

Андрусяк Наталя Степанівна,
кандидат біологічних наук, доцент

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці,
Україна, туристична агенція «Buktravel», м. Чернівці, Україна, e-mail:
n.andrusyak@chnu.edu.ua

Аніпко Наталія Петрівна,
кандидат географічних наук, доцент

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці,
Україна, туристична агенція «Buktravel», м. Чернівці
e-mail: n.anipko@chnu.edu.ua

Смик Оксана Степанівна,
кандидат географічних наук

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці,
Україна, e-mail: o.smuk@chnu.edu.ua

АНАЛІЗ ПОПИТУ ТУРИСТІВ М. ЧЕРНІВЦІ ЗА НАПРЯМКОМ ЄГИПЕТ У 2020 РОЦІ

Мета. Проаналізувати результати опитувань туристів, які скористалися послугами туристичних агентств міста Чернівці за напрямком Єгипет у сезоні 2020 року, та виявити «слабкі» та «сильні» сторони в діяльності туристичних агентств.

Методика. На основі складеної анкети було проведено опитування туристів та опрацювання результатів анкетування. До опитування були залучені туристи, які скористалися послугами туристичних агенцій міста Чернівці за напрямком Єгипет. У дослідженні використано методи комп'ютерних технологій, статистичний, порівняльний, опитування.

Результати. Проаналізовані результати опитування туристів, які скористалися послугами туристичних агенцій міста Чернівці за напрямком Єгипет у сезоні 2020 року. Визначено, які чинники впливають на вибір туристом туристичного агентства, які джерела інформації про туристичні продукти є вирішальними для вибору туриста, виявлена частка втрачених туристичними агентствами туристів, які планували скористатися їхніми послугами, але відмовилися, причини відмови від послуг рекомендованого агентства, причини обрання Єгипту для відпочинку, проаналізовано як туристи оцінили якість та безпечність наданих в Єгипті туристичних послуг у пандемічний 2020 рік. Серед причин відмови від послуг рекомендованого агентства - недостатня обізнаність менеджера із туристичним продуктом, неповні та невпевнені відповіді на питання, які стосувалися порядку перетину кордону, переліку лабораторій, де можна отримати результат ПЛІР тесту та інформації, яка має бути у бланку результату тестування тесті, недостатньо приділений час для туриста, небажання менеджера працювати із туристом.

Наукова новизна. Проведено нове опитування туристів, здійснено опрацювання результатів дослідження та визначено подальші напрямки в удосконаленні й майбутньому розвитку туристичних агенцій в Україні (на прикладі м. Чернівці).

Практична значимість. Практична значимість дослідження полягає у використанні результатів для критичного аналізу діяльності туристичних агентств, виявленні «слабких» та «сильних» сторін в їхній діяльності та пошуку нових шляхів розвитку й вдосконалення, зокрема, чому проблемним для туристів залишається питання вибору туристичного продукту та туристичного агентства.

Ключові слова: Єгипет, туристичний продукт, туристичні агенції, турист, анкетування.

Андрусяк Наталья Степановна,
кандидат биологических наук, доцент

Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича,
г. Черновцы, Украина, туристическое агентство «Buktravel», г. Черновцы,
Украина, e-mail: n.andrusyak@chnu.edu.ua

Анипко Наталья Петровна,
кандидат географических наук, доцент

Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича, г. Черновцы,
Украина, туристическое агентство «Buktravel», г. Черновцы,
e-mail: n.anipko@chnu.edu.ua

Смык Оксана Степановна,
кандидат географических наук

Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича, г. Черновцы,
Украина, e-mail: o.smuk@chnu.edu.ua

АНАЛИЗ СПРОСА ТУРИСТОВ Г. ЧЕРНОВЦЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ЕГИПЕТ В 2020 ГОДУ

Цель. Проанализировать результаты опросов туристов, воспользовавшихся услугами туристических агентств города Черновцы по направлению Египет в сезоне 2020 года и определить «слабые» и «сильные» стороны в деятельности туристических агентств.

