

Наталія Євгенівна Кузьо,
*старший викладач кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет «Львівська політехніка» (м. Львів, Україна);*
Наталія Степанівна Косар,
*канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет «Львівська політехніка» (м. Львів, Україна)*

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Установлено, що внаслідок своїх природних умов Україна має потужний туристичний потенціал у сфері сільського зеленого туризму, уточнено сутність та характеристики продукту у цій сфері туризму. На підставі проведеного інтернет-опитування було визначено потреби та вподобання споживачів цього виду туризму та невисоку поінформованість потенційних клієнтів у цій сфері. На підставі дослідження обґрунтовано необхідність об'єднання зусиль туристичних операторів та агенцій сумісно з суб'єктами, які безпосередньо надають послуги у цій сфері у напрямі реалізації сегментоорієнтованої продуктової політики для споживачів різної вікової категорії, з різним рівнем доходів та складом сім'ї.

Ключові слова: туристичний продукт, сільський зелений туризм, сегменти ринку туристичних послуг, сільські садиби та міні-готелі, вподобання споживачів у сфері туризму.

DOI: 10.21272/mmi.2017.2-34

Постановка проблеми. Туризм – це галузь, яка позитивно впливає на світовий імідж України, її валютні надходження, а також на розвиток економіки України, оскільки сприяє розвитку суміжних галузей. Сьогодні додаткові послуги у цій сфері дуже різноманітні та можуть досягати за умов розвиненої інфраструктури туризму до 50 % загального доходу [1].

Україна має значний туристичний потенціал, оскільки внаслідок наявних природних умов тут є велика кількість курортів різних типів, знаходяться історичні пам'ятки, її культурні цінності пов'язані з тим, що населення є схильним до гостинності. Перспективи розвитку в'їзного туризму в Україні обумовлені тим, що вона розташована у центрі Європи.

Тому сьогодні актуалізує питання подальшого розвитку туризму в Україні. Внаслідок зменшення доходів населення в Україні споживачі шукають більш дешеві варіанти для відпочинку, що відкриває значні можливості для розвитку зеленого сільського туризму. Цей вид туризму може бути цікавим і для іноземців, особливо тих, які мають українське коріння.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових публікаціях, присвячених розвитку сільського зеленого туризму [2, 3], автори подають теоретичні підходи до визначення сутності цього поняття. У [4] теж аналізується сутність, стан та перспективи розвитку сільського зеленого туризму України. На підставі аналізу вторинної маркетингової інформації напрямки та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні з урахуванням світового досвіду, його сутність визначено у [5].

В Європі головна увага приділяється розвитку екотуризму. Всесвітня спілка екотуризму визначає його як відповідальну подорож, прогулянку на природу, що зберігає довкілля і покращує добробут місцевого населення [6].

У науковій літературі існують різні підходи до встановлення співвідношення сільського зеленого та екологічного туризму. Зокрема, у [7] екологічний туризм розглядається як складова сільського туризму, автором визначено проблеми та перспективи його розвитку. Поняття сільського зеленого та екологічного туризму ототожнюються й у [8]. Одночасно В.В. Папп [9] розділяє два напрями туризму – екотуризм та сільський зелений туризм.

У таблиці 1 наведено основні підходи до визначення поняття сільського зеленого туризму.

Таблиця 1 – Підходи до визначення поняття сільського зеленого туризму (складено на основі [10-13])

Джерело	Визначення
Закон України «Про сільський зелений туризм» [10]	Відпочинковий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості (селі) та одержання ними послуг сільського зеленого туризму, а саме послуг бронювання, розміщення, харчування, інформаційного обслуговування, інших видів послуг, спрямованих на задоволення потреб туристів
Коробка С.В. [11]	Діяльність сільського населення, пов'язана із сільським середовищем, сільським будинком і заняттям. У центрі уваги знаходяться природа і людина
Литвин І.В., Нек М.О. [12]	Різновид туризму, що передбачає стаціонарний відпочинок у сільській місцевості з акцентами на сільське господарство та збереження й відновлення природи. Поділяється на сільський туризм, агротуризм, екотуризм
Черчик Л.М. [13]	Стаціонарний відпочинок у сільській місцевості (власне сільський туризм), відпочинок у туристичних центрах і курортах, розташованих у селищах і малих містах, відпочинок у сільських дворогосподарствах (агротуризм) із екологічною спрямованістю

Виділення невирішених питань. Аналіз наукових публікацій свідчить, що сьогодні відсутні єдині підходи до визначення сутності сільського зеленого туризму, не проводяться дослідження ринку туристичних послуг у напрямі визначення вимог споживачів до формування пропозицій у сфері сільського зеленого туризму.

Формулювання мети статті. Метою статті є уточнення сутності та характеристик продукту у сфері сільського зеленого туризму, визначення перспектив розвитку цього напрямку туризму на підставі дослідження вимог споживачів до нього.

Викладення основного матеріалу дослідження. Туристична галузь України може забезпечити надходження в економіку країни близько 10 млрд дол. на рік та створити десять тисяч робочих місць [14], що надзвичайно важливо у сучасних умовах.

Зростання цін на відпочинок для українців за кордоном створює в Україні сприятливі можливості для розвитку внутрішнього туризму (рис. 1).

Аналізуючи рисунок 1, можна зробити висновки, що максимальна кількість внутрішніх туристів була у 2007 р. – 2,155 млн осіб. Упродовж наступних семи років спостерігалось їхнє зменшення – до 0,323 млн. осіб у 2014 р. Проте у 2015 р., незважаючи на зменшення загальної кількості туристів, кількість внутрішніх туристів зросла.

Для зацікавлення потенційних туристів існує необхідність створення унікальних туристичних продуктів, насамперед у сфері сільського зеленого туризму.



