
**АВТОРСЬКА РОЗРОБКА БІЗНЕС-МОДЕЛІ СІЛЬСЬКОГО
КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМУ «ТРИ ПІСКАРЯ»**

Горбовцов Г.М.¹, Корнус О.Г.², Корнус А.О.², Венгерська Н.С.³

¹ Путивльський фаховий коледж Сумського НАУ

² Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

³ Запорізький національний університет

Сільський туризм в Україні розвивається за підтримки, як внутрішніх ресурсів підприємств, так і завдяки зовнішній підтримці, значну роль в якій відіграють Європейська федерація фермерського та сільського туризму «EuroGites», Міжнародний фонд «Відродження», фонд «Євразія», Спілка зеленого туризму тощо. Крім цього, важливим напрямом розвитку сільського туризму є навчальна компонента. Останнім часом в Україні з'явилися нові розроблені курси, які ґрунтуються на міждисциплінарному підході. Актуальність таких курсів обумовлена складністю сільського туризму як сфери сільської економіки, яка має мультиплікативний ефект на інші види економічної діяльності [7, 8].

Одним із кейсів міждисциплінарного підходу до викладання курсу з сільського туризму є курс DIRUT «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні» 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE за підтримки Програми Erasmus+ Європейського Союзу, який реалізується у 2020-2023 рр. в Запорізькому національному університеті [3, 6].

Метою курсу DIRUT було надання майбутнім фахівцям знань про диверсифікацію сільського туризму та формування бізнес-моделей сільського туризму на засадах збалансованості та креативності відповідно до європейських цінностей, принципів встановлення гармонійного балансу між екологічними, економічними, соціокультурними аспектами. Курс сприяв розвитку не лише професійних навичок, а й таких «soft», зокрема таких як соціальні (швидкість адаптації, комунікація, робота в команді), і управлінські (управління ресурсами та проєктами, лідерство, прийняття рішення, критичне та аналітичне мислення). Слухачі курсу протягом навчання мали можливість ознайомитись із основами побудови бізнес-моделей у сфері креативного сільського туризму, європейськими тенденціями імplementування стратегій диверсифікації у сільському туризмі, нормативно-правовим забезпеченням Європейської політики біорізноманіття, основами бережливого ставлення до біорізноманіття, теоретичними аспектами та європейським досвідом креативних технологій

туризму для сталого й цифрового розвитку, європейськими практиками креативного сільського туризму на основі кластерного та мережевого підходів (агротуризм, гастрономічний, екологічний, культурний, крафтовий, енотуризм, івент-туризм) та ін. За результатами навчання слухачі курсу розробляли і презентували бізнес-моделі сільського креативного туризму, які можна в подальшому використовувати при організації сільського туризму в будь-якому регіоні.

В рамках опанування названого курсу авторами даної доповіді було розроблено бізнес-модель садиби сільського креативного туризму «Три піскаря» на основі існуючої сільської садиби, яка знаходиться в с. Харівка Путивльської міської територіальної громади Конотопського району Сумської області на березі річки Сейм, за 13 кілометрів від м. Путивля, і 2 кілометри від автошляху державного значення Шостка – Харків.

Основна ідея цього бізнесу полягає в наданні послуг садиби для організованого відпочинку туристів на території, яка має значний рекреаційно-туристичний потенціал [2, 4, 5]; збереження національних традицій, автентичної кухні; підтримці майстрів народних промислів, виробників крафтових виробів; залученні безробітних місцевих жителів; збереженні біоресурсів та отриманні прибутку від діяльності. Локація має на меті занурити відвідувача в унікальну атмосферу автентичної української садиби завдяки поєднанню традиційних домашніх місцевих страв, напоїв, дегустацій і тематичного інтер'єру, з майстер-класами майстрів аматорів народних умільців та прийняттю цінового діапазону. Компоненти бізнес-моделі CANVAS наведені на рис. 1-3.

Сильними сторонами розробленої моделі є сприяння розвитку сільської місцевості, громади, розширення діяльності, створення нових робочих місць, збереження вікових традицій українського побуту, підтримка крафтового виробника, будівництво лазні, з наданням додаткових послуг масажу, освоєння виробництва сувенірних футболок тощо.

До викликів та проблем при реалізації даної бізнес-моделі варто віднести фінансову підтримку, набір класифікованого персоналу, оформлення дозволів на відкриття, зменшення сезонного попиту та обмеження негативного впливу на природні ресурси.