Методика. На основе составленной анкеты был проведен опрос туристов и обработка результатов анкетирования. Опросу были привлечены туристы, которые воспользовались услугами туристических агентств города Черновцы по направлению Египет. В исследовании использованы методы компьютерных технологий, статистический, сравнительный, опросы.

Результаты. Проанализированы результаты опроса туристов, воспользовавшихся услугами туристических агентств города Черновцы по направлению Египет в сезоне 2020 года. Определено, какие факторы влияют на выбор туристом туристического агентства, какие источники информации о туристических продуктах являются решающими для выбора туриста, определена доля потерянных туристическими агентствами туристов, которые планировали воспользоваться их услугами, но отказались, причины отказа от услуг рекомендованного агентства, причины выбора Египта для отдыха, проанализированы как туристы оценили качество и безопасность предоставляемых в Египте туристических услуг в пандемический 2020 год.

Среди причин отказа от услуг рекомендованного агентства -недостаточная компетентность менеджера по туристическому продукту, неполные и неуверенные ответы на вопросы, касающиеся порядка пересечения границы, перечень лабораторий, где можно получить результат ПЦР теста и информации, которая должна быть на бланке результата тестирования, недостаточно уделенное время для туриста, нежелание менеджера работать с туристом.

Научная новизна. Проведен новый опрос туристов, осуществлена обработка результатов исследования и определены дальнейшие направления в совершенствовании и будущем развитии туристических агентства в Украине (на примере г.Черновцы).

Практическая значимость. Практическая значимость исследования заключается в использовании результатов для критического анализа деятельности туристических агентств, выявлении «слабых» и «сильных» сторон в их деятельности и поиска новых путей развития и совершенствования, в частности, почему проблемным для туристов остается вопрос выбора туристического продукта и туристического агентства.

Ключевые слова: Египет, туристический продукт, туристические агентства, турист, анкетирование.

UDC: 338.486.22(477.85-25):338.48-44(620)

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2020.59.45-50>

Andrusiak Natalia Stepanivna,

PhD in Biology, Associate Professor

Anipko Nataliia Petrivna,

PhD in Geography, Associate Professor

Smyk Oksana Stepanovna,

Candidate Of Geographical Sciences

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Buktravel Travel Agency, Chernivtsi, Ukraine, e-mail: n.andrusyak@chnu.edu.ua

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Buktravel Travel Agency, Chernivtsi, Ukraine, e-mail: n.anipko@chnu.edu.ua

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi, Ukraine, e-mail: o.smuk@chnu.edu.ua

ANALYSIS OF TOURIST DEMAND CHERNIVTSI IN THE DIRECTION OF EGYPT IN 2020

Purpose. Analyze the results of surveys of tourists who used the services of travel agencies in Chernivtsi in the direction of Egypt in the 2020 season and identify "weaknesses" and "strengths" in the activities of travel agencies.

Methods. On the basis of the compiled questionnaire, a survey of tourists and processing of survey results was conducted. Tourists who used the services of travel agencies in Chernivtsi in Egypt were involved in the survey. The research methods of computer technology, statistical, comparative, survey was used.

Results. The results of a survey of tourists who used the services of travel agencies in Chernivtsi in Egypt direction in season 2020 are analyzed. It is determined what factors influence the tourist's choice of travel agency, what sources of information about tourist products are crucial for the tourist's choice, the share of tourists lost by travel agencies who planned to use their services but refused, the reasons for refusing the services of the recommended agency, the reasons for choosing Egypt for vacation, analyzed how tourists assessed the quality and safety of travel services in Egypt in the pandemic year 2020. Insufficient knowledge of the manager about the tourist product, incomplete and uncertain answers to questions about the border crossing procedure, the list of laboratories where the PCR test result can be obtained and the information that should be in the test result form, insufficient given time for the tourist, the reluctance of the manager to work with the tourist.

Scientific novelty. A new survey of tourists was conducted, the results of the study were processed and further directions in the improvement and future development of travel agencies in Ukraine were identified (on the example of Chernivtsi).