Рисунок 1 – Динаміка туристичних потоків в Україні (складено на основі [15])

Розділ 5 Екологічний маркетинг та менеджмент

Вони повинні бути привабливими як для українських, так і для іноземних туристів. У таблиці 2 визначено характерні риси туристичного продукту у цій сфері.

Таблиця 2 – Характерні риси продукту у сфері сільського зеленого туризму
(власна розробка авторів на основі [5, 16])

Риси	Особливості
Сутність	Вивчення місцевого побуту, традицій та пам'яток українського народу та національних меншин, їх фольклору, зближення та ознайомлення з природою, її вивчення
Значення	Сприяє зростанню добробуту сільських жителів внаслідок збільшення їхньої зайнятості та покращання інфраструктури, забезпечує фінансову підтримку охорони історичних пам'яток та пам'яток архітектури, природних ландшафтів та водних джерел
Цільові сегменти ринку	Люди, які прагнуть до усамітнення та хочуть відпочити від бурхливого життя у місті; сім'ї, які хочуть відпочити на природі чи ознайомити з нею своїх дітей; групи людей, які бажають більш детально ознайомитися з традиціями, певними пам'ятками чи водними ресурсами
Основні мотиви використання	Життя у гармонії з природою, харчування з використанням натуральних продуктів, страв певного регіону чи приурочених до певних народних святкувань, вивчення домашніх сільських тварин, прогулянки лісом, до річки, озера чи джерел із можливістю купання у них, екскурсії у замки, музеї та церкви

Сьогодні у світі подорожують близько 700 млн осіб кожного року, серед яких від 10-30 % надають перевагу сільському зеленому туризму. У деяких країнах переваги споживачів у сфері внутрішнього туризму значною мірою на боці сільського зеленого туризму, зокрема у Франції лише 7 % бізнес-туристів надають перевагу готелям, а 93 % – сільським готелям і кемпінгам [9].

Сільський зелений туризм останнім часом розвивається і в Україні. На підставі аналізу вторинної маркетингової інформації встановлено, що у 2015 р. на території Національного природного парку «Синевир» побувало 60 тис. осіб, грошові надходження від яких становили 874,2 тис. грн [17].

У березні 2016 р. у Міжнародному виставковому центрі України відбулася XXII Міжнародна туристична виставка UITT 2016 «Україна – подорожі та туризм», яка збрала 248 компаній із 28 країн світу. Мінприроди разом із Мінекономіки та Українською асоціацією активного і екологічного туризму представляла на національному стенді України програму «Національні природні парки України для екологічного туризму та відпочинку», а також каталог «Екологічний туризм та національні природні парки України» [18].

Для підвищення якості продуктів сільського зеленого туризму у сфері проживання вітчизняних та закордонних туристів в Україні Спілкою сприяння розвитку сільського туризму сформована Всеукраїнська мережа «Українська гостинна садиба», яка поділяє садиби на категорії залежно від вимог до проживання та облаштування території. На сайті вищезгаданої організації зареєстрована велика кількість садиб. Зокрема, розподіл садиб за категоріями у Західній Україні подано в таблиці 3.

Таблиця 3 – Садиби мережі «Українська гостинна садиба» в Західній Україні
(складено на основі [19] станом на 10.07.2016 р.)

Область	Без категорії	Категорія			
		базова	перша	друга	третя
Закарпатська	–	8	4	6	–
Івано-Франківська	2	–	2	2	1
Львівська	–	1	–	–	–
Чернівецька	–	1	–	–	–
Тернопільська	–	1	–	–	–
Волинська	–	–	–	1	–
Хмельницька	–	–	–	1	1
Рівненська	1	–	–	–	–

Аналіз таблиці 3 свідчить, що найбільша кількість садиб є у Закарпатській області, що обумовлене унікальними природними умовами цього регіону, його самобутньою культурою та національною кухнею.

У таблиці 4 наведена інформація щодо садиб сільського туризму у центральному та північному регіонах України.

Таблиця 4 – Садиби мережі «Українська гостинна садиба» в Центральній та Північній Україні (складено на основі [19] станом на 10.07.2016 р.)

Області	Без категорії	Категорія			
		базова	перша	друга	третя
Київська	–	1	–	1	1
Чернігівська	1	2	–	–	–
Черкаська	1	2	5	2	2
Вінницька	–	2	–	–	–
Полтавська	1	1	–	1	2
Кіровоградська	1	2	1	–	1
Сумська	1	–	–	2	–
Житомирська	3	4	–	–	2

На Сході України зареєстровано всього 7 садиб різних категорій у Дніпропетровській області. На нашу думку, це пов'язано насамперед із військовим конфліктом. На Півдні України зареєстровано 9 садиб (Одеська – 5, Запорізька – 3, Миколаївська – 1), що значно менше від потенційних можливостей.

Формуванню належного інформаційного забезпечення у сфері сільського зеленого туризму сприяє також сайт «Зелений туризм», на якому зареєстрована значна кількість готелів, котеджів, садиб, гостинних дворів та подано інформацію про умови проживання у них (таблиця 5).

Таблиця 5 – Готелі, котеджі, садиби, гостинні двори в Україні (складено на основі [20] станом на 10.07.2016 р.)

Область	Кількість
Закарпатська	256
Івано-Франківська	770
Кіровоградська	4
Львівська	232
Одеська	145
Чернівецька	47
Тернопільська	3
Хмельницька	56

Найбільші можливості щодо вибору місць відпочинку на цьому сайті – в Івано-Франківській області.

Українські туроператори пропонують невелику кількість турів, які охоплюють природні ландшафти України, національні парки, заповідники, проте вони не займаються організацією відпочинку людей впродовж певного періоду часу, пропонуючи їм конкретно відпочинок у певній садибі.

