

# СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

## STRATEGIC PRIORITIES OF TOURISM ACTIVITIES DURING THE WAR

У статті проаналізовано туристичну діяльність, зокрема й економічну, на прикладі культурно-мистецького центру «Поліська хата» в період 2019–2022 років, які включають пандемію COVID-19 та повномасштабну війну з росією. Проведено оцінку наслідків спричинених цими явищами. Також було порівняно відвідуваність та економічну діяльність агросадиби протягом 2016–2022 років. Було визначено, що на базі садиби надається широкий спектр туристичних послуг, який значно розширює аудиторію споживачів та її туристичну привабливість. Проаналізувавши економічну діяльність за чотири роки встановлено, що туристична активність має сезонну активність і також залежить від тематичних заходів, які відбуваються на території агросадиби. Встановлено, що не зважаючи на карантинні обмеження у зв'язку з пандемією COVID-19 та військового стану в Україні, сільський туризм є перспективним та ефективним напрямком диверсифікації економіки об'єднаних територіальних громад (ОТГ).

**Ключові слова:** сільський туризм, туристичний продукт, агросадиба, економічна діяльність.

The article highlights tourist activity, including economic activity, using the example of the cultural and artistic center "Polisska Khata" during 2019–2022, which includes the COVID-19 pandemic and a full-scale war with Russia. An assessment of the consequences caused by these phenomena has been carried out. Attendance and economic activity of the agricultural estate during 2016–2022 have been compared also. It has been determined that a wide range of tourist services is providing on the basis of the estate, this activity significantly expands the consumer's audience and its tourist attraction. After analyzing the economic activity for four years, it has been established that tourist activity has a seasonal difference and also depends on the thematic events that take place on the territory of the agricultural estate. As a result of the analysis of economic activity for the period 2016–2022, a gradual increase in income has been established until the end of 2019 inclusive (before quarantine restrictions). Thus, the trend indicates a gradual increase in the demand for the tourist product in rural tourism and the active work of the manor's owners to promote their tourist product on the tourist market. In order to systematize the problems and advantages of the development of rural tourism in the territory of Zhytomyr region, a SWOT analysis using the generalization of factual information has been made, the status of this type of activity has been carried out. It has been established that at the current stage, regardless of the political and economic situation in the country, rural tourism has turned into a self-sufficient business that is economically profitable, competitive and elastic. Nowadays, the demand for tourist services and the needs of consumers have changed the concept of the approach to creating a comprehensive tourist product in rural tourism. Despite the challenges of modernity (quarantine restrictions due to the COVID-19 pandemic, fierce competition) and the state of war in the country, rural tourism is a promising and effective direction of diversification of the economy of the United Territorial Communities (UTC).

**Key words:** rural tourism, tourist product, agricultural estate, economic activity.

УДК 338:48

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.79-39>

**Чернишова Т.М.**

к.б.н., доцент кафедри економіки,  
підприємництва та туризму,  
Поліський національний університет

**Осіпчук А.С.**

асистент кафедри економіки,  
підприємництва та туризму,  
Поліський національний університет

**Osipchuk Anna**

Polissia National University

**Chernyshova Taisiia**

Polissia National University

**Постановка проблеми.** Ринок туристичних послуг на сьогодні, як сфера реалізації туристичного продукту та економічних відносин, як середина країни так і за її межами, є одним із видів економічної діяльності для багатьох країн. Розвиток як внутрішнього так і міжнародного туризму є перспективними у багатьох країнах. Не винятком була і Україна до повномасштабного вторгнення росії 24 лютого 2022 року. Хоча і Україна займала слабе положення на світовому ринку туристичних послуг. Однак враховуючи багатство природних, рекреаційних, релігійних, культурних ресурсів в країні досить не погано розвивався внутрішній регіональний туризм.

Місцеві туристичні агенції в кожному регіоні країни та власник агросадиб намагаються створювати та продавати туристичні продукти, створені на базі місцевих рекреаційно-туристичних ресурсів, ефективно їх використовувати для створення позитивного іміджу регіону.