Practical significance. The practical significance of the study is to use the results to critically analyze the activities of travel agencies, identify "weaknesses" and "strengths" in their activities and find new ways to develop and improve, in particular, why the question of choosing a tourist product and a travel agency remains problematic for tourists.

Keywords: Egypt, tourist product, travel agencies, tourist, questionnaire.

Постановка проблеми. Єгипет є однією з найпривабливіших туристичних дестинацій для пляжного відпочинку українських туристів. Цьому сприяють цілий ряд факторів. Проте вирішальним фактором вибору Єгипту як країни для відпочинку українських туристів є вартість послуг. Єгипет був і залишається однією з найдешевших для відпочинку країн. Крім того, у сезоні 2020 року це була одна з небагатьох доступних українським туристам країн. Єгипет як туристичний напрямок сьогодні продають усі туристичні агенції України. І Чернівецька область не є виключенням. У сезоні 2020 року всі туристичні агенції Чернівців активно пропонували відпочинок саме у Єгипті, при цьому використовували для цього різні методи маркетингових підходів. 2020 рік для туристичної галузі – це нові виклики та пошуки нових шляхів розвитку. На прикладі Єгипту, як країни, яка була доступна для відпочинку українським туристам, можна побачити цей розвиток в діяльності туристичних агенцій. Пошук нових шляхів розвитку показав, що навіть в умовах пандемії туристичне життя можливе.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження Єгипту як популярної туристичної дестинації, на жаль, українськими дослідниками проводиться мало. В основному це статистичні дані про кількість туристів, що виїжджали до Єгипту. Вони стосуються в основному звітів туристичних операторів, що аналізують ринок послуг. Проте багато досліджень Єгипту як популярного туристичного напрямку є в працях арабських [1, 5] та американських вчених [2, 3, 6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Туристичний сезон 2020 року виявився дуже важким та не простим для всієї туристичної галузі, але особливо для туристичних фірм, закладів розміщення та гідів. Ситуація з пандемією Covid-19 значно зменшила туристичний потік. Таких втрат туристична галузь ще не мала раніше.

З березня до липня 2020 року виїзний туризм Чернівецької області був повністю зупинений, як і робота усіх туристичних підприємств. З 1 липня 2020 року почав працювати туристичний напрямок Єгипет та Туреччина, але з певними обмеженнями. Проте незважаючи на це, ці дві країни користувалися неабиякою популярністю серед туристів. Проте проблемним залишається для туриста правильний вибір туристичного продукту та туристичного агентства.

Формулювання цілей статті. Метою нашого дослідження було з'ясувати думку туристів, щодо основних моментів вибору Єгипту як туристичної дестинації. Ціленаправлено не було визначено цільової групи чи окремих туристичних агенцій.

Вклад основного матеріалу. Аналіз опитування був проведений серед туристів, які придбали тури на території м. Чернівці. Загальна кількість родин, що прийняли участь в опитуванні, склала 286. У кожній родині по 2-3 туристів за туристичною заявкою. Допомогу у зборі інформації надавали 15 туристичних агенцій м. Чернівці.

У м. Чернівці працюють більше 65 туристичних агентств, що складає неабияку конкуренцію на ринку туристичних послуг. Кожне з туристичних агентств має в переліку своїх пропозицій тури до Єгипту. З метою визначення, що впливає на вибір агентства, яке пропонує тури до Єгипту, нами був проведений аналіз відповідей туристів. Основним питанням, яке нас цікавило, в першу чергу, це джерела інформації про тури до Єгипту. Серед запропонованих варіантів відповідей були – *знайомі туристи, соціальні мережі, реклама на туристичних сайтах та зовнішня реклама.*

З результатів опитування, які представлені на рисунку 1 видно, що найбільша частка інформації про тури належить джерелу «*знайомі туристи*» - 40% опитаних, 30% туристів зазначили, що інформацію про тури до Єгипту вони отримали з *соціальних мереж*, 18% та 12% відповідно, що це *зовнішня реклама та реклама на сайтах туристичних агенцій.*