Для розроблення рекомендацій щодо формування та активізації попиту на послуги сільського зеленого туризму було проведено опитування щодо визначення потреб та вподобань споживачів у сфері цього виду туризму.

Для проведення дослідження було використано випадкову вибірку, розмір якої визначено за формулою, поданою у [21]. Обсяг вибірки – 96 осіб, закладена похибка в результатах, одержана при формуванні вибірки, становила 5 %. При цьому взято до розгляду максимальне значення коефіцієнта варіації 0,25.

Опитування проводилося впродовж липня-вересня 2016 р. у мережі Інтернет за допомогою сервісу Google Форми. У ході опитування одержано відповіді від 112 респондентів, із них жінки – 57,1 %, чоловіки – 42,9%.

Найактивнішими респондентами були молоді люди віком 18-30 років (50,9%), розподіл щодо інших вікових груп такий: до 18 років – 6,3 %, 31-45 років – 17 %, 46-60 років – 17,9 %, старших 60 років – 8 %.

Щодо розподілу за доходом, то найбільш чисельною була група опитаних із щомісячним доходом на одну особу від 2 000 до 5 000 грн – 66,1%, менш чисельною була група із доходом 5001-10000 грн – 18,8 %. Також 8% опитаних мали дохід менший ніж 2 000 грн, а 7,1 % – більший за 10000 грн.

За результатами опитування визначено, що 33 % респондентів виділяють на відпочинок два тижні впродовж року, 27,7 % – 1 місяць, по 14,3 % – 10 днів та більше місяця, 10,7 % – 1 тиждень.

Проте ці результати значно відрізняються від результатів опитування для різних вікових категорій (таблиця 6).

Таблиця 6 – Тривалість відпочинку для різних вікових груп респондентів

Вікова категорія	Тривалість відпочинку				
	1 тиждень	10 днів	2 тижні	1 місяць	більше за 1 місяць
До 18 років	-	28,6 %	14,3 %	28,6 %	28,6 %
18-30 років	12,3 %	14 %	22,8 %	31,6 %	19,3 %
31-45 років	5,3 %	15,8 %	52,6 %	10,5 %	15,8 %
46-60 років	15 %	15 %	35 %	35 %	-
Старші за 60 років	11,1 %	-	66,7 %	22,2 %	-

Отже, для осіб віком 18-30 років найбільш прийнятним є відпочинок впродовж 1 місяця, для осіб 31-45 років – 2 тижні, для осіб 46-60 років – від 2 тижнів до 1 місяця.

На рисунку 2 наведено результати опитування щодо вибору пори року для відпочинку.

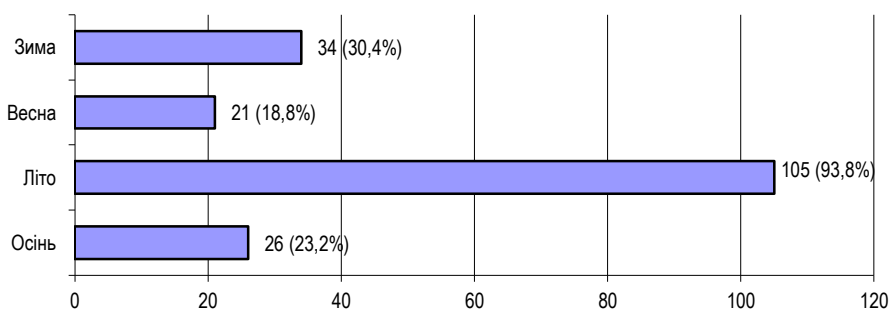


Рисунок 2 – Вибір респондентами пори року для відпочинку

Отже, 93,8 % респондентів намагаються відпочивати літом, проте є достатня кількість

опитаних, які відпочивають зимою, восени і весною.

Так, 96,4 % опитаних відпочивали в Україні, що свідчить, з одного боку про високий туристичний та рекреаційний потенціал України, а з іншого – про складне економічне становище, що, на нашу думку, є сприятливим для розвитку сільського зеленого туризму.

На рисунку 3 наведено розподіл думок респондентів щодо найбільш сприятливих для відпочинку регіонів України.

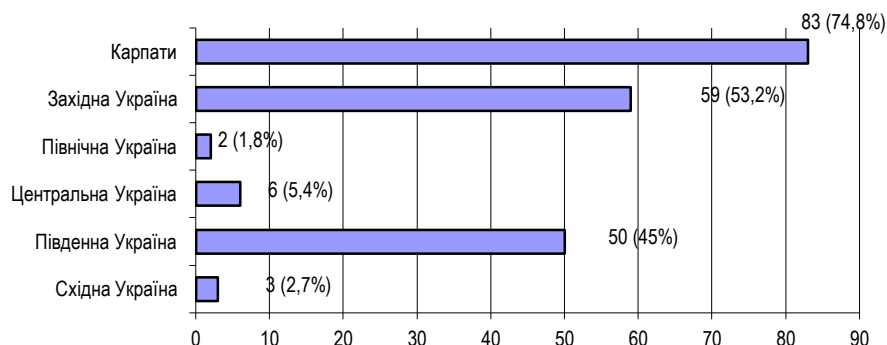


Рисунок 3 – Розподіл думок респондентів щодо найбільш сприятливих для відпочинку регіонів України

Лідерами за кількістю відпочиваючих є Карпати, Західна Україна та Південна Україна.

Самостійно спланованому відпочинку надають перевагу 82,1 % респондентів, організованому (в складі туристичних груп) – 17,9%. Такі результати можуть свідчити про обмежену пропозицію українських туроператорів у сфері сільського зеленого туризму.

Для різних вікових категорій ці результати відрізняються (таблиця 7).