Враховуючи той факт, що розвиток сільських садиб може приносити значний прибуток у місцеві бюджети за рахунок активізації діяльності торгівлі, сільського господарства, будівництва, транспорту та зв'язку, організація таких садиб сприятиме зростанню доходів сільських жителів, зменшенню місцевого безробіття та покращуватиме соціально-економічну ситуацію у населених пунктах.

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<p>Місцеві органи влади. Органи місцевого самоврядування/профільні державні відомства</p> <p>Місцеві жителі, виробники крафтових товарів</p> <p>Виробники та продавці професійної техніки для облаштування кухні та місць прийому їжі</p> <p>Постачальники продуктів і напоїв</p> <p>Виробники та продавці туристичного обладнання</p> <p>Виробники та продавці товарів для відпочинку</p> <p>Шеф-кухарі та кулінарні проекти</p> <p>Майстри, народні умільці</p> <p>Підрядники</p> <p>Інформаційні портали міста, ЗМІ</p> <p>Служби таксі, фотографи, відеооператори, та блогери</p> <p>Інтернет провайдери</p> <p>Організації підтримки бізнесу, учасники місцевої бізнес-екосистеми</p> <p>Представники освіти (викладачі, учні, студенти)</p> <p>Спонсори та інвестори</p> <p>Корпоративний сектор</p> <p>Місцеві бізнес-асоціації, бізнес-клуби та громадські організації, які у своїй діяльності часто приймають гостей</p> <p>Комунікаційні та маркетингові агентства</p> <p>Туристи байдарочники.</p> <p>Туристичні компанії, гіді з України й інших країн. Туристичні путівники</p> <p>Спеціалізовані сайти та періодика, адміністрування сайту</p>	<p>До відкриття садиби:</p> <p>Переговори з місцевою владою</p> <p>Створення команди</p> <p>Пошук джерел фінансування проекту</p> <p>Планування ризиків</p> <p>Календарний план робіт</p> <p>Пошук і залучення резидентів</p> <p>Функціональне зонування простору</p> <p>Закупівля матеріально-технічного забезпечення</p> <p>Підбір персоналу</p> <p>Формування історії майстрів, народних умільців та її донесення до потенційного покупця (міфотворення)</p> <p>Оформлення необхідних документів</p> <p>Розроблення та дегустації відібраних страв і напоїв, технологічних і калькуляційних карт</p> <p>Організація пробного відкриття «для своїх» (на період 2-3 тижні) та усунення виявлених недоліків</p> <p>Організація офіційного відкриття</p> <p>Операційна діяльність:</p> <p>Робота з постачальниками</p> <p>Обслуговування відвідувачів</p> <p>Майстер класи виготовлення, розширення асортименту та продаж виробів народних майстрів</p> <p>Логістика:</p> <p>Розрахунок оптимального рівня запасів відповідно до кількості відвідувачів</p> <p>Координування процесу</p> <p>Постачальник-Кухня-Зал</p>	<p>Село Харівка Путивльської ОТГ, Конотопського району Сумської області. На березу річки Сейм, в 13 кілометрах від м. Путивль, у 2х кілометрах від автошляху державного значення Шостка – Харків. Локація має на меті занурити відвідувача в унікальну атмосферу автентичної української садиби завдяки поєднанню традиційних домашніх місцевих страв, напоїв, дегустацій і тематичного інтер'єру, з майстеркласами майстрів аматорів народних умільців прийнятної цінової діапазону. Автентичні авторські вироби ручної роботи, крафтові товари які, поєднуючи функціональну та художню цінність, дозволяють покупцеві підкреслити свою неординарність. Також безпечна зона відпочинку на березі чистої річки.</p> <p>Точки диференціації:</p> <p>Функціональне та комфортне місце – визначальний дизайн фізичного простору</p> <p>Бюджетна категорія</p> <p>Доступ до візуалізації</p> <p>Страви з місцевих продуктів</p> <p>Сімейні рецепти страв</p> <p>Крафтові товари</p> <p>Дегустації, їжа to go</p> <p>Атмосфера старого подвір'я</p> <p>Ексклюзивна майстер класи, тактильні переваги</p> <p>Авторська стилістика виконання (стиль, форма, формат тощо)</p>	<p>Відносини з клієнтами</p> <p>Індивідуальний підхід, формування довгострокових відносин з клієнтами</p> <p>Автентична манера спілкування</p> <p>Відкритість до зворотного зв'язку</p> <p>Важливість отримання відгуку гостя ще під час перебування в Садибі</p> <p>Орієнтованість на відвідувача, надання усвідомлення про його важливість</p> <p>Можливість попереднього бронювання місця відпочинку, зручність, оперативність замовлення</p> <p>Орієнтованість на якість</p> <p>Можливе співавторство клієнта у створенні виробу/продукту</p> <p>Докладна візуалізація на вимогу клієнта</p> <p>Онлайн зв'язок</p> <p>Важливість позитивних відгуків від клієнтів після покупки, у т.ч. оглядів у Facebook та Instagram</p> <p>Ведення бази даних клієнтів, її автоматизація для управління відносинами (розсилки)</p> <p>Доступність спілкування з власником</p>	<p>Географія відвідувачів:</p> <p>Мешканці та гості міста й туристи, організовані туристичні групи, туристи-байдарочники</p> <p>Профіль відвідувача:</p> <p>Всі гендерні категорії: жінки і дівчатка; чоловіки і хлопчики</p> <p>Діти, молодь різного віку</p> <p>Сім'ї з дітьми</p> <p>інтелектуали середнього та старшого віку, які відпочивають хочуть скуштувати традиційні страви</p> <p>Туристи, які бажають спробувати автентичну кухню</p> <p>Люди середнього віку, які шукають оригінальний аксесуар для доповнення образу і стилю</p> <p>Відвідувачі, які обирають виріб на подарунок</p> <p>Мотиви відвідувачів:</p> <p>Дозвілля</p> <p>Важливі сімейні події</p> <p>Підтримка авторського, малотиражного, зробленого вручну товару/продукту</p> <p>Види корпоративних замовників:</p> <p>Підприємства, організації, державні установи тощо</p> <p>Кількість відвідувань:</p> <p>Разові, періодичні відвідувачі, постійні резиденти</p> <p>Тривалість перебування відвідувачів:</p> <p>Відвідувачі, які залишаються на весь день відпочинку</p> <p>Туристи які замовляють їжу, від 2 годин</p>

