

УДК 338. 486 :331

Н.Є. Кудла, к.е.н., доц.

(Львівський інститут економіки і туризму)

## МОТИВИ ВИБОРУ ВІДПОЧИНКУ У СЕЛЯНСЬКОМУ АГРОТУРИСТИЧНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Проведено анкетні дослідження з вивчення мотивів вибору відпочинку у сільській місцевості. Визначено основні чинники, які впливають на прийняття рішення щодо вибору селянського агротуристичного господарства. Рекомендовано піднести маркетингову й освітню складові розвитку сільського туризму Карпатського регіону.

*Ключові слова: мотивація, сільський туризм, агротуристичне господарство.*

Проведены анкетные исследования в области изучения мотивов выбора отдыха в сельской местности. Определены основные факторы, которые влияют на принятие решения относительно выбора крестьянского агротуристического хозяйства. Даны рекомендации по усовершенствованию маркетинговой и образовательной составляющих развития сельского туризма в Карпатском регионе.

*Ключевые слова: мотивация, сельский туризм, агротуристическое хозяйство.*

Surveys have been conducted in order to study the motives for choosing countryside as place to spend holidays. The main factors impacting on opting for rural agrotourist households have been determined. It has been recommended that the marketing and educational component of the development of rural tourism in the Carpathian region be improved.

*Keywords: motivating reasons, rural tourism, tourist farm.*

**Постановка проблеми.** За останні роки спостерігається значне зацікавлення населення України відпочинком у сільській місцевості, що тісно пов'язано з розумінням загроз цивілізаційного прогресу, зростаючою свідомістю щодо збереження довкілля й турботою про здоров'я. Це виявляється у щоденному житті, а також у способі проведення вільного часу, виборі місця й форми відпочинку.

Збільшується значення змістовного проведення святкових і вихідних днів, які можуть бути використані не лише для відновлення фізичних і психологічних сил і покращення здоров'я, а й для всебічного особистого розвитку з реалізацією задумів, набуттям нових умінь.

Екологічні проблеми промислових регіонів спричиняють потребу відпочинку в чистому й безпечному природному середовищі. Все частіше міські мешканці, особливо з великих агломерацій, втомлюються від швидкого темпу життя, шуму, забрудненого повітря й води. Вони прагнуть тиші й спокою, відпочинку на лоні природи, пізнання культури й традицій місцевої спільноти, дегустації страв регіональної кухні, участі в щоденних господарських процесах селянського господарства, набутті нових умінь і встановленні дружніх людських стосунків [1, с. 23]. Отже, туристичний попит на продукт сільського туризму характеризується зростанням рівня потреби на відпочинок за безпосереднього перебування у природному й культурному середовищі, зростанням зацікавлення активними формами рекреації.

Розвиток туризму на сільських територіях може певною мірою задовольняти потреби й вимоги сучасної людини. Він передбачає багато атракцій, що стосуються природних об'єктів, фольклору й народних традицій з можливістю безпосереднього пізнання селянського способу життя й побуту.

Одним з важливих елементів продукту сільського туризму є пропозиція відпочинку, який має бути насиченим і різномірним, специфічним для кожного регіону й спрямованим на певний сегмент туристичного ринку. Незважаючи на незадовільний стан спортивно-рекреаційної та туристичної інфраструктури або її відсутність, сільські території мають

значні можливості для розвитку різних видів туризму з використанням природного рельєфу й ландшафту.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематикою розвитку сільського туризму у гірських і передгірських районах займаються чимало фахівців з різних областей Карпатського регіону. Вагомого значення набули наукові праці В.В. Гловацької [2], П.А. Горішевського, Ю.В. Зінька, Т.О. Коберніченко, В.В. Липчука, Т.А. Пінчук [3], Г.І. Шимечко [4] та інших учених, які мають прикладний характер у сфері надання туристичних послуг у сільській місцевості. Однак маркетинговим дослідженням з використанням опитування респондентів щодо розвитку сільського туризму приділяється недостатньо уваги, й такі заходи не відбуваються регулярно.