Таблиця 7 - Важливість організованості відпочинку для різних вікових груп респондентів (власна розробка авторів на основі проведеного дослідження)

Вікова категорія	Вид відпочинку	
	Самостійно спланований	Організований
До 18 років	85,7 %	14,3 %
18-30 років	91,2 %	8,8 %
31-45 років	68,4 %	31,6 %
46-60 років	75 %	25 %
Старші за 60 років	66,7 %	33,3 %

Із результатів дослідження можна зробити висновки, що із віком зростає важливість організованого туризму.

Важливо було дізнатися, чи відомо респондентам про можливості сільського зеленого туризму в Україні. Серед опитаних 42,9 % нічого не відомо про такий вид туризму. Зокрема, серед них:

- 57,1 % осіб групи віком до 18 років;
- 52,6 % осіб групи віком 18-30 років;
- 31,6 % осіб групи віком 31-45 років;
- 25 % осіб групи віком 46-60 років;
- 33,3 % осіб групи віком старші за 60 років.

Розділ 5 Екологічний маркетинг та менеджмент

Отже, більшості молодих людей нічого не відомо про такий вид туризму. Серед груп за доходом думки розподілилися таким чином (таблиця 8).

Таблиця 8 – Інформованість щодо сільського зеленого туризму в Україні серед груп респондентів різного доходу

Категорія за доходом	Інформованість	
	не відомо	відомо
До 2 000 грн	66,7 %	33,3 %
2 000-5 000 грн	37,8 %	62,2 %
5 001-10 000 грн	38,1 %	61,9 %
Більше ніж 10 000 грн	75 %	25 %

Найбільш поінформованими є люди із середнім доходом та нижчим за середній, найменш поінформованими – із низьким та високим.

Важливо також визначити джерела поінформованості респондентів (рис. 4).

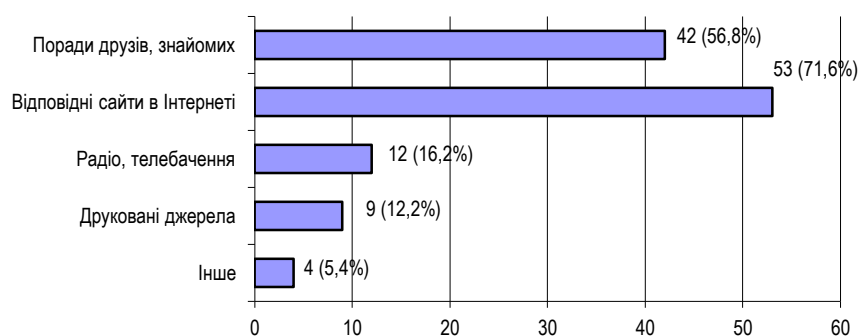


Рисунок 4 – Джерела поінформованості респондентів щодо сільського зеленого туризму в Україні

Найважливішими джерелами інформації щодо такого виду туризму є відповідні сайти в мережі Інтернет і друзі, родичі і знайомі.

Проведемо аналіз важливості цих джерел у розрізі вікових груп респондентів (таблиця 9).

Таблиця 9 – Джерела інформації для різних вікових груп респондентів

Вікова категорія	Джерела інформації, % (кількість осіб)				
	поради друзів, знайомих	відповідні сайти в Інтернеті	радіо, телебачення	друковані джерела	інше
До 18 років	–	100 (3)	–	66,67 (2)	–
18-30 років	59,26 (16)	77,78 (21)	7,41 (2)	3,7 (1)	3,7 (1)
31-45 років	61,54 (8)	84,62 (11)	27,27 (3)	27,27 (3)	–
46-60 років	60 (9)	60 (9)	26,67 (4)	6,67 (1)	–
Старші за 60 років	50 (3)	66,67 (4)	33,33 (2)	–	–

Найбільше інформації про можливості сільського зеленого туризму респонденти одержали із мережі Інтернет та від родичів, знайомих та друзів. Недостатньо уваги туристичними

організаціями приділено друкованій рекламі та радіо і телебаченню.

Очікування опитаних від відпочинку подано на рис. 5.

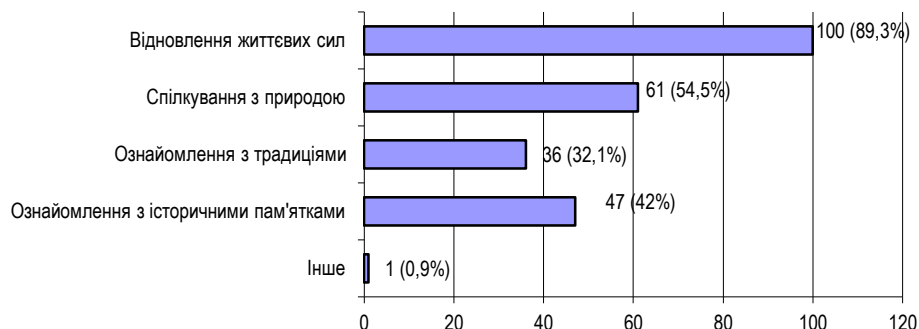


Рисунок 5 – Очікування респондентів від відпочинку

Респонденти надають перевагу відпочинку із сім'єю – 68,8 % опитаних та із друзями – 65,2 % опитаних. Проте 14,3 % надають перевагу одноосібному відпочинку.

Стосовно умов проживання, то думки респондентів розподілилися таким чином:

- мінімальні вимоги (достатньо ліжка та зручностей) обрали 48,2 % опитаних;
- комфортні умови (крім зручних умов проживання, наявність парковки, Інтернету, дитячого майданчика) обрали 49,1 % опитаних;
- преміум-пропозиції (додаткове обладнання побутовими приладами, наявність басейну, спортивні майданчики) обрали 2,7 % опитаних.

У розрізі вікових груп одержана така інформація (таблиця 10).

