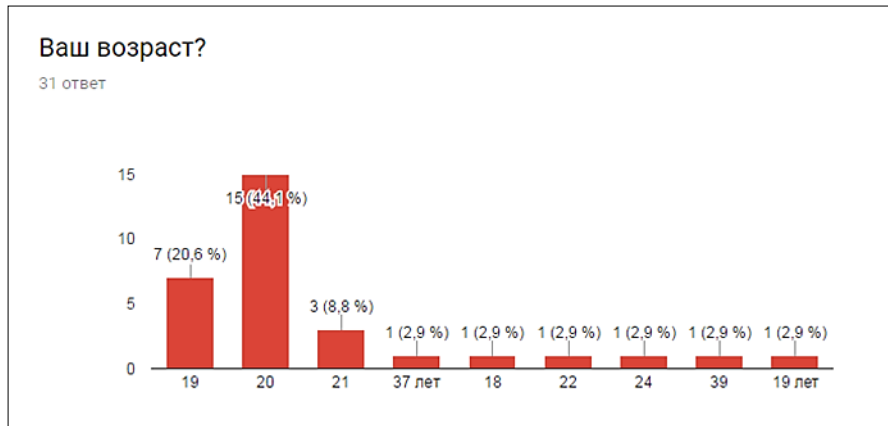


Рис. 1. Розподіл опитаних за віком

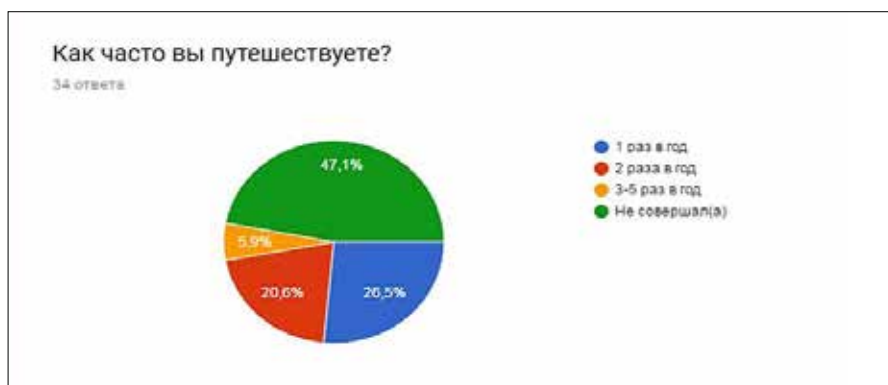


Рис. 2. Відповіді на питання «Як часто Ви подорожуєте?»

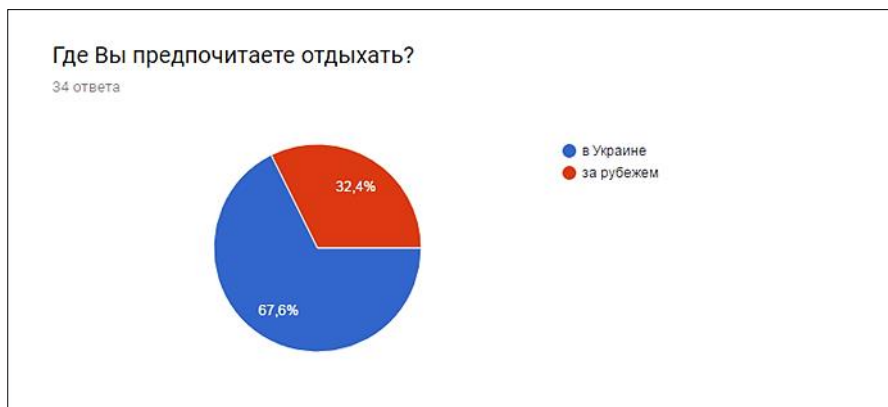


Рис. 3. Визначення переваги у відпочинку

Майже 70% відповіли, що вважають за краще відпочивати в Україні.

Більшість респондентів віддали перевагу пляжному відпочинку, 2 місце посів екскурсійний, а 3 – екстремальний туризм (рис. 4).