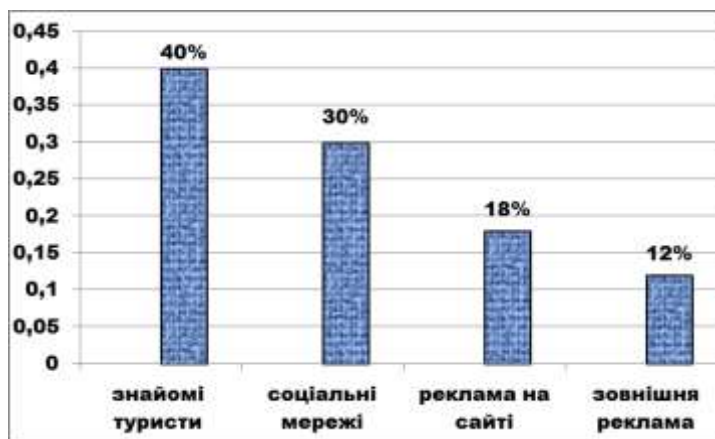


Рис. 1. Джерела інформації про тури до Єгипту

Наступним етапом для туристів після отримання інформації про тури є вибір агентства. Зазвичай туристи обирають туристичні агентства за наступними позиціями: *репутація, обізнаність та консультація менеджера, поточні ціни.* З рисунку 2 видно, що 52% опитаних туристів надають перевагу обізнаності та консультації менеджера. Репутація туристичного агентства, як видно з рисунку 2, для туристів на останньому місці після обізнаності та консультації менеджера й поточних цін. Таку відповідь дали 18% опитаних туристів.

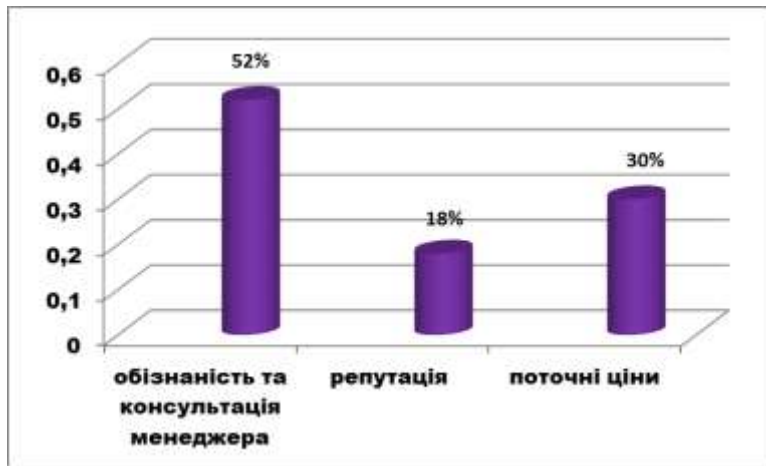


Рис. 2. Основні позиції вибору агентства для придбання туру до Єгипту

При виборі туристичного агентства спостерігається певна тенденція. Вона полягає в тому, що туристи, які обирають тури за рекомендацією знайомих або родичів, звертаються в те ж саме туристичне агентство. Для туристичного агентства важливо на цьому етапі не втратити туриста, який прийшов по рекомендації. Тому одне з питань анкети стосувалося виявлення відсотку втрачених туристів. Результати опитування показали, що таких туристів майже третина – 34%. Причини відмови від послуг рекомендованого агентства, як показали результати анкетування, полягали у недостатній обізнаності менеджера із туристичним продуктом, неповних та невпевнених відповідях на питання, які стосувалися порядку перетину кордону, переліку лабораторій, де можна здати тест ПЛР та інформації, яка має бути в тесті, недостатньо приділеному часі для туриста, небажання менеджера працювати із туристом. Такий високий відсоток втрачених туристів свідчить про певні недоліки в роботі туристичного агентства. Тому, на питання «Чи б Ви хотіли в майбутньому знову скористатися послугами цього туристичного агентства?» 85% серед туристів, які вже відмовилися від послуг туристичного агентства, однозначно відповіли, що «ні». 2020 рік показав, що робота туристичного менеджера вимагає постійного вдосконалення та дуже швидкого професійного реагування на ті зміни, яке висуває життя.