Таблиця 10 – Умови проживання для різних вікових груп респондентів

Вікова категорія	Умови проживання, %		
	мінімальні вимоги	комфортні умови	преміум-пропозиції
До 18 років	42,9	57,1	–
18-30 років	47,4	49,1	3,5
31-45 років	26,3	68,4	5,3
46-60 років	80	20	–
Старші за 60 років	33,3	66,7	–

Також простежується тенденція, що зі збільшенням доходу підвищуються вимоги до проживання, а саме:

- серед осіб із доходом до 2 000 грн. комфортні умови обрали 11,1 %;
- серед осіб із доходом від 2 000 до 5 000 грн комфортні умови обрали 47,3 %;
- серед осіб із доходом від 5 001 до 10 000 грн комфортні умови обрали 61,2 %;
- серед осіб із доходом понад 10 000 грн комфортні умови обрали 75 %.

Розподіл думок респондентів щодо типу житла для відпочинку подано на рис. 6.

Найбільш привабливими для респондентів є садиби, міні-готелі та бази відпочинку, що сприяє розвитку сільського зеленого туризму.

Щодо приготування їжі найбільш привабливим є приготування їжі самостійно (31,7 %) та організоване харчування з використанням страв традиційної української кухні (28 %). Організоване харчування з використанням страв певного регіону обрали 14,6 %, а організоване харчування з

Розділ 5 Екологічний маркетинг та менеджмент

використанням вишуканих страв за замовленням – лише 3,7%. Для 20,7% опитаних організація харчування не має значення.

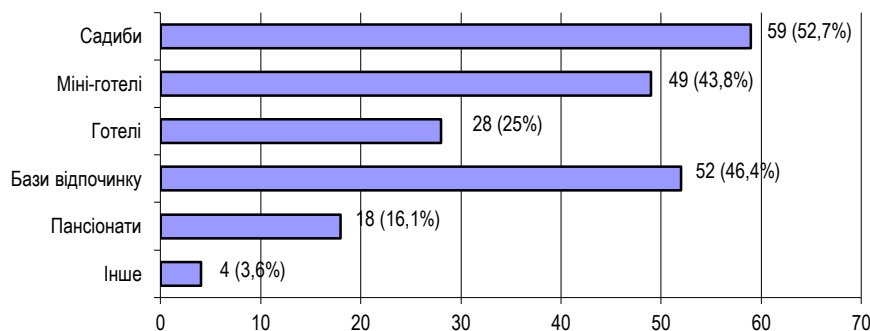


Рисунок 6 – Розподіл думок респондентів щодо типу житла

За результатами опитування 77,7% респондентів на відпочинок можуть витратити до 5 000 грн на одну особу, 18,8% опитаних – від 5 001 до 10 000 грн, а 3,6% можуть витрати понад 10 000 грн.

На підставі проведеного опитування було розроблено туристичний продукт за п'ятирівневою моделлю, поданою у [22] для осіб віком 31-45 років, доходом 5 000-10 000 грн, які відпочивають із сім'єю або друзями (табл. 11).

Таблиця 11 – Опис рекомендованого туристичного продукту

Рівень туристичного продукту	Опис
I. Продукт за задумом	Відновлення життєвих сил, спілкування із природою, ознайомлення із традиціями та історичними пам'ятками
II. Основний продукт	Тривалість - 7 днів. Проживання в екологічно чистому регіоні (Карпати чи Західна Україна) у сільських садибах з харчуванням національними стравами. Відвідування місцевих релігійних та культурних пам'яток
III. Очікуваний продукт	Комфортні умови проживання, перевезення. Залучення до проведення екскурсій місцевих жителів. Використання деяких типових страв регіону. Відвідування місцевих свят та фестивалів
IV. Доповнений продукт	Надання однієї-двох факультативних екскурсій безкоштовно. Розташування садиб у мальовничих куточках природи. Пропонування безкоштовного сувеніру, який характеризує регіон перебування
V. Потенційний продукт	Можливість харчування за індивідуальним замовленням. Можливість індивідуальних екскурсій

Отже, проведене дослідження свідчить про існування попиту на сільський зелений туризм з використанням садиб та міні-готелів. Саме такий вид відпочинку сьогодні повинні пропонувати туристичні агенції з диференціацією за окремими сегментами ринку. Зокрема, для міських жителів з маленькими дітьми мова йде про відновлення сил та ознайомлення з природою, коли останні можуть побачити свійських тварин і навіть погодувати їх. Для цього сегмента ринку можна пропонувати організоване харчування з використанням страв української кухні з екологічно чистих продуктів та проживання у комфортних умовах незабруднених територій Карпат впродовж двох тижнів влітку. Для людей старшого віку акцент можна зробити на мінімальних вимогах до

проживання, можливості самостійно готувати їжу та проводити певний час у гармонії з природою, насамперед влітку та восени. Стосовно молодих людей без сім'ї в організації сільського зеленого туризму необхідно акцентувати увагу на можливості подорожувати горами, гарно проводити час у компанії друзів на природі, самостійно готуючи їжу (насамперед шашлик) чи скориставшись послугами приготування їжі господарями садиб із використанням страв певного регіону. Ця категорія населення може організувати свій відпочинок впродовж усього року.

Розробляючи продукт у сфері сільського зеленого туризму, необхідно враховувати зарубіжний досвід. Наприклад, у Греції такі продукти пропонують невеликі фірми, вони включають надання послуг із проживання та пропозиції різних розваг (парусний спорт чи дайвінг). Невелика команда обслуговуючого персоналу включає дослідників довкілля, інструкторів та фотографів. У Португалії туристичні фірми роблять акцент на дослідженні власної історичної та культурної спадщини (пішохідні екскурсії, відвідування музеїв та інших пам'яток). Для відпочивальників пропонують також семінари з екологічних, культурних та етнографічних питань. У Шотландії популярними є тури до дикої природи з вивченням аспектів виживання у ній диких тварин. Туристам пропонують для огляду деталі життя дикої природи та її еволюції. Такі туристичні продукти пов'язуються із певними регіонами й активно рекламуються [6].