При виборі туру найбільш важливим виявився ціновий фактор (рис. 5).

Далі йде рівень комфорту, тривалість туру, і на останньому місці – це кількість послуг, що надаються.

В анкеті було запропоновано вибрати найпривабливіше місце з двох фотографій. Було запропоновано 3 пари фотографій для порівняння. Респонденти не знали місцезнаходження зображених видів. Варіант 1 – Україна. Варіант 2 – Європа (рис. 6). Виходячи з діаграм ми бачимо, що більшість опитаних вибрали Україну.

Розвиток зеленого туризму в Україні респонденти за 5-ти бальною шкалою оцінили в



Рис. 4. Відповіді на питання «Якому виду відпочинку Ви віддаєте перевагу?»



Рис. 5. Визначення важливіших аспектів при виборі туру

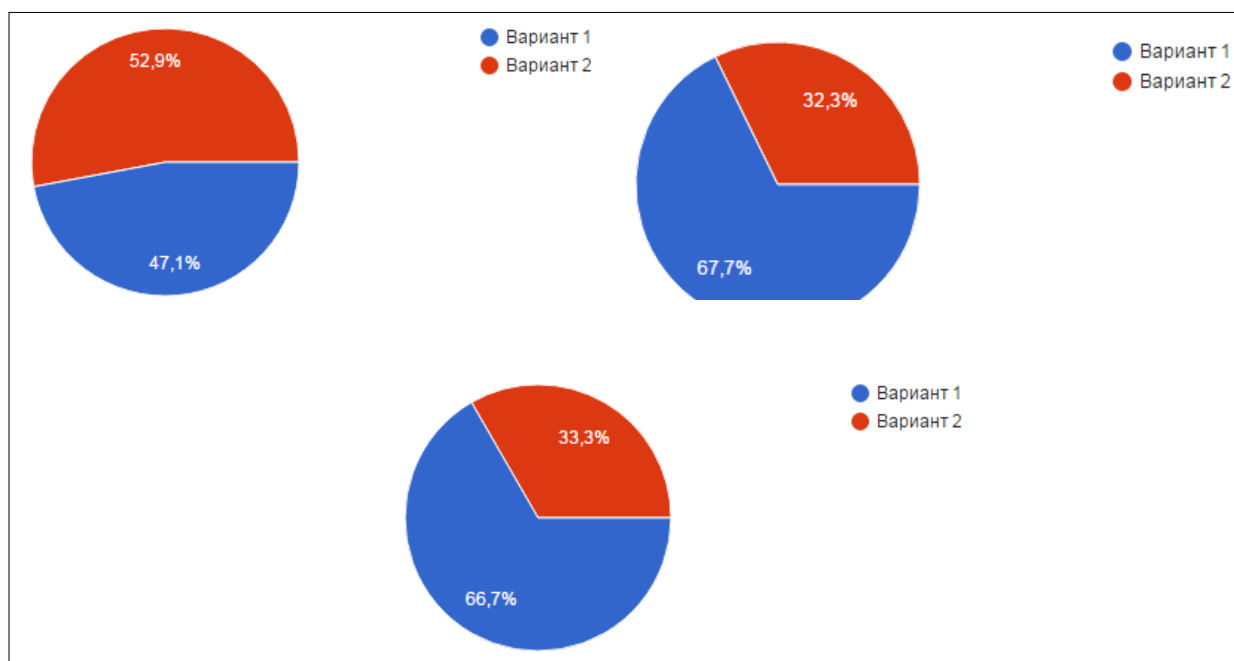


Рис. 6. Переваги респондентів за фотографіями місць зеленого туризму в Україні та Європі

3-4 бали. а питання «Чи зустрічали Ви коли-небудь в пропозиціях від туристичних операторів зелені та екстремальні тури? (Якщо так,

то як часто)» 75% респондентів відповіли, що вони не зустрічали подібних пропозицій. І лише 25% відповіли позитивно. Це означає,

