

Березнівська районна рада
Громадська організація „Рівненський центр маркетингових досліджень”
Надслучанський інститут
Національного університету водного господарства та природокористування
Рівненський державний гуманітарний університет
Poleski park narodowy
Брестский государственный университет им.А.С.Пушкина
Інститут агроекології і природокористування НААН України
Рівненська обласна організація Товариства лісівників України

Перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні

ЗБІРНИК ТЕЗ
I Міжнародної науково-практичної конференції

20–21 травня 2016 року

Березне - Рівне – 2016

УДК 338.48
ББК 65.43
З-41

Рекомендовано Вченої радою Рівненського державного гуманітарного університету (протокол №4 від 28.04.2016 р.)

Редакційна колегія

Шершун М.Х., д.е.н., провідний наук. співробітник Інституту агроєкології та природокористування НААН України, **Петрівський Я.Б.**, д.т.н., професор, проректор Рівненського державного гуманітарного університету; **Савіна Н.Б.**, д.е.н., професор, проректор Національного університету водного господарства та природокористування; **Микитин Т.М.**, к.т.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту РДГУ, заступник голови оргкомітету; **Берташ Б.М.**, к.е.н., координатор проекту „Розвиток сільського зеленого та екологічного туризму як планомірна складова економічного розвитку Березнівського району”; **Гончар В.М.**, к.с.-г.н., директор Надслучанського інституту НУВГП; **Коротун С.І.**, к.г.н., доцент, завідувач кафедри туризму НУВГП; **Каменчук Л.І.**, голова Березнівської районної ради; **Гончар М.В.**, директор Березнівського лісотехнічного коледжу.

Перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні: збірник тез I Міжнародної науково-практичної конференції. - Березне, 20-21 травня 2016 р.: громадська організація „Рівненський центр маркетингових досліджень”. Рівне: Видавець Олег Зень. – 188 с.

ISBN 978-617-601-155-2

Конференція проводиться у рамках проекту „Розвиток сільського зеленого та екологічного туризму як планомірна складова економічного розвитку Березнівського району”, що впроваджується Березнівською районною радою (вул.Київська, 6 м.Березне Рівненської області, 34600, +380365353390, berezne_rada@ukr.net) спільно з громадською організацією „Рівненський центр маркетингових досліджень” (вул.Ст.Бандери, 39а м.Рівне, 33014, taras_m@ukr.net), Надслучанським інститутом Національного університету водного господарства та природокористування (вул.Чорновола, 25 м.Березне Рівненської обл., 34600, +380365356746, lisinstitut@ukr.net).

УДК 338.48
ББК 65.43

За зміст публікацій повну відповідальність несуть автори.

Зміст публікацій не є відображенням офіційної позиції Європейського Союзу

ISBN 978-617-601-155-2

© Рівненський центр маркетингових досліджень, 2016

Проект впроваджується
Березнівською районною радою
вул.Київська, 6 м.Березне
Рівненської області, 34600
+380365353390
e-mail: berezne_rada@ukr.net

Проект фінансується ЄС
Представництво
Європейського Союзу в
Україні:
Київ, 01033,
вул.Володимирська, 101
тел.: +380443908010, факс:
+380443908015

Європейський Союз складається з 28 держав-членів та їх народів. Це унікальне політичне та економічне партнерство, засноване на цінностях поваги до людської гідності, свободи, рівності, верховенства права і прав людини. Понад п'ятдесят років нам знадобилось для створення зони миру, демократії, стабільності і процвітання на нашому континенті. Водночас нам вдалось зберегти культурне розмаїття, толерантність і свободу особистості. ЄС налаштований поділитись своїми цінностями та досягненнями з країнами-сусідами ЄС, їх народами, та з народами з-поза їх меж.