Проте невелика кількість населення України сьогодні замислюється над використанням продукту сільського зеленого туризму. Тому необхідно активізувати роботу у напрямі просування цього виду туризму. Тут повинні об'єднати свої зусилля як туристичні оператори й агенції, так і власники окремих садиб та міні-готелів у напрямі пропаганди такого виду відпочинку з використанням традиційних засобів поширення інформації, таких як радіо, телебачення, газети, журнали, та соціальних мереж, інформація з яких є найбільш достовірною для потенційних клієнтів. За кордоном до надання і просування туристичних продуктів активно залучається громадськість та місцеве населення [23].

Необхідно відзначити, що розвиток сільського зеленого туризму позитивно впливатиме на розвиток регіонів України. Цей вплив виявлятиметься у такому:

- підвищення рівня зайнятості та зростання доходів населення;
- покращання інфраструктури, яка забезпечуватиме туристів;
- відродження та розвиток місцевих народних звичаїв, промислів, кулінарних традицій;
- відновлення народної архітектури.

Висновки. Проведене дослідження свідчить, що в умовах сьогодення інформацією про сільський зелений туризм володіють люди віком від 31 років і старше. Понад 50 % молодих людей віком до 30 років не мають про нього інформації. Тому туристичні оператори, агенції спільно з суб'єктами, які безпосередньо надають послуги у цій сфері повинні активізувати просування таких видів продуктів.

Успішність розвитку сільського зеленого туризму також залежить від проведення туристичними операторами, агенціями сегментоорієнтованої продуктової політики для різних сегментів ринку туристичних послуг: споживачів різної вікової категорії, з різним рівнем доходів та складом сім'ї.

Перспективи подальших досліджень. У подальшому доцільно оцінити різні регіони України з точки зору можливостей активізації розвитку сільського зеленого туризму.

1. Тербух А.А. Проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні / А.А. Тербух, О.П. Макар, Г.Я. Ільницька // Молодий вчений. – 2015. – № 11 (26), Частина 2. – С. 126-129.

2. Чернява Г.Л. Теоретичні підходи до визначення поняття, сутності альтернатив розвитку сільського зеленого туризму / Г.Л. Чернява // Культура народів Причорномор'я. – 2012. – № 227. – С.85-88.

3. Чеглей В.М. Сільський зелений туризм як вид рекреаційної діяльності [Електронний ресурс] / В.М. Чеглей // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2011. – Вип. 163, Частина 1. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/cheglej.htm.

Розділ 5 Екологічний маркетинг та менеджмент

4. Биркович В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України / В.І. Биркович // Стратегічні пріоритети. – 2008. – №1 (6). – С. 138-143.
5. Оппельд Л.І. Міжнародний досвід зеленого туризму в Україні: проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / Л.І. Оппельд, А.О. Гордіян // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2014. – № 1. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2667>.
6. Galloway L. Ecotourism – the experiences of three European providers [Електронний ресурс] / L. Galloway, A. Haniff, N. Jakobi, M. Correia Dias Parente Patrocínio // School of Management & Languages, Heriot-Watt University, Edinburgh. – 2012. – Режим доступу: https://www4.ntu.ac.uk/nbs/document_uploads/109340.pdf.
7. Бондар В.В. Екологічний туризм як складова розвитку сільського туризму [Електронний ресурс] / В.В. Бондар, Я.Л. Ганжа // Вісник ХНТУСГ. – 2012. – Випуск 127 (Економічні науки). – Режим доступу: http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_127/11.pdf.
8. Сердюкова О.М. Сутність сільського зеленого туризму / О.М. Сердюкова // Економіка та держава. – 2014. – № 3. – С. 87-90.
9. Папп В.В. Сільський зелений туризм як пріоритетний напрям розвитку сільських територій України / В.В. Папп // Агросвіт. – 2015. – № 18. – С. 17-22.
10. Закон України «Про сільський зелений туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cpr.org.ua/ukr/zakon/akts/2005/08/18/zakon_ukraini_pro_si_206.html.
11. Коробка С.В. Зелений туризм як різновид підприємницької діяльності в сільській місцевості [Електронний ресурс] / С.В. Коробка // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2011. – Випуск II (42), Частина I. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/korobka2.htm.
12. Литвин І.В. Проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в регіоні / І.В. Литвин, М.О. Нек // Регіональна економіка. – 2013. – № 2. – С. 81-88.
13. Черчик Л.М. Сільський туризм як ефективна форма самостійної зайнятості у трудонадлишкових регіонах / Л. М. Черчик // Регіональна економіка. – 2009. – № 1. – С. 178-182.
14. Розвиток туристичної індустрії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://blogs.lb.ua/anna_romanova/332328_rozvitok_turistichnoi_industrii.html.
15. Туристичні потоки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm.
16. Сайт Української Асоціації активного та екологічного туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uaeta.org.ua/tourism/17>.
17. У парку «Синевир» торік побували 60 тисяч туристів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dniv.info/tourism/70679-u-parku-sinevir-tork-pobuvali-60-tisjach-turistiv.html>.
18. Мінприроди України сподівається заробити на екологічному туризмі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://7dniv.info/economics/73668-mnprigrod-ukraini-spodvaietsia-zarobiti-na-ekologichnomu-turizmu.html>.
19. Сайт «Сільський зелений туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/catalogue>.
20. Сайт «Зелений туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ruraltourism.com.ua>.
21. Маркетингові дослідження: навч. посібник / Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, О.Б. Мних, О.А. Сорока. – Львів: НУ "Львівська політехніка" (інформаційно-видавничий центр "ІНТЕЛЕКТ" інституту післядипломної освіти), "Інтелект-Захід", 2004. – 288 с.
22. Косар Н.С. Дослідження розвитку туризму в Україні в умовах кризи / Н.С. Косар, Н.Є. Кузьо // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – №2. – С.115-125.
23. David L. Tourism ecology: towards the responsible, sustainable tourism future [Електронний ресурс] / L. David // Worldwide Hospitality and Tourism. – 2011. – Vol. 3. №3. – Режим доступу: <http://trtglobal.org/educacion/pdf/researchart/Tourismecologytowardstheresponsibleandsustainabletourismfuture.pdf>.
1. Terebukh, A.A., Makar, O.P. & Il'nyts'ka, H.Ya. (2015). Problemy rozvytku mizhnarodnoho turyzmu v Ukraini [Problems of development of international tourism in Ukraine]. *Molodyi vchenyj – Young Scientist*, 11(26), Part 2, 126-129 [in Ukrainian].
2. Cherniava, H.L. (2012). Teoretychni pidkhody do vyznachennia poniattia, sutnosti alternatyv rozvytku silskoho zelenoho turyzmu [Theoretical approaches to the definition and the essence of rural tourism alternatives]. *Kultura narodov Prychernomor'ia – Culture of Black Sea nations*, 227, 85-88 [in Ukrainian].
3. Chehlej, V.M. (2011). Silskyy zelenyy turyzm yak vyid rekreatsijnoi diialnosti [Rural green tourism as a form of recreational activity]. *Naukovyj visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy – Scientific Bulletin of National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*, issue 163. Part 1. Retrieved from http://tourlib.net/statti_ukr/chehlej.htm [in Ukrainian].
4. Byrkovych, V.I. (2008). Silskyy zelenyy turyzm – priorytet rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy [Rural green tourism - a priority development of tourist industry of Ukraine]. *Stratehichni priorytety – Strategic Priorities*, 1(6), 138-143 [in Ukrainian].
5. Opped, L.I. & Hordiian, A.O. (2014). Mizhnarodnyj dosvid zelenoho turyzmu v Ukraini: problemy ta perspektyvy [International experience green tourism in Ukraine: problems and prospects]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*, 1. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2667> [in Ukrainian].