У статті висвітлено результати вивчення мотивів, якими послуговуються туристи при виборі місця тимчасового перебування в селянському агротуристичному господарстві гірської частини Карпатського регіону. Щорічний приріст садиб, які надають туристичні послуги, тут становить від 10 до 20 %. Найвищі показники приросту сільських садиб зафіксовано в Івано-Франківській та Закарпатській областях. Ці тенденції збігаються з даними державної реєстрації для модельної Івано-Франківської області щодо розвитку сільського туризму [5, с. 33]. У роботі наведено відповіді респондентів стосовно організації сільського відпочинку й обрання ними певного селянського господарства, що надає туристичні послуги.

**Виклад основного матеріалу.** Як стверджує П.А. Горішевський, мотивація відпочинку в сільській місцевості – єднання з природою, чисте повітря, екологічні продукти харчування, зміна обстановки, відмінні від міського уклад і ритм життя, можливість участі або спостереження за господарськими процесами у селянському господарстві, збирання дарів природи (ягід, грибів, лікарських рослин), і, зрозуміло, вирішальним чинником вибору сільської садиби як місця проведення відпустки є значно дешевші послуги у порівнянні з готелями й туристично-відпочинковими комплексами [6, с. 56].

Узагальнюючи попередні дослідження, припускаємо, що:

сільський туризм є привабливою формою відпочинку, особливо для сімей з малими дітьми, молоді, що цікавиться активними видами рекреації;

на вибір сільського відпочинку впливають передусім доступна ціна й можливість безпосереднього контакту з природою й селянською родиною;

на виборі селянського господарства як місця відпочинку позначаються особливості його розташування, зручна комунікаційна доступність і незначна віддаленість від місця постійного проживання.

Для перевірки наведених припущень були проведені репортажі й анкетні дослідження зі 120 туристами, що відпочивали у сільській місцевості, та серед 46 господарів селянських господарств. Опитування відбувалося у липні – серпні 2012 р. у восьми адміністративних районах Карпатського регіону (табл. 1), які туристично привабливі для сільського відпочинку.

Найбільшим туристичним потенціалом обраних для дослідження селянських господарств є природа з різноманітною й унікальною у масштабі країни флорою й фауною, добра комунікаційна доступність, гостинність господарів і стандарт розміщення. Значну частину цієї території охоплено охороною у формі створених природних національних парків (Сколівські Бескиди, Синеvir, Карпатський, Вижницький).

У зимовий період значне зацікавлення туристів становлять спортивні розваги, які в основному передбачають гірськолижний відпочинок. За останні роки суттєво покращилася спортивна інфраструктура Карпатського регіону завдяки модернізації й побудові нових витягів, ратракуванню гірських схилів, прокату спортивного спорядження. Основними центрами гірськолижного відпочинку, якими можуть скористатися туристи з досліджуваних господарств є гірськолижні комплекси «Буковель», «Захар Беркут», спортивно-туристичні об'єкти в околицях Сколи, Розлуча, Верховини, Пилипця.

Адміністративні території дослідження

	Населений пункт	Досліджено господарств	Кількість місць розміщення (кімнат/місць)	Район	Область
1	Славсько	8	37/108	Сколівський	Львівська
2	Волосянка	4	10/28		
3	Розлуч	2	5/13	Турківський	
4	Верхнє Гусне	3	9/38		
5	Татарів	8	42/130	Надвірнянський	Івано-Франківська
6	Верховина	4	15/54	Верховинський	
7	Космач	5	27/65	Косівський	
8	Пилипець	4	10/25	Міжгірський	Закарпатська
9	Синевир	2	5/12		
10	Виженка	2	5/14	Вишнецький	Чернівецька
11	Підзахаричі	4	14/36	Путильський	

Туристичним продуктом досліджуваної території є культурна спадщина, гірська житлова й сакральна архітектура, звичаї й обряди, народні ремесла, сільський спосіб життя горян. Особливо цінними з огляду туризму є села, де поєднуються кілька складників рекреаційного потенціалу, зокрема природні чинники, культурна спадщина та розвинута інфраструктура, що важливо для певних груп відпочивальників [7, с. 67]. В обраних населених пунктах можна натрапити типові бойківські й гуцульські хати, дерев'яні церкви, старі цвинтарі, придорожні каплички та інші об'єкти, характерні для цього регіону.