Маркетинг:

Вибір стратегії позиціонування
Розроблення айдентики для
вивіски, меню, прайс листа
послуг відпочинку, сайту й
соціальних мереж

Формування комунікаційного
плану в площині Садиба-

Відвідувач та Садиба-Партнери

Розроблення та поширення
рекламних матеріалів

Управління персоналом

Бюджетування і бухгалтерський
облік

Key Resources

Початкова команда (робоча
група)

Приміщення, об'єкти
облаштування та інтер'єру

Обладнання для кухні, складу й
місць прийому їжі

Доступ до локальних продуктів і
налагоджені відносини з
постачальниками

Дозволи та ліцензії

Досвід у громадському
харчуванні

Знання українських традицій

Знання технології та рецептів

Обігові кошти

Потужне та стабільне
підключення до інтернету

Інструменти, обладнання
(наприклад, піч для гончарів,
станок для порізки тощо)

Майстерня

Досвід і креативність майстрів

Емпатія до замовника

База контактів

Відносини з місцевою владою та
комунальними службами

Відносини зі спонсорами,
партнерами

Channels

Прямий продаж відвідувачу страв і напоїв у садибіі
Сторінка в соціальних мережах(Facebook та Instagram, Telegram, Twitter) і власна веб-сторінка
Особисті рекомендації та “сарафанне радіо”
Спеціалізовані форуми й інформаційні портали міста/партнерів
Поширення акційних пропозицій серед партнерів, акцій дня тощо
Реклама на сайтах із продажу виробів handmade
Реклама від блогерів і знаменитостей, у т.ч. відео з розпакуванням товару
Фестивалі, ярмарки

Cost Structure

Витрати на відкриття садиби:

Придбання дозволів на відкриття

Архітекторські та дизайнерські послуги

Будівельні роботи

Придбання обладнання та меблів, посуду

Підбір і навчання персоналу, організація відкриття

Розроблення страв і напоїв, дегустації

Пошиття корпоративного одягу

Купівля програмного забезпечення, касового апаратів і POS-терміналів

Фотосесія страв і самого закладу

Створення і просування сайту

Закупівля товарів для відпочинку на воді: катамаранів, байдарок, каяків; лежаків, папасольок, надувних матраців, жилетів; рятувальних засобів, мангалів, шампурів

Закупівля сміттєвих контейнерів

Закупівля ліжок, постільної білизни, рушників, капців

Закупівля витратних матеріалів

Утримання приміщення

Охоронні послуги

Комунальні послуги

Оплата праці персоналу

Закупівля продуктів

Оплата праці майстрів

Корпоративні представницькі витрати

Адміністративні витрати (податки, бухгалтерські послуги тощо)

Гонорари блогерам і популярним користувачам соціальних мереж

Участь у фестивалях і ярмарках

Маркетингові витрати:

Реклама у місцевих ЗМІ

Просування у спеціалізованих виданнях і на туристичних/ інформаційних порталах

Резерв обігових коштів закладу на перші 4-6 місяців, а саме на покриття в цей період постійних витрат.