ЗМІСТ

Секція 1. Проблеми та перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні та регіонах.	7
Kowal Switlana Warunki tworzenia produktu agroturystycznego (na przykładzie wieś Jasnobór pow. Kostopolski, obwód Rówenski)	7
Берташ Б.М., Пилипчук Л.П. Розвиток сільського зеленого та екологічного туризму як планомірна складова економічного розвитку Березнівського району	10
Бесчастна М.В. Роль зеленого туризму в розвитку сільських територій	12
Блажкевич Т.П. Сільський туризм – основний напрямок становлення та розвитку екологічної економіки	14
Божук Т.І., Сопілко О.Ю. Пропозиції щодо діяльності у сфері сільського туризму (на прикладі Жовківського району Львівської області)	16
Валюх А.М. Сільський зелений туризм як елемент інноваційного природокористування	18
Васильєв В.П. Законодавче забезпечення, гарантія безпеки, якість послуг у сільському зеленому туризмі	22
Гаврилова Я.К., Постернак В.П. Туристичні пріоритети Рівненської області до 2020 року	23
Гетун О.В., Стефанишин Д.В. Про перспективи розвитку водного туризму на р.Случ	26
Гончар В.М. Розвиток сільського зеленого туризму на Березнівщині	29
Громик О. М. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму	32
Корбутяк В.М., Лагоднюк О.А. Геоінформаційне забезпечення розвитку сільського туризму	34
Коротун С.І., Яковишина М.С. Етнофестивалі – рушійна сила розвитку туризму на Рівненщині	36
Косар Н.С., Кузьо Н.Є. Передумови розвитку сільського та екологічного туризму в Україні	39
Костолович М.І. Перспективи туристичної діяльності у сільському середовищі	41
Котко А.К. Туристско-рекреационные ресурсы Беларуси и их роль в развитии агротуризма	43
Кудінова І.П. Особливості розвитку сільського туризму в Україні	45
Кудла Н.Є. Інноваційні підходи до формування продукту сільського туризму	47
Левчишин В., Дейнега І.О. Перспективи розвитку сільського туризму в Україні	49
Лукомська О.І. Інноваційна роль сільського зеленого туризму в забезпеченні диверсифікації агробізнесу	52
Макар О.П., Дулин І.С. Тенденції розвитку сільського зеленого туризму в Україні	55
Мальчик М.В., Попко О.В., Онищук Н.В. Обґрунтування доцільності формування та розвитку туристичних центрів	57
Мальчик М.В., Романів О.Я., Трусова Т.С. Підприємницька діяльність у сільському зеленому туризмі України	59
Нездоймінов С. Г. Сільський зелений туризм як фактор регіонального розвитку	62
Нікшич С.М. Розвиток сільського туризму як спосіб відродження українського села	65
Пасічко Л.А., Орлов О.Г. Екологічні аспекти розвитку сільського зеленого туризму	68

Решетюк О.В., Терлецький В.К. Глобалізація та перспективи розвитку екологічного туризму в Україні	70
Руткевич О.А. Использование инноваций в проведении загородных экскурсий	72
Самолук Н.М., Юрчик Г.М. Розвиток сільського туризму в Україні	74
Сушик О.Г. Потенціал сільських територій у розвитку туристичного бізнесу	77
Сяська О.В. Пропозиції для розвитку зеленого туризму у Рівненській області	78
Тесленко І.В., Орлов О.Г. Проблеми та перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні та регіонах	81
Тибінь А.М. Формування туристичних кластерів в умовах ринкової самоорганізації	83
Тищук І.В. До питання проблеми категоризації у зеленому туризмі (в Україні)	86
Фёдорова И.Л. Современное состояние, проблемы и перспективы развития сельского туризма в Беларуси	88
Фурдичко О.І., Бабікова К.О. Сучасний стан та перспективи розвитку сільського туризму в Україні	90
Хижнякова Н.О. Сільський та екологічний туризм як сектори „зеленої” економіки	93
Шиманський Ярослав. Система фінансування національних парків. Досвід Польщі	95
Шимко О.В., Веретін Л.С. Сільський зелений туризм як перспективний напрям розвитку сільських територій	98
Щесюк С. В. Проблеми регулювання сфери туристичної індустрії на місцевому рівні	100
Якимчук А.Ю. Економічні аспекти сільського зеленого туризму: закордонний досвід	102
Секція 2. Екологічні аспекти розвитку сільського зеленого туризму.	105
Брухлій Б.В. Екологічні аспекти організації зеленого туризму в сільській місцевості	105
Володимирець В.О. Роль сільського зеленого туризму в екологічній освіті та екологічному вихованні населення	108
Володимирець В.О., Гуцман С.В. Об’єкти природно-заповідного фонду Рівненської області як важлива передумова розвитку зеленого туризму	110
Гаврилова Я.К., Головка О.В., Постернак В.П. Національні природні парки як фактор розвитку сільського туризму в рівненській області	112
Гроховська Ю.Р. Кононцев С.В. Збереження екосистеми річки Случ як оселища раритетних гідробіонтів і туристичної перлини Рівненщини	115
Двалашвили Г.Б., Табатадзе С.Д., Гугешашвили М.Л. Экологические аспекты памятков природы в развитии сельского зеленого туризма (на примере бассейна реки Риони, Грузия)	117
Зюзін С.Ю. Організація екологічного туризму на полонинських господарствах Українських Карпат	121
Ільницька-Гикавчук Г.Я. Розвиток екологічного туризму на прикладі Львівської області	123
Ісаєнко В.М., Бабікова К.О., Степанюк О.О. Екологічні аспекти організації сільського зеленого туризму в Україні	125
Карабінюк М.М. Перспективи розвитку екологічного туризму в альпійсько-субальпійському високогір’ї ландшафту Свидовець	127