6. Galloway, L., Haniff, A., Jakobi, N. & Correia Dias Parente Patrocinio, M. (2012). Ecotourism – the experiences of three European providers. *School of Management & Languages, Heriot-Watt University, Edinburgh*. Retrieved from https://www4.ntu.ac.uk/nbs/document_uploads/109340.pdf [in English].
7. Bondar, V.V. & Hanzha, Ya.L. (2012). Ekolohichnyy turizm yak skladova rozvytku silskoho turizmu [Eco-tourism as a part of rural tourism]. *Visnyk KhNTUSH – Bulletin KNTUA, issue 127 (Economics)*. Retrieved from http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_127/11.pdf [in Ukrainian].
8. Serdiukova, O.M. (2014). Sutnist silskoho zelenoho turizmu [The essence of rural green tourism]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and State*, 3, 87-90 [in Ukrainian].
9. Papp, V.V. (2015). Silskyy zelenyy turizm yak priorytetnyy napriam rozvytku silskykh terytorij Ukrainy [Green rural tourism as a priority the development of rural territory of Ukraine]. *Ahrosvit – Agroworld*, 18, 17-22 [in Ukrainian].
10. Zakon Ukrainy "Pro silskyy zelenyy turizm" [Law of Ukraine "On rural green tourism"]. (n.d.). *icp.org.ua*. Retrieved from http://icp.org.ua/ukr/zakon/akts/2005/08/18/zakon_ukraini_pro_si_206.html [in Ukrainian].
11. Korobka, S.V. (2011). Zelenyy turizm yak riznovyd pidpriemnyts'koi diialnosti v silskij mistsevosti [Green tourism as a form of entrepreneurship in rural areas]. *Visnyk Chernivets'koho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. – Bulletin of Chernivtsi Trade and Economic Institute, issue II (42). Part I*. Retrieved from http://tourlib.net/statti_ukr/korobka2.htm [in Ukrainian].
12. Lytvyn, I.V. & Nek, M.O. (2013). Problemy ta perspektyvy rozvytku silskoho zelenoho turizmu v rehioni [Problems and Prospects of Rural Tourism Development in the Region]. *Rehionalna ekonomika – Regional Economy*, 2, 81-88 [in Ukrainian].
13. Cherchuk, L.M. (2009). Silskyy turizm yak efektyvna forma samostijnoi zajniateosti u trudonadlyshkovykh rehionakh [Rural Tourism as Effective Form of Independent Employment in Labour-Abundant Regions]. *Rehionalna ekonomika. – Regional Economy*, 1, 178-182 [in Ukrainian].
14. Rozvytok turystychnoi industrii [Development of tourism]. *blogs.lb.ua*. Retrieved from http://blogs.lb.ua/anna_romanova/332328_rozvitok_turystychnoi_industrii.html [in Ukrainian].
15. Turystychni potoky [Tourist flows]. *ukrstat.gov.ua*. Retrieved from http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm [in Ukrainian].
16. Sajt Ukrain's'koi Asotsiatsii aktyvnoho ta ekolohichnoho turizmu [Site of the Ukrainian Association of active and ecotourism]. *uaeta.org*. Retrieved from <http://uaeta.org/ua/tourism/17> [in Ukrainian].
17. U parku "Synevyr" torik pobuvaly 60 tysiach turystiv [60,000 tourists were robbed in park "Synevyr" last year]. *7dniv.info*. Retrieved from <http://7dniv.info/tourism/70679-u-parku-sinevir-tork-pobuvali-60-tysiach-turistiv.html> [in Ukrainian].
18. Minpryrody Ukrainy spodivaietsia zarobyty na ekolohichnomu turizmi [The Ministry of Environmental Protection of Ukraine hopes to cash in on ecotourism]. *7dniv.info*. Retrieved from <http://7dniv.info/economics/73668-mnpryrod-ukraini-spodvaietsia-zarobiti-na-ekolohichnomu-turizm.html> [in Ukrainian].
19. Sajt "Silskyy zelenyy turizm" [Site "Rural green tourism"]. *greentour.com.ua*. Retrieved from <http://www.greentour.com.ua/catalogue> [in Ukrainian].
20. Sajt "Zelenyy turizm" [Site "Green tourism"]. *ruraltourism.com.ua*. Retrieved from <http://ruraltourism.com.ua> [in Ukrainian].
21. Krykavskyy, Ye.V., Kosar, N.S., Mnykh, O.B. & Soroka, O.A. (2004). *Marketynhovi doslidzhennia [Market Research]*. Lviv: NU "Lvivska politekhnika", "Intelekt-Zakhid" [in Ukrainian].
22. Kosar, N.S. & Kuzo, N.Ye. (2016). Doslidzhennia rozvytku turizmu v Ukraini v umovakh kryzy [The study of tourism market development in Ukraine under crisis]. *Aktualni problemy ekonomiky – Actual Problems of Economics*, 2, 115-125 [in Ukrainian].
23. David, L. (2011). Tourism ecology: towards the responsible, sustainable tourism future. *Worldwide Hospitality and Tourism*, 3(3), 210-216. Retrieved from <http://trglobal.org/educacion/pdf/researchart/Tourismecologytowardstheresponsiblesustainabletourismfuture.pdf>.