Приваблює туристів участь у таких святкових заходах, як «Бойківські фестини», фестивалі сучасної української культури «Потяг до Яремче», національні етнічні фестивалі «Великдень у Космачі», етнографічний гуцульський фестиваль-ярмарок «Захарецький Гарчик»; очікується багато гостей на ювілейному ХХІ Міжнародному гуцульському фестивалі, який планується провести у Карпатському регіоні осінню 2013 р.

Серед опитаних туристів найчисельнішу групу становили особи у віці 31-40 років (36,2%) і молодь від 16 до 24 років (22,2%). Під час анкетного дослідження найменш представницькою була група осіб між 51 і 60 роками та населення похилого віку (рис.1). Остання й передостання групи користуються послугами сільського туризму в основному для покращення стану здоров'я та перебування в умовах тиші й спокою. Припускаємо, що за віковим критерієм туристів будуть суттєві відмінності між літнім і зимовим сезонами проведення вільного часу в Карпатах.

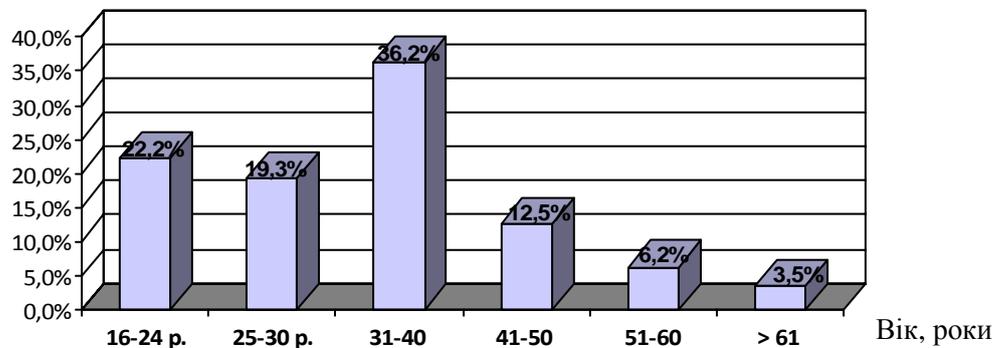


Рис.1. Вікові категорії у досліджуваній вибірці

Результати анкетного дослідження виявили, що більшість становили гості з вищою і професійною освітою – відповідно 54,2 і 38,2% (рис.2). Це були переважно працівники сфери

освіти й науки, державні службовці та підприємці. Значну групу становили також студенти й учні середніх шкіл.

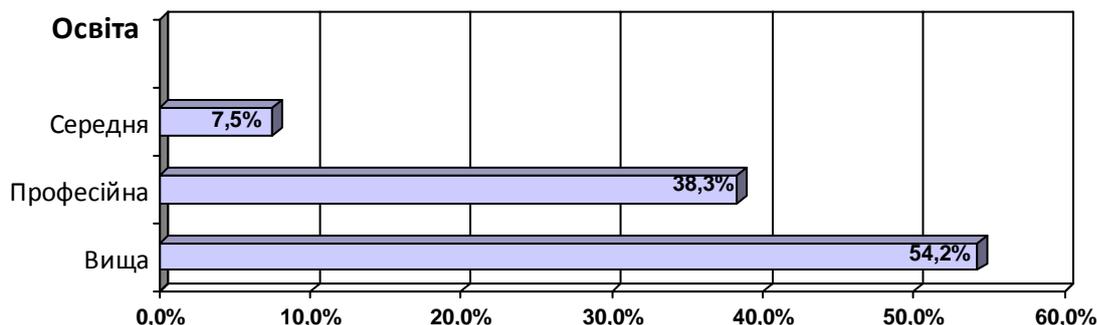


Рис. 2. Освітній рівень респондентів

Найбільш зацікавленими у відпочинку в приватних селянських агротуристичних господарствах на території гірських районів Карпатського регіону виявилися городяни обласних центрів – Києва, Харкова, Запоріжжя, Луганська, Львова. Переважна більшість туристів приїхали до селянського господарства з сім'єю (72 %) й обрали цю форму відпочинку вперше (55,6%) (рис.3, 4).