Вагомою причиною при прийнятті рішення про купівлю туру є вибір міста з якого відбувається виліт до Єгипту. Для туристів з м. Чернівці та Чернівецької області важливо, щоб виліт до Єгипту відбувся зі Львова. Таке бажання висловлює більшість туристів, вони становлять приблизно 65%. Однак є і такі туристи, які погоджуються на виліт з Києва, однак за умови нижчої ціни. Вони становлять приблизно 32%. І лише для 3% туристів не важливо з якого міста виліт (рис. 3).

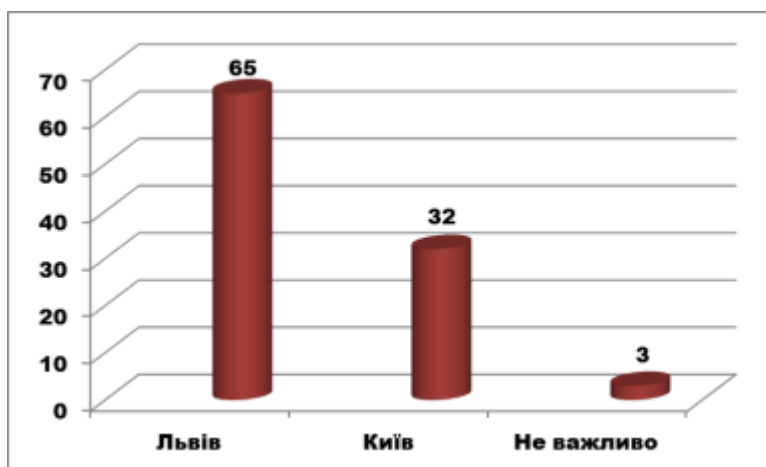


Рис. 3. Місто вильоту до Єгипту для туристів з Чернівецької області

Наступне питання в анкеті мало на меті визначення мотивів подорожі до Єгипту. Тут туристи завжди відповідають однозначно. Із усіх відповідей туристів нам вдалося скласти рекомендації та обґрунтувати чому туристи обирають для відпочинку саме Єгипет, а особливо у 2020 пандемічному році:

1. *Це одна з найдешевших дестинацій для пляжного відпочинку.* Єгипет є найдешевшою країною у світі за вартістю таксі, а також за версією індекса Big Mak 2019 р. Єгипет є найдешевшою країною для пляжного якісного відпочинку. Для українських туристів це є вагомим чинником. Навіть у «нетуристичні місяці», але коли найнижчі ціни, український турист обирає Єгипет. 2020 рік показав, що вибір Єгипту для відпочинку навіть у найбільш спекотні місяці, туристи обґрунтовували нижчими цінами та кращим сервісом, ніж на українських курортах.

2. *Сонячні пляжі цілий рік.* Офіційно найкомфортнішими місяцями для відпочинку в Єгипті є період з березня по листопад. Проте українські туристи відпочивають в Єгипті також і зимою. Наприклад, коли віддають перевагу святкуванню Нового року та Різдва на пляжах Єгипту, або коли з'являються найдешевші пропозиції. Тому для українських туристів Єгипет є привабливим майже цілий рік.

3. *Відомі на увесь світ пам'ятки культури та музеї.* Наприклад, Великий єгипетський музей, але який через пандемію Covid-19 відчинить свої двері в 2021 році замість 2020 року. Після відкриття це буде найбільший археологічний музей у світі. У ньому також буде повна колекція Тутанхамона, де вперше в історії будуть представлені знайдені різні предмети. Поки-що можна відвідати Каїрський музей в Мідані Тахрір - колекції музею перевищують понад 120 000 одиниць, від доісторичної ери до римо-грецького періоду. Також у Луксорі храм Карнак, який вважається найбільшим музеєм під відкритим небом у світі.