Копій М.Л., Копій Л.І. Розвиток зеленого туризму на посттехногенних територіях	129
Мартинюк В.О. Ландшафтна структура ключової ділянки «озеро Сосно» як екологічного ядра науково-пізнавального туризму	132
Матвійчук Л.Ю., Лепкий М.І. Екологічний аудит як перспективний напрям розвитку сільського туризму	135
Мініч А.П. Взаємостосунки людини і природи : від традиційного до сучасного екологічного мислення	138
Никончук Ю.Ю., Рибачук Т.Л., Бобровський А.Л. Щодо раціоналізації використання природних туристично-рекреаційних ресурсів	140
Ойцюсь А.М. Екотуризм в розрізі концепції сталого розвитку	142
Сокол Л.М. Аспекти екологічного управління в сільському зеленому туризмі	144
Стефанишин Д.В. Про негативні наслідки будівництва малої гідроелектростанції на р.Случ біля с.Губків	145
Янчук О.Є., Янчук Р.М. Облік біорізноманіття рослинного світу з використанням мобільних гіс-технологій	148
Секція 3. Маркетингове забезпечення розвитку сільського зеленого та екологічного туризму в Україні та регіонах.	151
Волошин В.С., Потапенко В.Г. Аналіз ризику як один з важливих етапів управління розвитком сільського зеленого туризму в Україні	151
Дейнега І.О., Кратт О.А. Розвиток маркетингу регіонального ринку сільського зеленого туризму	153
Дейнега О.В., Почтовюк А.Б. Перспективи сільського зеленого туризму в підвищенні конкурентоздатності країни та регіону	157
Костюкевич Р.М. Управління бізнес-моделями як засіб забезпечення стратегічного розвитку бізнесу у сфері зеленого туризму	159
Марценюк В.В. Маркетинговий інструментарій у формуванні туристичної конкурентоспроможності сільських територій	162
Никитюк Д.В., Красовский К.К., Сидорович А.А. Обследование туристской избирательности мест отдыха жителями г. Бреста	165
Сидорук С.В. Маркетингове забезпечення розвитку готельних послуг в регіоні	167
Секція 4. Проектування та організація атракцій у сільському зеленому та екологічному туризмі.	170
Машта Н.О. Особливості організації велосипедних мандрівок на території Надслучанського регіонального ландшафтного парку	170
Остапчук С.М., Прокопчук А.В. Проектування екологічних стежок за даними дистанційного зондування землі	173
Шершун М.Х., Микитин Т.М. Теоретико-методологічні основи проектування екологічних стежок у регіональних ландшафтних парках	176
Шпеник Т.К. Деякі питання організації атракцій у сільському зеленому туризмі	178
Секція 5. Сучасні технології підготовки фахівців у сфері туристичної діяльності.	181
Димченко Н.С. Професійна підготовка майбутніх менеджерів туризму	181
Кальна-Дубінюк Т.П., Пугач Н.А., Бас О.І. Підготовка фахівців у сфері сільського туризму із застосуванням електронного дорадництва е-дорада	183
Фастовець О.О. Актуальні форми підготовки фахівців для сфери сільського та екологічного туризму	185

**РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ
СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ**

Дейнега І.О., к.е.н., доцент

Рівненський державний гуманітарний університет

Кратт О.А., д.е.н., професор

Кременчуцький національний університет

Україна стала на шлях євроінтеграції, що потребує значних якісних змін у підходах до здійснення виробничої та господарської діяльності вітчизняними підприємствами. Стосується це і підприємств туристичної індустрії, які першими відчули на собі підвищені вимоги європейських споживачів. За таких умов необхідним є впровадження у діяльність таких підприємств ринкових підходів та принципів роботи з клієнтами. В першу чергу це передбачає застосування маркетингової концепції у діяльності суб'єктів сільського зеленого туризму.