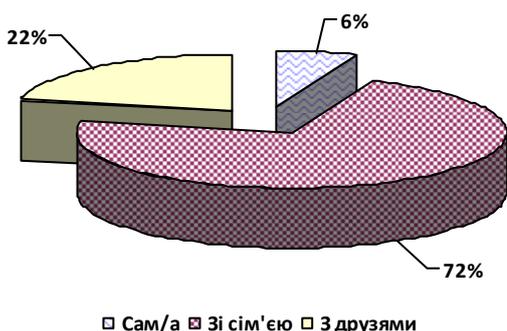


Рис. 3. Характеристика приїздів туристів до господарств (з ким приїхали?)

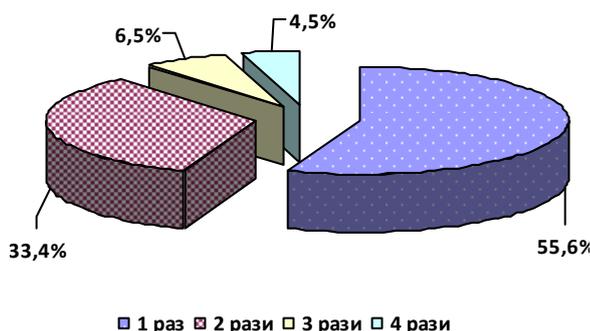
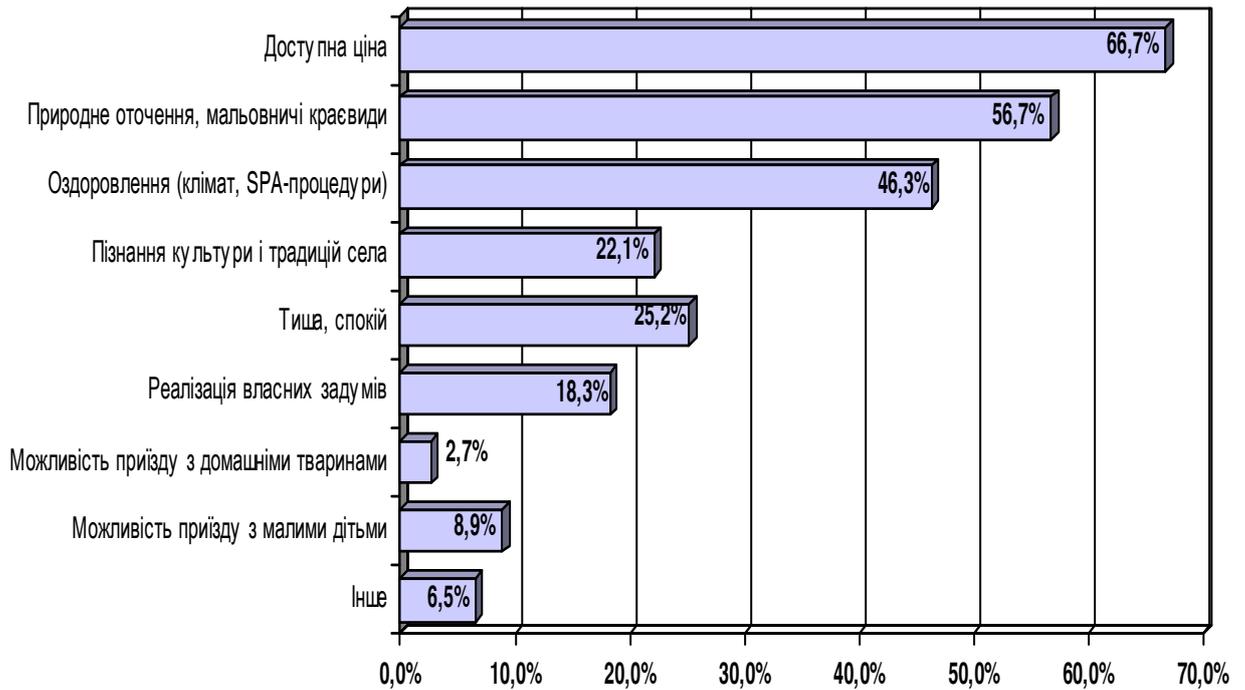


Рис. 4. Частота приїздів до одного господарства (разів)

Згідно з проведеними дослідженнями серед мотивів вибору відпочинку в селянському господарстві на перше місце респонденти ставлять доступну для них ціну (66,7%); далі – безпосередній контакт з природою, мальовничі краєвиди (36,7); чисте довкілля, домашню кухню, тобто здорове харчування (26,3); тишу й спокій (25,2%).