4. *Природні методи лікування та кліматична фізіотерапія.* Єгипет - одне з найкращих напрямків у світі, коли мова йде про терапевтичний туризм. В Єгипті є понад 1300 природних джерел, які використовуються в лікуванні захворювань кісток, шкіри та системи травлення. 365 днів сонця та сухого клімату в таких місцях, як Асуан, допомагають лікувати респіраторні та ревматоїдні захворюванням. Море та такі процедури, як «піщані ванни», допомагають при захворюваннях шкіри, таких, наприклад, як псоріаз.

5. *Підводне плавання в найкращих місцях для дайвінгу у світі.* За версією Reader's Choice Awards 2019 Червоне море в Єгипті було визнано одним з найкращих у світі за: занурення з берега, дайвінг за найкращими цінами. Згадані відомі єгипетські місця для дайвінгу: Shark Reef (найкращі місця для дайвінгу), Daedalus Reef (найкращі рифові занурення), Thistlegorm (найкращі нічні занурення та найкращі місця для купання з суден), Durgaven (найкращі місця для затонулих з суден) та Блакитна діра (найнезвичайніші місця для дайвінгу).

6. *Релігійне значення трьох релігій - ісламу, християнства та іудаїзму.* В Єгипті можна піднятися на вершину гори Сінай, де вважається, що Мойсей зіткнувся з Палаючим Бушем і отримав 10 заповідей. Також можна дізнатися про подорож Святого Сімейства (Ісуса, Діви Марії та Йосипа) з півострова Сінай до материкового Єгипту та назад.

7. *Дивовижна краса рештків храмів, пам'ятників, гробниць та артефактів давньоєгипетської цивілізації.* Туристи мають можливість побачити те, про що читали в книгах та вивчали у шкільному курсі історії та географії. Часто цей факт змушує повертатися сюди знову і знову.

8. *Можливість поєднати різні види відпочинку в одній країні.* Єгипет є однією з тих країн, де унікально поєднуються різні види відпочинку: пляжний, екскурсійний та оздоровчий. Якщо турист прагне відпочинку на пляжі, подорожі в давню історію, дайвінг-пригод, розумових, фізичних та емоційних пауз, міської прогулянки або спілкування з природою, Єгипет пропонує все це побачити за лічені дні. Тому, одна з причин вибору Єгипту для відпочинку зимою, в період найдешевших пропозицій на тури, це можливість для українського туриста більше побачити Єгипет.

9. *Єгипетська кухня.* Єгипетська кухня є не дуже поширеною на міжнародному рівні, але для єгиптян, це національна скарбниця. А для туристів є цікавою через свою екзотичність.

10. *Єгипет - чудовий зимовий напрямок.* Особливий напрямок для туристів, які прагнуть втекти від суворой зими, холоду та сірого неба.

11. *Готелі з прекрасними аквапарками для усієї родини.* Важливим є те, що тут не сумно буде дітям будь-якого віку. Аквапарки, басейни та чудову дитячу анімацію пропонують багато готелів.

12. *Традиційне «все включено» за доступною ціною.* Єгипетське «все включено» просто вражає різноманітністю страв та напоїв.

Останнє питання анкети полягало в тому, щоб туристи оцінили якість та безпечність наданих послуг в Єгипті у пандемічний 2020 рік. Результати опитування показали, що більшість туристів, а це 95% цілком були задоволені якістю послуг та заходами безпеки. Кожен готель, що

