

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

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

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

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

## МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

**Марценюк В.В.**, викладач

*Рівненський державний гуманітарний університет*

В сучасний соціально-економічних умовах спостерігається переорієнтування масового туристичного інтересу від традиційних подорожей, заради відпочинку, до більш змістовних, пізнавальних поїздок та активних форм відпочинку.

Відпочинкові тренди піднімають рівень популярності подорожей у сільську місцевість, де урбанізованого туриста оточує екзотика: аграрні й сільські пейзажі, маловідомі історичні пам'ятки, традиційний селянський спосіб життя, екологічно чисті продукти, тощо. Це дозволяє підвищити рівень знань культури свого народу, зрозуміти устрій традиційних, історично властивих для нашої території форм укладу життя. Крім того суттєвим чинником переорієнтації туристів на внутрішній ринок, в тому числі і на сільський туризм, є вплив економічної кризи в Україні, девальвація національної валюти, що спричинило значне зубожіння населення.

В руслі того, що Україна все ще вважається аграрною державою, сільський зелений туризм є невід'ємною частиною соціально-економічного розвитку, одним із засобів вирішення багатьох сільських проблем, а зокрема розвитку підприємництва, диверсифікації підприємницької діяльності, підвищення рівня життя мешканців певної території. Адміністративно-територіальна реформа, яка розпочалася в Україні, стала черговим стимулом для місцевих громад до більш активної діяльності у сфері підвищення якості свого життя, зокрема через економічний розвиток.

Важливою проблемою економіки України на даному етапі розвитку є низький рівень економічного розвитку регіонів, про що свідчить низька конкурентоспроможність [1].

Вагомим інструментом, яким варто скористатися для підвищення ефективності економічної діяльності є маркетинг, а зокрема – маркетинг територій. Досягнення вказаної мети можливе через правильне позиціонування території, використання в повній мірі всіх елементів комплексу маркетингу.

Територіальний маркетинг є механізмом, який надає методологію та інструментарій для забезпечення конкурентоспроможності території, дозволяє сформувати маркетинговий тип територіального менеджменту, який формується не від бажань території (наприклад, в пошуку грошових коштів для реалізації певних проектів), а від вивчення потреб споживачів (підприємців, місцевих жителів, інвесторів, туристів), які територія має можливість задовольнити. Територіальний маркетинг є тим механізмом, який дозволяє проаналізувати ринкові можливості та визначити конкурентні переваги

території для їх ефективного використання, а також впливати на ринок для забезпечення стійкого економічного зростання [1].

В загальному, маркетинг територій є маркетингом в інтересах території, її внутрішніх суб'єктів, а також зовнішніх суб'єктів, в залученні уваги яких зацікавлена територія [2].

Певний час панувала суспільна думка, що ефективний маркетинг у галузі сільського зеленого туризму не можливий, адже він складається з тисяч сільських продуктів (послуг і товарів), що пропонуються приватним та громадським сектором величезній кількості потенційних споживачів. Але така фрагментація агротуристичного продукту, яка істотно ускладнює маркетингову діяльність, навпаки, стимулює потребу в ній. Ця потреба ґрунтується на необхідності визначити та впорядкувати розрізнені компоненти як агротуристичного попиту, так і агротуристичної пропозиції [3].

Сільський зелений туризм пропонує продукт (послугу), який досить специфічним. Якщо послугу розглядати з точки зору потенційного споживача то йому не завжди зрозуміло що має бути результатом такої послуги. Як і в будь-якій туристичній послугі, для споживача є важливим сам процес надання (процесна послуга). Основна увага приділяється тому як вона буде надаватися і де це буде відбуватися. Дуже невелика частка уваги приділяється тому, що споживач хоче отримати в результаті її отримання.

Проблеми для маркетингової політики с сфері сільського зеленого туризму продиктовані особливостями послуги як товару:

- споживач не до кінця усвідомлює зміст послуги, яку він планує отримати та змушений спочатку зробити вибір і оплатити, а лише потім розуміє що він купив. Це викликано тим, що послуга не існує до моменту її надання, а процес її створення і споживання суміщений у часі, з обов'язковим, досить часто активним, залученням до цього самого споживача. Якщо за послугою не стоїть потужний бренд, споживач з пересторогою ставиться до її купівлі;
- пред'явити рекламацію у сфері послуг набагато важче ніж на товарному ринку (як довести і документально підтвердити що екскурсія була неякісною?);
- мінливість якості послуги, оскільки при її наданні існує суб'єктивний чинник;
- незрозумілість потреби – споживач повинен вирішити чи потрібна ця послуга саме зараз. В принципі цінність послуги для споживача існує, але прийняття рішення може бути відкладене;
- просування послуг суттєво дорожче ніж прочування товарів, оскільки вони рекламують самі себе (товарна марка, фірмовий стиль тощо).

І в світі, і в Україні панівна більшість індустрії сільського зеленого туризму репрезентована малими, здебільшого сімейними, підприємствами, які не використовують (або вкрай мало використовують) маркетингові підходи через:

- Загальне нерозуміння принципів та ролі маркетингу в отриманні прибутку для малих господарств, особливо у зв'язку з видатками на маркетинг.

- Продукування й поширення маркетингової інформації, отримання консультацій або членство у маркетинговому бюро часто є досить дорогим задоволенням, особливо тоді, коли оборот капіталу не такий уже й великий, а агротуристична діяльність є побічною (підсобною), на відміну, наприклад, від фермерства.

- На багатьох територіях важко фінансувати агротуристичну діяльність малих підприємств, оскільки банки не хочуть вкладати свої кошти у сільський туризм, тобто вкладати невеликий капітал у велику кількість малих проектів. Крім того, є можливість отримати достатньо великий кредит за умови, що декілька сусідських закладів об'єднують свої зусилля, а вони конкурують і не хочуть цього робити.

- Багато сільських громад не хочуть слухати поради, які наче нав'язуються їм "зі сторони". Ідеї, що генеруються всередині сільського населення, для нього прийнятніші, ніж ті, що походять з досвіду інших суспільних інституцій.

Підсобне агротуристичне господарство, з огляду на економічний масштаб діяльності, не спроможне самотужки здійснювати маркетингові заходи з просування свого продукту на ринок. Ця проблема є однією з найважливіших цілей об'єднання зусиль власників агроосель шляхом утворення громадських організацій. Передусім, йдеться про районні та обласні Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму [3].

Здійснюючи позиціонування території варто дати відповіді на наступні запитання:

- який продукт (послугу) пропонуємо;
- для кого повинні працювати, тобто провести сегментування та визначення цільової аудиторії;
- в яких умовах та в які життєві моменти будемо надавати послуги.

Споживачеві потрібно довести, що отримає саме він, а не те чим ми володіємо і які ми хороші. Завдання маркетингового інструментарію запропонувати клієнту шляхи вирішення його проблем та задоволення його потреб. Діалог потрібно вести на «мові» зрозумілій пересічному споживачеві послуги і в категоріях саме його проблем.

#### Список використаних джерел

1. Ткачук А. Конкуренентоспроможність територій: практ. посіб. / А.Ткачук, В.Толкованов, С.Марковський, [та ін.]. – К.: Легальний статус, 2011. – 252 с.
2. Панкрухин А.П. Маркетинг територій / А.П.Панкрухин – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
3. Сільський зелений Туризм [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.ukrreferat.com/lib/fizkult/zel\\_turyzm/5.htm](http://www.ukrreferat.com/lib/fizkult/zel_turyzm/5.htm).



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 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
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.