Важливим першочерговим завданням, що постає перед маркетологами, є ідентифікування змісту і структури продукту, який буде пропонуватись ринку. Туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві послуги, що реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною. До складу таких послуг входять: перевезення, розміщення, організація відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізація сувенірної продукції та інші [4].

В Україні існують наступні моделі організації сільського зеленого туризму: 1. Розвиток сільського туризму на базі домогосподарства або особистого селянського господарства, яке поставляє на ринок не більше 9 ліжко-місць. 2. Будівництво приватних туристичних об'єктів в сільській місцевості. 3. Популяризація нових технологій у сільському господарстві, альтернативних джерел енергії, ознайомлення із традиційним сільськогосподарським виробництвом, пов'язаними з ним святами та традиціями, надання послуг із дорадництва та гостинності [2].

«Ядром» туристичного продукту «сільський зелений туризм» є послуга розміщення у приватних оселях, а також організація відпочинку на свіжому повітрі, надання послуг харчування. Якісні характеристики туристичного продукту, включаючи умови поселення, кваліфікацію персоналу, ціну туристичного продукту тощо становлять його другий рівень. Всі додаткові послуги, включаючи пішохідні, кінні, велосипедні прогулянки; катання на безмоторних човнах, байдарках; знайомство з побутом і традиціями регіону; екскурсії; гіпнотерапія (ароматерапія, апітерапія); ярмарки, фольклорні й тематичні вечори тощо є третім рівнем туристичного продукту «сільський зелений туризм», тобто становлять його «підкріплення», формуючи додаткові конкурентні переваги такого продукту на ринку туристичних послуг.

Як встановило проведене дослідження, продукт «сільський зелений туризм» на сьогодні є найбільш конкурентоздатним на ринку Рівненщини, не зважаючи на ряд проблем, що стосуються переважно не лише організації та

реалізації послуг сільського зеленого туризму, але й вітчизняної туристичної індустрії зокрема (не розвинена інфраструктура, низьке фінансове забезпечення, не достатній рівень кваліфікації обслуговуючого персоналу тощо). В першу чергу це обумовлено демократичними цінами на такий вид туристичного продукту, а також найбільшим вагомим впливом саме цього фактору на вибір їх споживачами.

Складним завданням, що постає перед учасниками ринку сільського зеленого туризму є встановлення цін. Складним воно є в першу чергу через переважно низький рівень економічної підготовки власників садиб, що надають такі послуги. Зазвичай у процесі ціноутворення користуються методом «орієнтація на конкурентів», «орієнтація на попит», рідше «середні витрати плюс прибуток», хоча оцінювання витрат є базовим завданням при встановленні цін на такий вид туристичного продукту.

Формування ціни на послуги сільського зеленого туризму буде залежати від таких основних факторів: розвиненість інфраструктури; історична, екологічна, естетична цінність; побутові умови; кваліфікація персоналу, в тому числі володіння ним іноземними мовами; сезонність прибуттів; додаткові пропозиції (трансфер, екскурсії, походи, вивчення мов, катання на конях тощо).

Просування послуг сільського зеленого туризму активно здійснюється за допомогою Інтернет-ресурсів. Зокрема, провідні туристичні організації («САМ», «Гамалія», «Яна» та ін.), громадські екологічні та природоохоронні організації, а також деякі заповідники і національні парки вже мають свої сторінки в мережі Інтернеті. Як правило, на цих сторінках подано анотовані описи запропонованих клієнтам маршрутів та послуг [1]. У рамках одного інфотуру на Рівненщині за участю 16 представників провідних всеукраїнських спеціалізованих видань вдалося охопити 1,3 млн. осіб за допомогою друкованих публікацій та 60 тис. осіб за добу через Інтернет-сторінки [3].

На Рівненщині популяризується виставкова діяльність як найефективніший промоційний інструмент. Туристичний потенціал області щороку представлений під час всеукраїнських та міжнародних заходів, учасниками яких є близько 2,5 тис. організацій з майже 50 країн світу. Так, протягом п'яти років експозицію Рівненської області відвідали близько 200 тис. учасників та гостей спеціалізованих виставкових заходів.