запланував роботу у 2020 році отримав Hygiene Safe Certificate – цей документ, підтверджує дотримання готелем оновлених протоколів безпеки, розроблених і впроваджених у зв'язку із поширенням нового коронавірусу на базі вимог та рекомендацій Всесвітньої організації охорони здоров'я. Важливим також став той факт, що для громадян України скасували платні туристичні візи. При вході у готель чи туристичні об'єкти вимірюється температура та проходить стерилізація багажу. Прибирання номерів та приміщення готелів проводиться із використанням засобів для профілактики поширення коронавірусної інфекції. Після того, як туристи звільняють номер проводиться повна дезінфекція всього приміщення. Загалом перебування туристів у Єгипті у 2020 році можна оцінити як є досить комфортне, оскільки, за новими правилами заселення готелів може бути не більше ніж 60%. Дезінфекція та санітарна обробка на територіях загального користування здійснюється щогодини. Гостям видають засоби індивідуального захисту (медичні маски, рукавички) та санітаizers в необмеженій кількості. Зміни в системі харчування стосувалися лише способу подачі страв офіціантом, а не самообслуговування. У ресторанах їжа захищена спеціальним склом або захисними екранами. У закладах харчування столики розміщуються на відстані 1,5-2 м один від одного, а туристи забезпечені санітаizersами. Особлива увага приділяється території пляжів та басейнів. Дезінфекція та прибирання на високому рівні. На пляжах лежачки знаходяться на відстані 2 м один від одного. Тренажерні зали були відчинені, дезінфікуюча обробка всього здійснювалася щогодини. Спортивні тренажери та спорядження розставлене з урахуванням необхідності соціального дистанціювання. Під заборону залишилися СПА центри та процедури. Розважальні анімаційні програми на пляжі чи в басейні мінімізовані з метою уникнення скупчення людей. Проте від анімаційних заходів готелі не відмовлялися.

Це все ще раз підтверджує те, якою важливою для Єгипту є туристична галузь. Ця країна показала, що вміє і хоче працювати навіть в таких нелегких умовах.

Висновки. 2020 рік став важким для усієї туристичної галузі. Єгипет для України був одним із лідерів за відвідуваннями туристами після Туреччини. Переваги відпочинку в Єгипті очевидні. Загалом його можна охарактеризувати як доступний та якісний відпочинок. Проте проблемним для туристів залишається питання вибору туристичного продукту та туристичного агентства. Туристи схильні більше довіряти досвіду знайомих чи друзів та у прийнятті остаточного рішення, в першу чергу, звертають увагу на професійні якості менеджера. Тому, майбутню роботу з вдосконалення діяльності туристичних агентств, в першу чергу, слід здійснювати в напрямку виявлення причин, чому туристи більше довіряють рекламі знайомих туристів та чому остаточне рішення про купівлю туру в агентстві можуть різко змінитися на негативне після особистої зустрічі з менеджером.

Список використаних джерел/ References:

1. Abul-Azm, A.G. and M.Hassanein. "EIA in the tourism sector in Egypt." 24 IAIA Meeting. Vancouver: IAIA, 2003. – 248 p.
2. Republic of Egypt Country Strategy Paper 2000-2002 // Business, ECES //Working Paper - № 147 - 2000. – P.43-52.
3. Egyptian Tourist Authority. "Gift of the Sun." The official site of the Egyptian Tourist Authority. 6 September 2008 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.egypt.travel/?flashinstalled=2>
4. Goeldner, C.R., J.R. Ritchie and R.W. McIntosh. Tourism: principles, practices, philosophies. - New York: John Wiley and Sons, 2000.- 385 p.
5. International tourism, number of arrivals - Egypt, Arab Rep. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=EG>
6. Massoud, N., Sakr H. and Sakr M. Tourism in Egypt: an unfinished MEA. - 2012. – 215 p.
7. The new territories of tourism in Egypt: a local-global frontier? //European Journal of Geography [Електронний ресурс]. – Режим доступу https://www.researchgate.net/publication/263226839_The_new_territories_of_tourism_in_Egypt_a_localglobal_frontier_Cybergeo_European_Journal_of_Geography_URL_httpcybergeorevuesorg23324
8. Travel and Tourism in Egypt to 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://www.marketresearch.com/product/sample-8015994.pdf>
9. UNWTO World Tourism Barometr [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mkt.unwto.org/barometer>

Надійшла до редколегії 02.12.2020