Н.Е. Кузьо, старший преподаватель кафедры маркетинга и логистики, Национальный университет «Львовская политехника» (г. Львов, Украина);

Н.С. Косар, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики, Национальный университет «Львовская политехника» (г. Львов, Украина)

Маркетинговое обеспечение развития сельского зеленого туризма в Украине

Установлено, что вследствие своих природных условий Украина имеет мощный туристический потенциал в сфере сельского зеленого туризма, уточнены сущность и характеристики продукта в этой сфере туризма. На основании проведенного Интернет-опроса были определены потребности и преимущества потребителей в этом виде туризма и невысокую осведомленность потенциальных клиентов в этой сфере. На основании исследования обосновано необходимость объединения усилий туристических операторов и агентств совместно с субъектами, которые непосредственно предоставляют услуги в этой сфере, в направлении реализации сегментоориентированной продуктовой политики для потребителей различной возрастной категории, с разным уровнем доходов и составом семьи.

Ключевые слова: туристический продукт, сельский зеленый туризм, сегменты рынка туристических услуг, сельские усадьбы и мини-отели, преимущества потребителей в сфере туризма.

Розділ 5 Екологічний маркетинг та менеджмент

N.Je. Kuzo, Senior Teacher, Department of Marketing and Logistics, Lviv Polytechnic National University (Lviv, Ukraine);

N.S. Kosar, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Marketing and Logistics, Lviv Polytechnic National University (Lviv, Ukraine)

Marketing support of rural green tourism development in Ukraine

The aim of the article. The article aims to clarify the essence and characteristics of rural green tourism and determine the prospects of tourism development based directly on consumers demands.

The results of the research. It has been established that due to its natural conditions Ukraine has a huge tourism potential in the area of green tourism. The tourism potential features were defined. The financial and economic crisis actualizes the further development of this kind of tourism. It requires the development of unique tourism services in rural green tourism area that will be attractive not only to Ukrainian but also for foreign tourists.

However, Ukrainian tour operators offer a small number of tours that cover the Ukraine natural landscapes, national parks, reserves. They do not organize recreation of people during some amount of time, offering them specific vacation in a particular estate.

In order to develop recommendations on the formation and activation of demand for rural green tourism, an Internet poll regarding the needs and preferences of consumers in this kind of tourism was conducted during July-September 2016. The poll received responses from 112 respondents, 57.1 % female and 42.9 % male.

The results show that 96.4% of respondents have been on vacations in Ukraine, indicating on the one hand the high tourist and recreational potential of Ukraine, and on the other - the difficult economic situation is favorable for the development of rural green tourism using mansions and mini-hotels. It is the kind of vacations that should provide travel agencies with differentiation for individual market segments. In particular, urban residents with small children are interested in a recreation and acquaintance with nature, while kids could see domestic animals and even feed them. For this segment of the market can offer organized food using dishes of Ukrainian cuisine with environmentally friendly products and living in a comfortable environment uncontaminated areas in the Carpathians for two weeks in the summer. For older people one can make emphasis on minimum requirements for accommodation, the possibility to cook food and spend some time in harmony with nature, especially in summer and autumn. Regarding young people without a family green tourism should focus on the ability to travel through the mountains, spend time outdoors with friends, cooking their own food (mainly barbecue) or using the services of cooking of estates owners. This category of the people can organize their vacations throughout the year.

Conclusions and directions of further research. The success of rural green tourism depends on tour operators and agencies, segment-oriented product policy for consumers of different age, with different levels of income and family composition.

The development of rural green tourism affects positively the development of the regions of Ukraine. This effect will be detected as follows: the increase of employment and income growth; infrastructure improvement, revival and development of local folk customs, crafts, culinary traditions, recovery of folk architecture.

It is suggested to evaluate different regions of Ukraine in terms of opportunities for further development of rural green tourism in the future.

Keywords: tourism product, rural green tourism, tourism market segments, farmstead and mini-hotels, consumer preferences in tourism.

Отримано 31.10.2016 р.