На разі в період військової агресії росії проти України, туристична галузь в Україні була вимушено поставлена «на паузу». Частина туристичних фірм, на жаль, не відновила свою професійну діяльність і вимушені були закритися або переорієнтуватися на інші види туристичних послуг.

Це дає можливість не тільки зберегти робочі місця для українців, а й підтримати економіку України в цей складний час. Тому, що саме різноманітні одноденні екскурсійні тури, відпочинок в агросадибі є способом психологічного розвантаження, «відволікання від війни», отримання позитивних емоцій в опитування. Тому, на нашу думку, навіть в умовах війни туристична галузь повинна і має дієво функціонувати в Україні.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженням туроператорської та турагенської діяльності, а також теоретичним аспектам розвитку індустрії туризму, ринку туристичних послуг за останні роки займалися ряд вчених-теоретиків, таких як: О. Кузьміна, М. Мальської, Г. Михайличенко [1; 2; 3; 4; 5], а також дослідженнями складних аспектів туристичної діяльності присвятили увагу наступні вчені, такі як Н. Щербакова, Л. Матвійчук, Л. Фрей [2; 6; 8].

**Постановка завдання.** Метою статті є аналіз туристичної діяльності суб'єкта господарювання в період 2019–2022 рр. на прикладі культурно-мистецького центру «Поліська хата», які включають пандемію COVID-19 та повномасштабну війну з росією, оцінка наслідків спричинених цими явищами.

Теоретичною базою для дослідження є дані власниці агросадиби «Поліська хата»: кількість туристів, цін на надання туристичних послуг, наукові публікації вітчизняних дослідників та науковців, дані мережі інтернет.

Для досягнення поставленої мети було використано комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження, а саме методи системного та статистичного аналізу, узагальнення та систематизації.

## Виклад основного матеріалу дослідження.

Туризм в багатьох країнах світу є прибутковим видом економічної діяльності та приносить вагомий внесок у бюджет країни. Україна не належить до популярних туристичних країн, однак намагається зробити туризм конкурентноздатним та привабливим як внутрішній, так і міжнародний. Вагоме місце в країні займає саме розвиток внутрішнього, зокрема регіонального туризму, за рахунок створення нових та цікавих локальних туристичних продуктів місцевими турфірмами та власниками агросадиб, а також співпраця з органами місцевої влади.

Житомирська область є регіоном на Поліссі, якому притаманне саме розвиток внутрішнього місцевого (регіонального) туризму за рахунок активної туристичної діяльності невеличких турис-

тичних агенцій та агросадиб, які є фанатами та професіоналами своєї справи і пропонують туристичний продукт, розрахований для місцевого населення.

Саме наявність в Житомирській області комплексу різних чинників – історичних, географічних, етнографічних, культурних, соціальних, слугували передумовою розвитку та пропагування сільського туризму в регіоні, як виду рекреації в сільській місцевості для відновлення фізичних та психологічних сил людини. Одним з таких центрів туризму та рекреації на території області є культурно-мистецький центр «Поліська хата», який знаходиться у с. Городське, за 100 км від Києва та 50 км від Житомира. Його розташування між двох областей є вигідним і розширює географію туристів.

**Основні види туристичних послуг.** Власниця агросадиби, Інна Величко, пропонує туристам, як основні види туристичних послуг (проживання, харчування) так і великий вибір додаткових послуг. Перелік туристичних послуг представлено на рисунку 1.

Як видно, зі схеми на базі садиби надається широкий спектр туристичних послуг, який значно розширює аудиторію споживача та її туристичну привабливість.