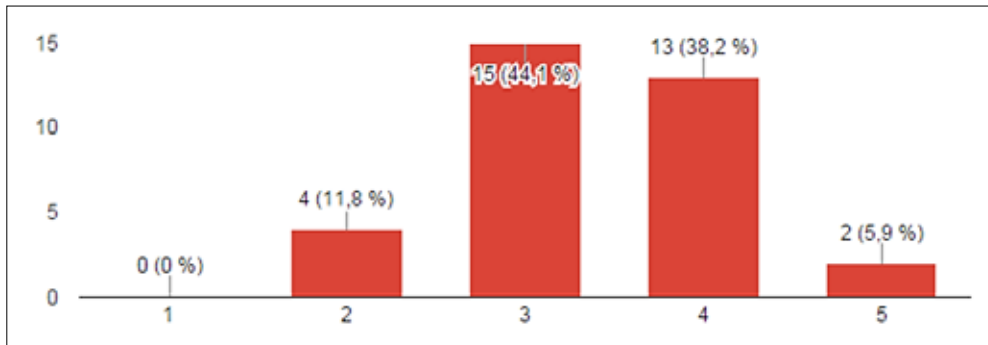


Рис. 7. Оцінки розвитку зеленого туризму в Україні

Описательные статистики									
как_часто_путеш									
	N	Среднее	Стд. отклонение	Стд. Ошибка	95% доверительный интервал для среднего		Минимум	Максимум	
					Нижняя граница	Верхняя граница			
1,00	28	1,7500	,88715	,16766	1,4060	2,0940	1,00	4,00	
2,00	7	2,8571	,89974	,34007	2,0250	3,6893	2,00	4,00	
Итого	35	1,9714	,98476	,16645	1,6332	2,3097	1,00	4,00	

Однофакторный дисперсионный анализ					
как_часто_путеш					
	Сумма квадратов	ст.св.	Средний квадрат	F	Знч.
Между группами	6,864	1	6,864	8,677	,006
Внутри групп	26,107	33	,791		
Итого	32,971	34			

Рис. 8. Результати дисперсійного аналізу

що туроператори не пропонує «споживачам» зелені тури.

Думки респондентів щодо привабливих для туризму місць в Україні розподілилися за рейтингом таким чином:

- Карпати
- Львів
- Одеса
- Київська область
- Умань

Наступним кроком було використання програми SPSS для аналізу відповідей респондентів. За допомогою таблиці спряженості ми встановили зв'язок між віком і перевагою виду відпочинку. Виявилось, що люди у віці від 17 до 35 вибирають пляжний, екскурсійний та екстремальний вид відпочинку. А люди віком від 36 і вище віддають переваги екстремальному виду відпочинку, а також відпочинку з послугами лікування.

Було встановлено, що впливає дохід впливає на частоту подорожей (рис. 8).

Дохід кодувався, як: 1 – до 300 \$; 2 – від 300 до 500 \$.

З таблиць дисперсійного аналізу дістаємо висновку про те, що дохід впливає на частоту подорожей респондентів. Швидше за все, респонденти у яких дохід нижче 300 \$ – це студенти, які не мають постійного доходу і, отже, подорожують не часто.

Для сегментування респондентів було застосовано кластерний аналіз [7].

Оптимальною кількістю виявилось 3 кластери. В перший увійшло 7 респондентів (20%), в другий – 6 (17%), в третій – 22 (63%).

Виходячи з отриманих результатів кластери було названо:

1. Кенгуру.
2. Леви.
3. Антилопи.

Антилопи – це люди з низьким доходом, віком від 17 до 24 років, швидше за все це студентська молодь. Ці люди більше віддають перевагу не комфортності та задоволення

своїх потреб, а возз'єднання з природою і піклуються про її стан. Вони є перспективними «споживачами» зеленого туризму.

Леви – це люди, які мають високі доходи, вони більш старші за віком, воліють комфортний і безпечний відпочинок. Таких людей більше цікавить задоволення власних потреб.