Значна група туристів, особливо молодь (18,3%), під час вибору місця відпочинку бере до уваги можливості реалізації власних планів, наприклад походи в гори, участь у спортивних заходах, відпочинок біля води, збирання лісових ягід і грибів. Майже половина респондентів акцентували на важливості покращення здоров'я у гірських господарствах, адже в Карпатському регіоні чисте повітря, багато природних бальнеологічних ресурсів, особливо мінеральних вод.

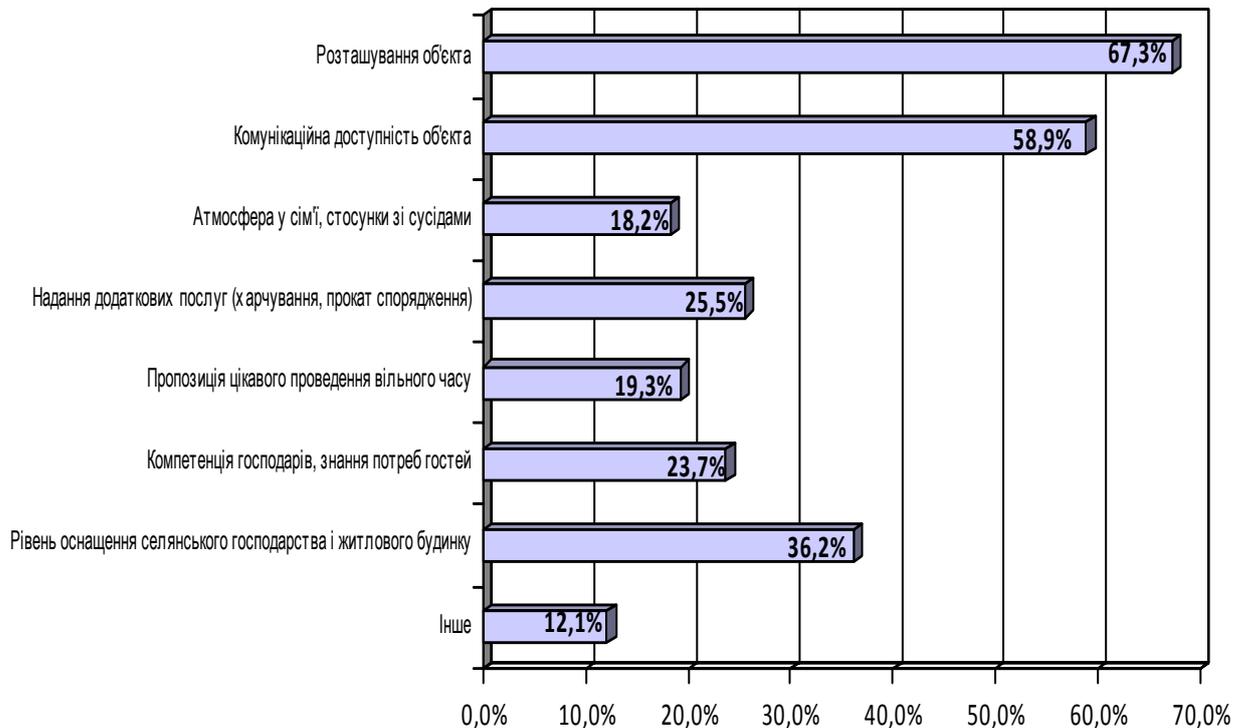
У дослідженнях мотивів вибору сільського відпочинку, які проведені у 2007 р. професором В.В. Липчуком у Сколівському районі Львівської області, виявлено певні відмінності й особливості. У відповідях на запитання респонденти на перше місце ставили тишу й спокій – 69%, доступні ціни – 67, гостинність – 59, смачну кухню – 56, контакт з природою – 55, гірськолижний відпочинок – 47, відпочинок біля води – 45, мальовничі краєвиди – 41, стандарт проживання – 33, піші прогулянки – 26, пізнання фольклору й традицій – 16% [8, с. 56].



**Рис. 5. Відповіді респондентів щодо мотивів вибору відпочинку в селянських агротуристичних господарствах**

Варто зазначити, що продукт сільського туризму створюється й призначається не для масового споживання. Він є доволі персоналізований відповідно до вимог туристів, які очікують від нього належної якості.