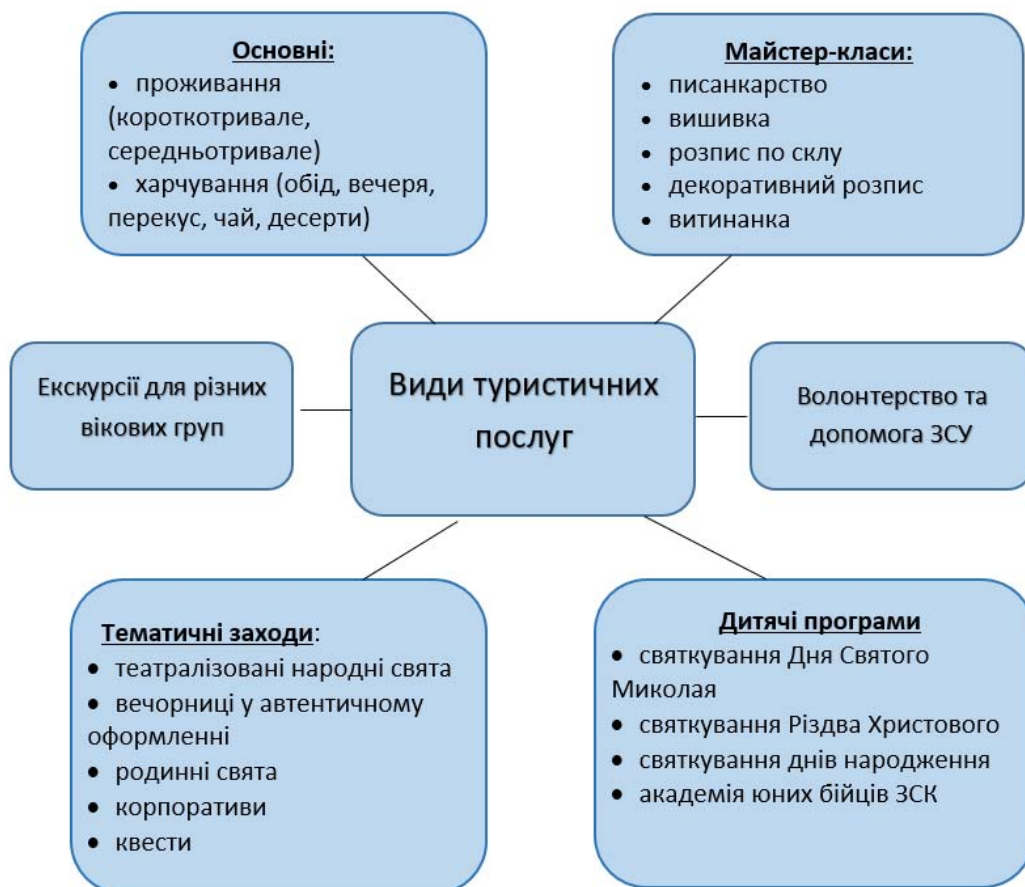


Рис. 1. Види туристичних послуг агросадиби «Поліська хата»

Джерело: авторська розробка

Зокрема культурно-мистецький центр «Поліська хата» виступає, як:

- центр творчого відпочинку митців;
- центр етнографічного туризму;
- центр волонтерської діяльності;
- центр відродження народних звичаїв та традицій;

- центр для проведення національних свят;
- місце організацій художніх виставок.

Після повномасштабного вторгнення росії на Україну до туристичної діяльності в садибі додалася ще й волонтерська та допомога ЗСУ. Зокрема, власниця садиби Інна Величка організувала з односельчанами плетіння сіток для військових, виготовлення буржуйок, надання притулку біженцям та переселенцям. Перша половина

2022 року була присвячена виключно волонтерській діяльності та допомозі родинам переселенців та їх дітям. Було проведено та організовано ряд тематичних заходів для дітей: академія юних бійців ЗСУ, психологічне розвантаження у вигляді веселих забав (рис. 2).