Кенгуру – це ті люди, які мають середній достаток, їх вік від 25 до 40 років. У цих людей пріоритетом є сімейний відпочинок. Для «кенгуру» сімейний відпочинок – це не тільки фізичне та емоційне відновлення сил всіх домочадців, а й відмінний шанс зблизитися, прийти до взаєморозуміння і зміцнити дитячобатьківські відносини. Вони є перспективними «споживачами» зеленого туризму.

Пропозиції щодо розвитку зеленого туризму в Україні:

1) Розробити заходи (насамперед анімаційні) для збільшення відвідуваності і тривалості перебування в сільських оселях;

2) Регулярно проводити тренінги для господарів агроосель та сільських працівників, задіяних в зеленому туризмі;

3) Поліпшити якості послуг, які надаються, а також покращити сервіс зеленого туризму;

4) Забезпечити державну підтримку туроператорам які пропонують зелені тури по Україні.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок за даним напрямом. Аналіз нормативно-правової бази щодо зеленого туризму показує, що не існує на рівні закону однозначного визначення цього терміну. Зелений сільський туризм – важлива складова туристичної індустрії і одна з найперспективніших в світі. Завдяки своєму значному впливу на економічний і соціальний розвиток країн, міст, туристична діяльність повинна регулюватися державою, суб'єктами туристичної діяльності та знаходиться під контролем громадськості.

На сьогодні молодь не ознайомена з сутністю та основними перевагами зеленого туризму. Молоді люди не знають цікавих місць в Україні для відпочинку на природі. Серед молоді є велика частка бажаючих зберігати природу та піклуватися про її стан. Також зелений туризм гарно сприймається сім'ями з маленькими дітьми для гармонійного розвитку дитини.

В подальших дослідженнях варто розвивати проблеми позиціонування зеленого туризму, покращення комунікацій з кінцевими споживачами, притягання інвестицій у цю сферу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гловацька В. В. Сільський зелений туризм // Економіка АПК. – 2006. – № 10. – С. 148–156.
2. Горішевський П. А. Сільський зелений туризм // Організація надання послуг гостинності. – 2003. – С. 146–148.
3. Кудінова І. П. Зелений туризм як один із напрямів розвитку підприємництва в сільській місцевості // Науковий вісник Національного аграрного університету. – 2008. – № 124. – С. 91–96.
4. Рутинський М. Й., Зінко Ю. В. Сільський туризм // Навчальний посібник. – 2006. – С. 150.
5. Окландер М. А. Щоб бути ефективним, маркетинг повинен змінитися // Економіст. – 2014. – № 4. – С. 1–2.
6. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.greentour.com.ua>.
7. Яшкіна О. І. Використання кластерного аналізу в процесі сегментування респондентів // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 1. – С. 47.

REFERENCES:

1. Glovats'ka V. V. Sil's'kiy zeleniy turizm // Ekonomika APK. – 2006. – № 10. – S. 148–156.
2. Gorishevs'kiy P. A. Sil's'kiy zeleniy turizm // Organizatsiya nadannya poslug gostinnosti. – 2003. – S. 146–148.
3. Kudinova I. P. Zeleniy turizm yak odin iz napryamiv rozvitku pidpriemnitstva v sil's'kiy mistsevesti // Naukoviy visnik Natsional'nogo agrarnogo universitetu. – 2008. – № 124. – S. 91–96.
4. Rutins'kiy M. Y., Zin'ko Yu. V. Sil's'kiy turizm // Navchal'niy posibnik. – 2006. – S. 150.
5. Oklander M. A. Shchob buti effektivnim, marketing povinen zminitsiya // Ekonomist. – 2014. – № 4. – S. 1–2.
6. Spilka spriyannya rozvitku sil's'kogo zelenogo turizmu v Ukraini [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu : <http://www.greentour.com.ua>.
7. Yashkina O. I. Viktoristannya klasterного analizu v protsesi segmentuvannya respondentiv // Marketing v Ukraini. – 2008. – № 1. – S. 47.