Revenue Streams

Доходи від продажу страв та напоїв

Доходи від продажу виробів майстрів-умільців

Доходи від продажу крафтових товарів місцевих виробників

Дохід від надання додаткових послуг під конкретні заходи (оренда залу під захід, обслуговування офіціантів, оформлення фуршету тощо)

Продаж тематичних сувенірів і літератури

Плата постачальників за ексклюзивність представлення в закладі їхньої продукції (найчастіше це напої)

Доходи від надання оренди туристичного спорядження

Доходи від надання в оренду товарів для відпочинку та місць відпочинку

Виконання корпоративних замовлень

Доходи від проведення майстер-класів

Доходи від місцевої влади (подієвий туризм)

Доходи від надання в оренду власного обладнання

Гранти фондів та культурних центрів інших країн

Спонсорські й інвесторські внески

Реклама на сайті

Розташування таких садиб в сільській місцевості ґрунтується на малому підприємстві, відкритому просторі, прямому контакті з природою, культурною спадщиною та природними цінностями має довгострокові переваги для сільської місцевості. Враховуючи наведене, варто розглянути можливість залучення даної садиби до створюваної мережі рекреаційно-інформаційних центрів «Шлях» [1].

Список використаних джерел

1. Венгерська Н. С. Мережа інформаційно-рекреаційних центрів підтримки природно-заповідних територій «Шлях» як драйвер диверсифікації туризму на північному сході України / Н. С. Венгерська, О. Г. Корнус, А. О. Корнус // Актуальні проблеми дослідження довкілля : матеріали Х Міжнародної наукової конференції (Суми–Тростянець, 25–27 травня 2023 р.). – Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2023. – С. 160–163.
2. Горбовцов Г. М. Традиційні та нові одноденні екскурсійні маршрути (тури) в межах Путивльського туристичного кластера [Електронний ресурс] / Г. М. Горбовцов, А. О. Корнус, С. В. Тупик, О. В. Фурсеєв // Четверті Сумські наукові географічні читання : збірник матеріалів Всеукраїнської наук. конф., (м. Суми, 11–13 жовтня 2019 р.) / [упорядник А. О. Корнус]. – Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2019. – С. 41–49.
3. Диверсифікація європейського сільського туризму через збалансованість та креативність : навчально-практичний посібник / за ред. А. В. Череп, Н. С. Венгерської. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика». 2022. 272 с.
4. Корнус А. О. Нові елементи Путивльського туристичного кластера (Сумська область) // Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку : матеріали III Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференції, (м. Луцьк, 15–16 травня 2019 р.). – Луцьк : Терен, 2019. – С. 5–7.
5. Корнус А. О. Туристсько-рекреаційний кластер Путивльського району: об'єкти, маршрути, їх використання / А. О. Корнус, О. Г. Корнус, О. В. Фурсеєв // Туристичні регіони: розвиток, інституційне середовище та розумне локальне управління : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Адміністративно-територіальні vs економічно-просторові кордони регіонів» (19–20 березня 2020 р., м. Київ). – Київ : КНЕУ, 2020. – С. 541–546.
6. Навчальний курс DIRUT «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні» 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE (2020-2023 pp.). URL: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11303>
7. Рейманн М. Розвиток туризму у сільській місцевості Сумської області в умовах російсько-української війни та перспективи на майбутнє / М. Рейманн, О. Г. Корнус, Н. С. Венгерська, А. О. Корнус, Х. Паланг // Актуальні проблеми дослідження довкілля : матеріали Х Міжнародної наукової конференції (Суми–Тростянець, 25–27 травня 2023 р.). – Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2023. – С. 171–174.
8. Рейманн М. Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та український досвід / М. Рейманн, О. Г. Корнус, Н. С. Венгерська, В. Д. Холодок, В. С. Пацюк, Х. Паланг. *Регіональна економіка*. – 2023. – № 1. – С. 105–113. – DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-1-12>
9. Корнус А. О. Туристичний кластер Новослобідської громади Путивльського району: об'єкти, маршрути, їх використання / А. О. Корнус, О. О. Гаркавенко, Г. М. Горбовцов, О. В. Фурсеєв // Треті Сумські наукові географічні читання : збірник матеріалів Всеукраїнської наук. конф., (м. Суми, 12–14 жовтня 2018 р.) / СумДПУ імені А. С. Макаренка, Сумський відділ Українського географічного товариства ; [упорядник А. О. Корнус]. Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2018. – С. 107–111.