Аналіз економічних аспектів діяльності культурно-мистецького центру «Поліська хата». Було проаналізовано економічні аспекти діяльності культурно-мистецького центру «Поліська хата» за чотири останніх роки (2019–2022 рр.) включаючи період до карантину, карантинні обмеження у зв'язку з пандемією COVID-19 та під час повномасштабної війни з росією. Як видно з діаграми (рис. 3) туристична активність характеризується сезонністю. Особливо, така тенденція чітко



Рис. 2. Тематичні дитячі заходи на базі агросадиби

Джерело: авторські фото

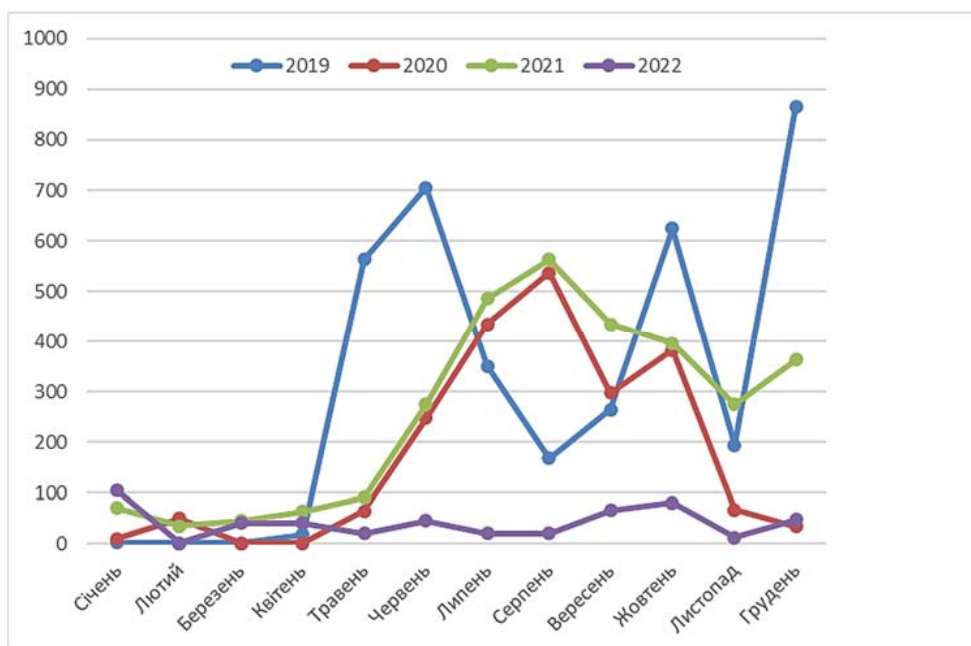


Рис. 3. Динаміка чисельності туристів за 2019–2022 рр. у культурно-мистецькому центрі «Поліська хата»

Джерело: власні дослідження авторів



прослідковується у 2019 році, коли не було карантинних обмежень. За цей рік садибу відвідало 3757 туристів.

Найменша їх кількість становить в осінньо-зимовий період. Так, у січні, лютому та березні 2019 році практично не було рекреантів, лише 2 особи. А ось вже в грудні 2019 року агросадибу відвідало 865 рекреантів, причому більшість з них це діти. Такі зміни пов'язані з розширенням асортименту туристичних послуг і введенням дитячої програми «В гості до Святого Миколая». Висока кількість туристів спостерігалася у весняно-літній період з максимальною кількістю туристів у червні (706 осіб) та жовтні (625 осіб) і мінімальною в серпні (168 осіб). Така особливість пояснюється періодом відпусток активністю шкільних екскурсій до садиби. Особливо важливим є формування процесу обслуговування за зазначеною програмою, що і в подальшому визначає рівень її відвідуваності.

Подібну картину з чисельністю туристів спостерігаємо і в осінньо-зимовий період 2020 року, однак з істотною відмінністю, щодо їх кількості в січні-лютому. Вона становила 70 осіб, що фактично на 68 ос. більше, ніж і минулому році. Це говорить про підвищений попит на зимові види турпослуг, ніж в попередньому році. А потім почалися карантинні обмеження у зв'язку з пандемією COVID-19 і агросадиба не приймала відвідувачів два місяці. Вже починаючи з травня поточного року почала приймати гостей дотримуючись всіх норм. Найбільша кількість рекреантів відповідно спостерігалася у весняно-літній період. Однак, якщо порівнювати з кількістю відпочиваючих минулого року, то в 2020 році їх у двічі менше. Відповідно в червні 248 особи та жовтні 383 осіб, що в 3 і 2 рази менше. В першу чергу це пов'язано було з пандемією та страхом туристів захворіти на COVID-19. В 2021 році простежується аналогічна ситуація з сезонністю та кількістю відпочиваючих, що й в 2020 році.