Важливе значення, особливо з практичного боку, має пізнання думки туристів стосовно чинників, які формують якість туристичного продукту селянського агротуристичного господарства та його вибір як місця відпочинку (рис. 6).



**Рис. 6. Чинники, що впливають на формування якості продукту сільського туризму в Карпатському регіоні**

Більшість (67,3 %) респондентів надали перевагу місцю розташування господарства в чистому й привабливому природному середовищі та його комунікаційній доступності (зручний доїзд, віддаль від місця постійного проживання). До кожного з досліджуваних господарств можна зручно дістатися легковим автомобілем, рейсовим автобусом, а до господарств в околицях Славського, Татарова – залізницею.

Серед чинників, що впливають на якість туристичного продукту селянського господарства, респонденти приділяють значну увагу психологічній атмосфері в селянській родині, її стосункам з односельцями (18,2%), стандарту об'єкта (36,2%), тобто умовам проживання, санітарно-гігієнічному стану приміщень, безпеці, естетиці, наданню додаткових послуг (25,5%) і можливості проведення вільного часу в разі негоди (19,3%).

Отже, у формуванні загальної стратегії управління якістю власне якість є не лише ціллю, а й способом ведення господарської діяльності, функціонування членів селянської сім'ї. Цей підхід також стосується залучення кожного члена місцевої спільноти до діяльності, що має на меті задоволення потреб туристів [9, с.57].

Результати досліджень показали, що туристи отримують інформацію про конкретне селянське агротуристичне господарство переважно від друзів і знайомих (63,7%) та з Інтернету (32,4), рідше – від засобів масової інформації (12,4), каталогів (10,3), іноді користуються послугами туристичних посередників, тобто туристичних агенцій (5,2) і туристичних виставок (2,2%).

Плануючі подорож у Карпатський регіон, де розташоване господарство, гості отримують знання про тамтешні атракції від місцевих провідників, з доступної друкованої й наочної інформації у господарстві й околиці (11,2%), а також безпосередньо від приймаючої сторони (29,3%). Респонденти рідко перед виїздом звертаються до матеріалів, що стосуються туристичних об'єктів регіону (8,3%).

Дослідження виявили проблематику маркетингу туристичного продукту, позаяк близько 16 % селянських господарств, що надають туристичні послуги розмістили своє інформаційне повідомлення в Інтернеті, а 20,2% вміють користуватися комп'ютерною технікою та мають доступ до глобальної мережі. Для популяризації господарств використовуються традиційні форми – листівки й візитки, якими туристи рідко або взагалі не послуговуються.

Багато опитаних наголошувало на відсутності актуальних туристичних карт території, недосконалості інформаційних матеріалів, відсутності на території адміністративної одиниці пункту туристичної інформації та регіональних фахівців з туристичного супроводу (19,3%).

Власники селянських господарств, які почали надавати туристичні послуги, слабо обізнані з історією й культурою свого регіону, вони недооцінюють краєзнавчих цінностей території, хоча й відповідають на запитання про туристичні об'єкти, розташовані в околиці. Більшість назвала атракції, створені природою – 82,3%, культурні – 54,3% та історичні пам'ятки – 29,7%.

На рівень краєзнавчих знань господарів селянських агротуристичних господарств великою мірою впливають їхній вік та отримана освіта, як професійна, так і вища. Середній вік надавачів туристичних послуг становив 43 роки; найчисельніша група охоплювала 28 осіб у віці 40-50 років. За рівнем освіти переважали особи з вищою й середньою професійною освітою (78,3%).

Власники агротуристичних селянських господарств у переважній більшості не спеціалізуються на прийманні туристичних груп. Поодинокі господарства надають свою пропозицію для певного сегмента покупців туристичного продукту, наприклад закордонних туристів (11,2%), любителів природи (13,4%), творчих людей (6,3%). У досліджуваних господарствах не виявлено пропозиції надання послуг для людей з обмеженими можливостями та людей похилого віку. Причиною цього може бути неготовність і неможливість членів селянської сім'ї надавати послуги специфічній групі туристів і невідповідність об'єкта їхнім потребам.