Місцеві органи влади спільно з місцевими засобами масової інформації реалізують проекти, що дозволяють ознайомитись із туристичними можливостями певних областей. Так, наприклад, на Рівненщині реалізований проект «Відкрий Рівненщину», в рамках якого протягом чотирьох місяців опубліковані 16 тематичних сторінок, присвячених туристичному потенціалу кожного з районів області. Інформації про послуги сільського туризму публікуються на сторінках довідкових видань та в Інтернет-ресурсах [3].

Стосовно системи маркетингових комунікацій слід зазначити, що стимулювання збуту послуг сільського зеленого туризму здійснюється переважно у міжсезонний період, основним засобом при цьому є зниження ціни. Крім того зустрічаються також «спеціальні пропозиції», що стосуються знижок із ціни при виконанні певних умов. Проте, не зважаючи на це,

комунікаційна політика в діяльності надавачів послуг сільського зеленого туризму є його найслабкішим місцем, оскільки здійснюється епізодично і дуже часто інформація не доходить до свого потенційного споживача. Враховуючи недостатньо високий рівень економічної культури надавачів послуг сільського зеленого туризму, варто було б на початку принаймні консалтингові та інформаційні послуги такого виду підприємницької діяльності здійснювати за сприянням державних органів влади.

Проведене дослідження дозволило сформувані такі висновки і узагальнення:

- послуги сільського зеленого туризму у порівнянні із альтернативними послугами на сьогодні є найбільш конкурентоздатні на ринку Рівненщини, що в першу чергу обумовлено демократичними цінами на такий вид туристичного продукту, а також найбільшим вагомим впливом саме цього фактору на вибір їх споживачами;
- на формування цін на послуги сільського зеленого туризму впливають такі основні фактори: розвиненість інфраструктури; історична, екологічна, естетична цінність території; побутові умови; кваліфікація персоналу; сезонність прибуттів; наявність додаткових пропозицій;
- рівень комунікаційної діяльності надавачів послуг сільського зеленого туризму є досить низьким, на всеукраїнському рівні відсутня реклама сільського зеленого туризму, що ускладнює доступ до інформації щодо невикористаних туристичних можливостей села;
- підвищення кваліфікації надавачів послуг сільського зеленого туризму, їх економічної та маркетингової освіти дозволить покращити якість продукту «сільський зелений туризм».

Отже, сільський зелений туризм є одним із видів підприємницької діяльності, при плануванні та реалізації якої необхідно враховувати вплив ринкових факторів і, насамперед, потреби конкретних споживачів туристичних продуктів. Використання маркетингових інструментів у діяльності надавачів послуг сільського зеленого туризму дозволить підвищити якість послуг, що формують цей продукт, оптимізувати його цінові параметри, розширити його цільовий ринок.

Список використаних джерел

1. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: Сучасні концепції менеджменту і маркетингу. Навчальний посібник. — 2-е вид., перероб і доп. — К.: "Альтерпрес", 2004. — 192 с.
2. Кулік А.В. Особливості розвитку сільського зеленого туризму в Україні // http://tourlib.net/statti_ukr/kulik.htm.
3. Програма розвитку туризму в Рівненській області на 2016-2020 роки. Сайт Рівненської облдержадміністрації // <http://www.rv.gov.ua/sitenew/main/ua/publication/print/40116.htm>.
4. Проект Закону України «Про сільський та сільський зелений туризм» (вноситься народним депутатом України Кафарським В.І. (з/о 388)). — Офіційний веб-портал Верховної Ради України // http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=4299&skl=5.

Наукове видання

Перспективи розвитку сільського
та екологічного туризму в Україні

Збірник тез

I Міжнародної науково-практичної конференції

*Переклади і передруки дозволяються
лише за згодою авторів*

Громадська організація
„Рівненський центр маркетингових досліджень”

Відповідальний за випуск
Микитин Тарас Миронович

Формат 60x84 ¹/₁₆.
Папір офсет.
Гарнітура Times.
Друк офсет.
Ум. друк. арк. 11,15.
Наклад 500 прим.

Видавець Олег Зень
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія РВ №26 від 6 квітня 2004 р.
вул.Кн.Романа, 9/24, м.Рівне, 33022;
0362-24-45-09; 068-0250-674;
olegzen@ukr.net

Видруковано: ФОП Лецкалюк Ю.О.
вул.В.Чорновола, 17, м.Рівне
33028; тел. 0362-26-76-05.