В січні 2022 року діяльність садиби була найактивніша. Було прийнято найбільшу кількість гостей за всі чотири роки (104 особи). Розширення пропонування туристичних послуг збільшило попит та приваблювало туристів на відпочинок у агросадибі, що свідчить про популяризацію культурно-мистецького центру «Поліська хата» серед населення. Цей рік мав стати для керівника садиби роком активного розвитку після пандемії COVID-19, однак все змінилося після 24 лютого 2022 року, коли росія почала повномасштабне вторгнення на Україну.

Крім надання туристичних послуг, з початком повномасштабного вторгнення діяльність агросадиби була переорієнтована на допомогу ЗСУ, надання тимчасового притулку вимушеним переселенцям та внутрішньопереселеним особам (ВПО). Так у весняний період в садибі було при-

йнято більше 100 осіб ВПО. Крім проживання їм надавалося харчування (за можливістю) та проводилося психологічне розвантаження.

Однак, не зважаючи на повномасштабну війну росії проти України, починаючи з літнього періоду садиба відновила свою туристичну діяльність і почала приймати гостей. У літні місяці середня кількість відвідувачів була низькою (20–40) осіб. Це дуже малий кількісний показник, майже в 50 раз менше, ніж в попередні роки. В жовтні і листопаді ці показники були вищі і відповідно становили по 60 та 85 осіб. Збільшення кількості гостей пов'язано з початком навчального року та проведенням шкільних і студентських тематичних екскурсійних програм.

На рисунку 4 представлений загальний дохід (2019–2022 рр.) культурно-мистецького центру «Поліська хата».

Як видно, з діаграми дохід від надання туристичних послуг прямопропорційно залежний від чисельності відвідувачів, що є закономірним. Відповідно у 2019 році його найбільша частка склала – 239350 грн (грудень) та 118340 грн (червень). В 2020–2021 роках найвищий загальний дохід зафіксований у липні – серпні і становив 51532 і 58200 грн в 2020 році та 72580 – 66750 грн в 2021 році. Такі показники є цілком обґрунтованими, так як літній період характеризується відпустками, а грудень – новорічними святами.

Здійснивши аналіз економічної діяльності культурно-мистецького центру «Поліська хата» за 2016–2022 рр. та проаналізувавши динаміку загальної чисельності (рис. 5), можна зробити висновок, що сільський туризм є прибутковим видом економічної діяльності з характерною для туризму сезонністю.

Садиба почала приймати гостей з 2016 року. Тому цілком очевидно, що найменший дохід спостерігався в 2016–2017 рр. і характеризувався наступними чисельними показниками – 62935 і 69940 грн [7]. Наступні два роки спостерігалася позитивна тенденція і найбільший дохід був в 2019 році і становив 652830 грн.

Таке підвищення чисельності і доходу свідчить про поступове збільшення попиту на туристичний продукт в сільського туризму та активну працю господарів садиби по просування свого турпродукту на туристичному ринку. Однак пандемія COVID-19 у 2020–2021 рр. та карантинні обмеження внесли свої негативні корективи, які позначилися у зменшенні кількості рекреантів і, відповідно, в загальному доході агросадиби.