Аналіз результатів досліджень засвідчив, що рекреаційна пропозиція селянських агротуристичних господарств достатньо обмежена й одноманітна. Господарства, у яких проведено дослідження, мають зручне й привабливе розташування з огляду віддалі до лісових масивів і водних об'єктів, мають значний простір озеленої рекреаційної території навколо господарства. Тому серед пропозицій господарств щодо проведення вільного часу переважають: збирання лісових дарів (грибів, ягід, лікарських рослин) – 67,4%; пішохідні прогулянки та походи в гори, спостереження за господарськими процесами (заготівля сіна, доїння корів, стрижка овець, виготовлення бринзи тощо); прокат велосипедів і квадроциклів, а у зимовий період – гірськолижного спорядження (65,8%). Багато послугодавців пропонують гостям верхову їзду (17,2%), поїздки в гори автомобілями УАЗ і ГАЗ-66 (75,3%), риболовлю (21,2%), відпочинок біля води (36,4%). Дуже рідко в рекреаційній пропозиції трапляються мандрівки знакованими туристичними маршрутами чи природничими стежками (9,3%) та зустрічі з майстрами народних ремесел (7,9%). Анкетні відповіді як гостей, так і господарів селянських агротуристичних господарств засвідчують, що туристи зазвичай самотужки організують свій вільний час.

**Висновки.** Проведені дослідження виявили необхідність: спрямування пропозиції селянського агротуристичного господарства до зацікавлених сегментів ринку завдяки використанню сучасних способів розповсюдження інформації й популяризації; системного навчання власників господарств у сфері надання якісних послуг сільського туризму, маркетингу та краєзнавства, історії, культури, архітектури тощо.

Проведені дослідження й особисті спостереження автора переконливо доводять зростання туристичного руху в Карпатському регіоні, який використовує сільську базу розміщення. Значно покращилась якість туристичного продукту й обслуговування гостей. Місцева влада й сільська спільнота розуміють важливість співпраці у сфері покращення туристичної інфраструктури, однак для реалізації конкретних проектів необхідні значні інвестиції, у тому числі з Державного бюджету України. Окрім цього, розвивати сільський туризм у Карпатському регіоні необхідно за тісної співпраці науки й практики. Одним з таких моментів є вивчення мотивів вибору відпочинку туристами певної гірської місцевості та селянського агротуристичного господарства як у зимовий, так і літній сезони.

#### Список використаних джерел

1. Кудла Н.Є. Сільський туризм: основи підприємництва та гостинності: навч. посіб. / Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2013. – 203 с.
2. Гловацька В.В. Формування попиту і пропозиції на туристичний продукт сільського (зеленого) туризму / В.В. Гловацька // Інноваційна економіка. – 2010. – №16. – С.34-47.
3. Пінчук Т.А. Агротуризм як форма підприємництва у сільській місцевості / Т.А. Пінчук // Наук. вісн. Ужгородського ун-ту. Сер. «Економіка». – 2009. – Спец.вип. 28, ч.3. – С.49-55.
4. Шимечко Г.І. Агротуризм як напрям підприємництва: теорія і практика / Г.І. Шимечко, Г.В. Черевко. – Л.: Ліга-Прес, 2009. – 206 с.
5. Зінько Ю.В. Маркетингові дослідження сільського туризму в Карпатському регіоні / Ю.В. Зінько, П.А. Горішевський, М.А. Петришин та ін. – К.: Наук. вісн. аграрного ун-ту. – 2008. – №124. – С.32-40.
6. Горішевський П.А. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності / П.А. Горішевський, В.П. Васильєв, Ю.В. Зінько. – Івано-Франківськ: Місто Н.В. – 2003. – 144 с.
7. Коберніченко Т.О. Рекреаційний потенціал гірських сіл Турківського району Львівської області / Т.О. Коберніченко // Наук. вісн. Волинського нац. ун-ту імені Лесі Українки. Розділ II. Економічна, соціальна й політична географія. – 2009. – №10. – С.65-68.
8. Липчук В.В. Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку / В.В. Липчук, Н.В. Липчук. – Л.: СПОЛОМ, 2008. – 160 с.
9. Кудла Н.Є. Якість продукту сільського туризму / Н.Є.Кудла // Економіка АПК. – 2012. – №5. – С.56-63.

© Н.Є. Кудла

Надійшла до редакції 25.10.2012