Що стосується 2022 року, то він виявився важким у зв'язку з війною росії проти України. Господарі взагалі не приймали туристів до червня, а займалися лише допомогою ЗСУ та розміщенням ВПО на території садиби. Відпочиваючі почали з'являтися з липня і в невеликих кількос-

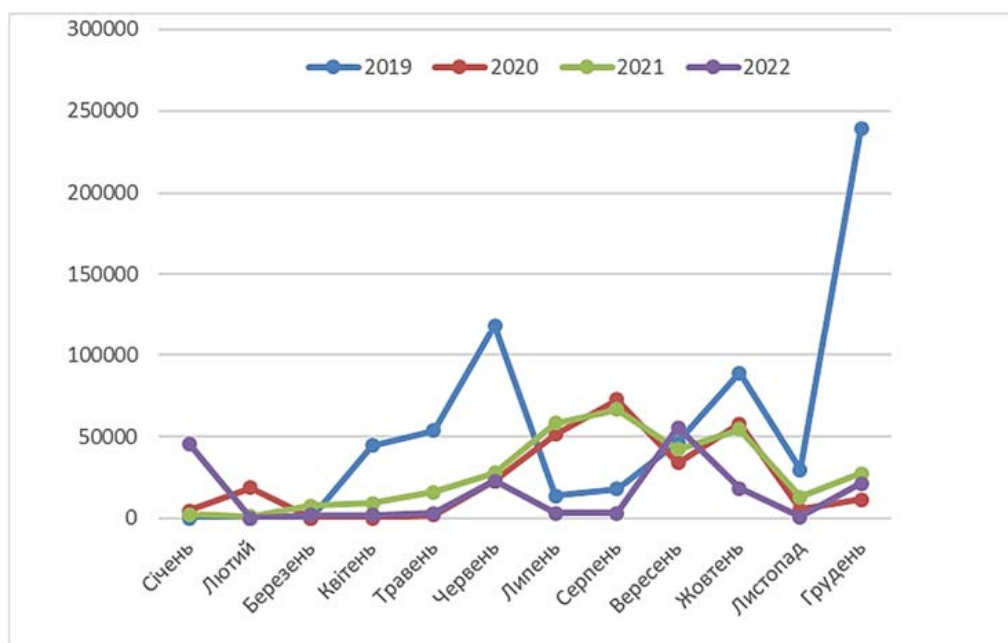


Рис. 5. Динаміка загальної чисельності туристів та доходів, 2016–2022 рр.

Джерело: власні дослідження авторів

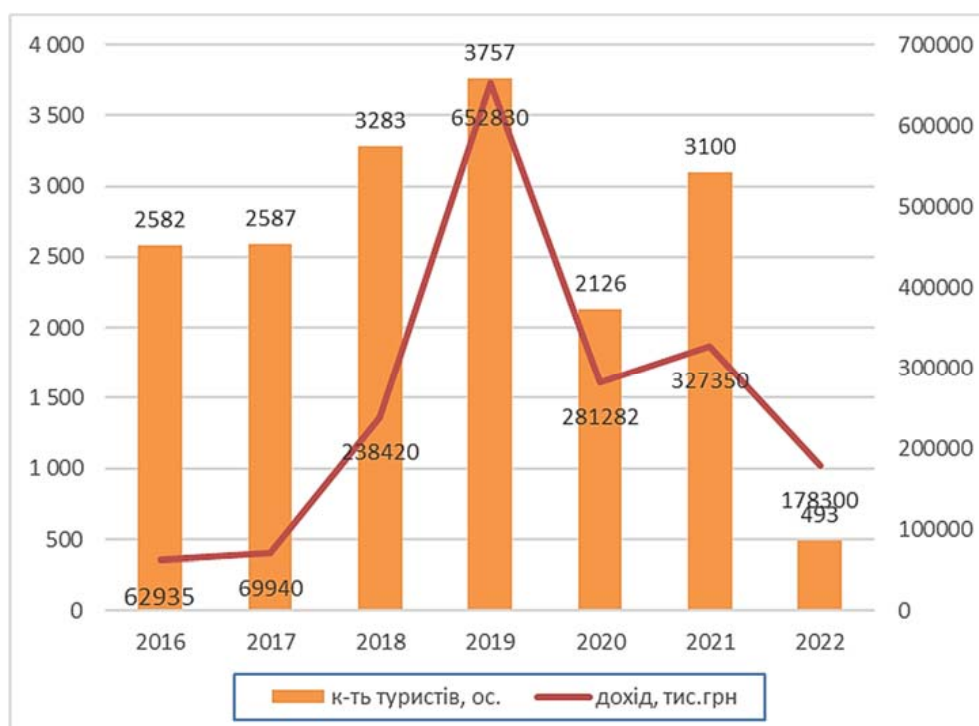


Рис. 4. Дохід за 2019–2022 рр. у культурно-мистецькому центрі «Поліська хата»

Джерело: власні дослідження авторів

тях. Основна мета яких була психологічне розвантаження та «відволікання» від війни.

Для того, щоб систематизувати проблеми та переваги розвитку сільського туризму на території Житомирської області, на основі узагальнення фактичної інформації було здійснено SWOT-аналіз стану цього виду діяльності (табл. 1).

**Висновки з проведеного дослідження.** На сучасному етапі розвитку економіки та в умовах військових дій, ми вважаємо, що незалежно від політичної та економічної ситуації в країні сільський туризм перетворився в самодостатній бізнес, який є економічно вигідним, конкурентоздатним та еластичним. На даний момент попит на

## SWOT-аналіз сільського туризму Житомирської області

<p><b>Сильні сторони</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– переважно чисте і безпечне навколишнє середовище;</li> <li>– унікальні ландшафти, багата флора і фауна;</li> <li>– багатство історико-культурних пам'яток;</li> <li>– невелика ціна за проживання і харчування;</li> <li>– збережені сільські традиції;</li> <li>– проходження через територію області міжнародних – транспортних коридорів;</li> <li>– наявність гідрологічних ресурсів;</li> <li>– історична і культурна спадщина села Українського Полісся;</li> <li>– наявність лісорекреаційних ресурсів;</li> <li>– можливість приймати переселенців, військових, іноземців після припинення військових дій.</li> </ul>	<p><b>Слабкі сторони</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– непривабливість даного виду туризму, через низькі стандарти надання послуг гостинності та стану матеріально-технічної бази садиб;</li> <li>– відсутність інформаційного забезпечення про регіон як туристичну дестинацію;</li> <li>– непривабливе інвестиційне середовище сільських територій;</li> <li>– недостатня кількість додаткових туристичних послуг (анімації та розваг);</li> <li>– недостатньо розвинута інфраструктура сільської місцевості;</li> <li>– несформований рекреаційно-туристичний імідж сільської місцевості регіону;</li> <li>– втрата частини рекреаційних, культурно-історичних, людських та інших ресурсів внаслідок військової агресії.</li> </ul>
<p><b>Можливості</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– зростання доходів та зайнятості сільського населення, особливо жіночої частини;</li> <li>– створення нових робочих місць у сфері обслуговування, медицини, транспортних послуг;</li> <li>– зростання ринку рекреаційних послуг за умов ефективного використання наявних ресурсів та інфраструктури;</li> <li>– збереження історико-культурних та природно-заповідних пам'яток як наслідок уваги туристів до дестинації;</li> <li>– зростання інтересу громад до історико-культурної та природно-заповідної спадщини;</li> <li>– покращення стандартів надання послуг гостинності населення;</li> <li>– збільшення попиту на Український туристичний продукт після припинення військових дій;</li> <li>– отримання синергетичного ефекту на основі кластеризації та партнерства органів самоврядування, суб'єктів підприємницької діяльності та активних об'єднань громадян.</li> </ul>	<p><b>Загрози</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– відсутність політичної, економічної стабільності; нормативне неврегулювання діяльності (відсутність закону «Про сільський туризм»);</li> <li>– наявність значної частини некатегорійної житлової бази, що зменшує якість послуг;</li> <li>– суперництво і відсутність координації між різними організаціями, які займаються рекламою і просуванням сільського туризму;</li> <li>– можливі екологічні проблеми, зв'язані з деградацією рослинного покриву і зменшенням видового різноманіття;</li> <li>– зниження платоспроможного попиту населення; можливість повномасштабного вторгнення, яке призведе до значних втрат ресурсів туристичної та інших видів діяльності;</li> <li>– відсутність бюджетних можливостей, що дозволяють здійснювати цільову фінансову підтримку сільського туризму.</li> </ul>

Джерело: авторська розробка

туристичні послуги та потреби споживачів змінили саму концепцію підходу до створення комплексного туристичного продукту в сільському туризмі. Отже, не зважаючи, на виклики сучасності (карантинні обмеження у зв'язку з пандемією COVID-19, жорстка конкуренція) та військового стану в країні, сільський туризм є перспективним та ефективним напрямком диверсифікації економіки об'єднаних територіальних громад (ОТГ).

## БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мальська М. П., Паньків Н. М., Ховалко А. Б. Світовий досвід розвитку туризму: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 243 с.
2. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія / за наук. ред. проф. Л. Ю. Матвійчук. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.
3. Михайліченко Г. І. Туропереїтинг: підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 304 с.

4. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : НУЦЗУ, 2017. 153 с.

5. Організування туристичної діяльності: навч. посібник / О. Є. Кузьмін та ін. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2015. 352 с.

6. Фрей Л. В. Шляхи вдосконалення соціально-економічного розвитку суб'єктів регіонального туризму. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск. 30. С. 328–334.

7. Чернишова Т. М. Особливості розвитку агро-туристичного продукту Житомирського регіону (на прикладі агросадиби «Поліська хата»). *Географія та туризм: Наук. зб. наук. КНУ ім. Тараса Шевченка*. Київ, 2019. Вип. 51. С. 45–51.

8. Щербак Н. О. Стани туристичної галузі України та процес її відтворення в післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 39.

## REFERENCES:

1. Malska M. P., Pankiv N.M., Khovalko A. B. (2018) Svitovyi dosvid rozvytku turyzmu : pidruchnyk [The

world experience of tourism development: a textbook]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 243 p. (in Ukrainian)

2. Matviichuk L.Iu. (2019) *Perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraini ta sviti: upravlinnia, tekhnolohii, modeli: kolektyvna monohrafiia* [Prospects for the development of tourism in Ukraine and the world: management, technologies, models: collective monograph]. Lutsk: IVV Lutskoho NTU, 320 p. (in Ukrainian)

3. Mykhailichenko H. I. (2018) *Turopereitynh: pidruchnyk* [Tour operating: textbook]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 304 p. (in Ukrainian)

4. Melnychenko O. A., Shvedun V. O. (2017) *Osoblyvosti rozvytku industrii turyzmu v Ukraini: monohrafiia* [Peculiarities of the development of the tourism industry in Ukraine: monograph]. Kharkiv: NUTsZU, 153 p. (in Ukrainian)

5. Orhanizuvannia turystychnoi diialnosti: navch. posibnyk (2015) / O. Ye. Kuzmin ta in. Lviv: Vyd-vo Lviv. Politekhniky. 352 p. (in Ukrainian)

6. Frei L. V. (2019) *Shliakhy vdoskonalennia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku subiektiv rehionalnoho turyzmu* [Ways of improving the socio-economic development of subjects of regional tourism]. *Infrastruktura rynku*, vol. 30, pp. 328–334. (in Ukrainian)

7. Chernyshova T. M. (2019) *Osoblyvosti rozvytku ahroturystychnoho produktu Zhytomyrskoho rehionu (na prykladi ahrosadyby «Poliska khata»)* [Peculiarities of the development of the agro-tourism product of the Zhytomyr region (on the example of the agro-manor "Polyska Khata")]. *Heohrafiia ta turyzm: Nauk. zb. nauk. KNU im. Tarasa Shevchenka*, vol. 51, pp. 45–51. (in Ukrainian)

8. Shcherbakova N. O. (2022) *Stany turystychnoi haluzi Ukrainy ta protses yii vidtvorennia v pisli-avoiennyi period* [The state of the tourist industry of Ukraine and the process of its reproduction in the post-war period]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 39. (in Ukrainian)