

Інна О. Дейнега, Людмила М. Акімова, Олег А. Кратт
**РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ
МАРКЕТИНГУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ**

У статті конкретизовано зміст продукту «сільський зелений туризм» та ідентифіковано асортимент туристичних послуг на 3 його рівнях по Рівненському регіону. Проаналізовано конкурентоспроможність альтернативних туристичних продуктів Рівненської області. Оцінено стан та перспективи розвитку товарної, цінової і комунікаційної складових комплексу маркетингу по послугах сільського зеленого туризму на Рівненщині.

Ключові слова: комплекс маркетингу; регіональний розвиток; конкурентні переваги; сільський зелений туризм.

Рис. 2. Табл. 4. Літ. 15.

Інна А. Дейнега, Людмила Н. Акімова, Олег А. Кратт
**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ
КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА СЕЛЬСКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМА**

В статье конкретизировано содержание продукта «сельский зеленый туризм» и идентифицирован ассортимент туристических услуг на 3 его уровнях по Ровенскому региону. Проанализирована конкурентоспособность альтернативных туристических продуктов Ровенской области. Оценены состояние и перспективы развития товарной, ценовой и коммуникационной составляющих комплекса маркетинга по услугам сельского зеленого туризма на Ровенщине.

Ключевые слова: комплекс маркетинга; региональное развитие; конкурентные преимущества; сельский зеленый туризм.

Inna O. Deyneha¹, Luidmila M. Akimova², Oleg A. Kratt³
**REGIONAL FEATURES OF MARKETING MIX FORMATION
IN RURAL GREEN TOURISM**

The article specifies the contents of "rural green tourism" and the range of tourist services at 3 levels in the Rivne region. It analyzes the competitiveness of alternative tourism products in the region and assesses the status and the prospects of the development of commodity, price and communication components of marketing mix for rural green tourism in the Rivne region.

Keywords: marketing mix; regional development; competitive advantages; rural green tourism.

Постановка проблеми. Реалізація вектора розвитку економіки України в напрямку євроінтеграції потребує значних якісних змін у стратегічних підходах до здійснення вітчизняними підприємствами господарської діяльності. Стосується це і підприємств туристичної індустрії, які першими відчували на собі підвищені вимоги європейських споживачів до послуг, що ними надаються. За перспективи динамічного зростання ринку туристичних послуг доцільним є ширше впровадження у діяльність підприємницьких структур ринкових підходів і принципів роботи з клієнтами, що насамперед передбачає реалізацію в діяльності суб'єктів сільського зеленого туризму маркетингової концепції.

Для Рівненщини, на території якої сьогодні значна кількість промислових підприємств або закриті, або знаходяться на межі банкрутства, розвиток сіль-

¹ Rivne State University of Humanities, Ukraine.

² National University of Water Management and Nature Resources Use, Rivne, Ukraine.

³ Kremenchuk Mykhaylo Ostrohradskiy National University, Ukraine.

ського зеленого туризму міг би стати одним із вагомих напрямів підвищення рівня життя населення, враховуючи те, що територія має значний ресурсний потенціал для такого виду економічної діяльності. Однією з проблем, яка стоїть на заваді повноцінного розвитку сільського зеленого туризму (СЗТ) на Рівненщині, є недостатній рівень маркетингової підготовки сільського населення, низький рівень його обізнаності з перспективами започаткування такого виду підприємницької діяльності, умов та технології його реалізації.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженням стану та розвитку сільського зеленого туризму в Україні займалися ряд вітчизняних науковців, зокрема В. Биркович [1], Л. Дейнеко [3], І. Іртішева [3], А. Кулік [5], П. Купчак [3], О. Мельниченко [6], М. Товт [11] та інші. При цьому малодослідженими залишаються специфічні питання, пов'язані з регіональними особливостями реалізації сільського зеленого туризму на Рівненщині та в Поліссі.

Теоретичні та прикладні основи управління маркетингом на туристичних підприємствах досліджували такі вітчизняні вчені, як Н. Ведмідь [2], Ю. Забалдіна [4], Л. Шульгіна [13]. Проте в цих працях висвітлено переважно загальні аспекти управління туристичними підприємствами на засадах маркетингу, недостатньо вивченими залишаються питання реалізації маркетингової концепції при наданні послуг із сільського зеленого туризму.

Це актуалізує потребу дослідження реалізації комплексу маркетингу в сільському зеленому туризмі Рівненщини.

Мета дослідження полягає в оцінюванні перспектив розвитку ринкового потенціалу послуг сільського зеленого туризму суб'єктами підприємництва на Рівненщині та виявленні регіональних особливостей вдосконалення їх маркетингової діяльності.

Основні результати дослідження. У сфері послуг, у т.ч. туристичних, найбільшого поширення набула концепція розширеного комплексу маркетингу (7Р), запропонована М. Бітнером, яка включає товар, ціну, просування, розподіл, а також матеріальне оточення, в якому надається послуга, всіх людей, у присутності яких надається послуга, включаючи персонал та інших споживачів, та всі процедури, механізми, види діяльності, необхідні для здійснення послуги [15, 70]. Регіональні особливості реалізації «7Р» у сільському зеленому туризмі полягають у наступному.

Товаром або результатом діяльності надавачів послуг сільського зеленого туризму є туристичний продукт, в якому можна виділити три основні рівні (рис. 1). Його «ядром» є послуга розміщення в приватних оселях, а також організація відпочинку на свіжому повітрі, надання послуг з 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; 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.

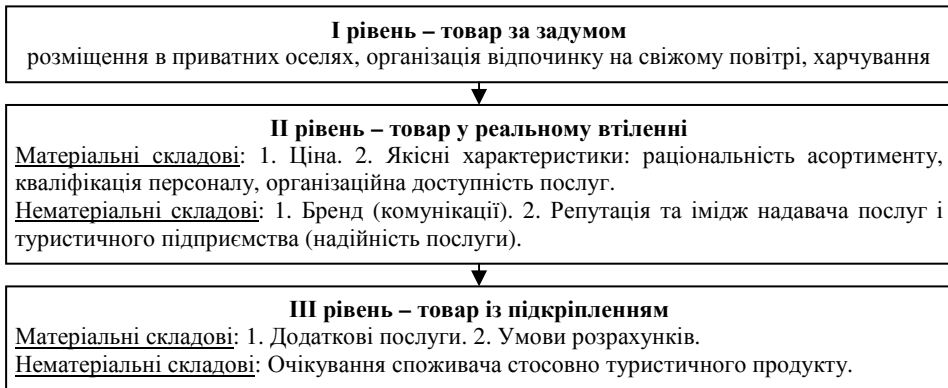


Рис. 1. Трирівнева сутність туристичного продукту «сільський зелений туризм», авторська розробка

Результати дослідження асортименту додаткових пропозицій продукту «сільський зелений туризм» на Рівненщині (третьій рівень) представлено в табл. 1. До табл. 1 не було включено такі послуги, як катання на гірських велосипедах, яке пропонується виключно в Березнівському районі. Лише в Рівненському районі пропонуються майстер-класи з будівництва камінів і виготовлення рибальських човнів, а в Здолбунівському – писанкарства та соломоплетіння.

Майже всі надавачі послуг сільського зеленого туризму Рівненщини акцентували увагу своїх потенційних клієнтів на можливості скоштувати традиційні українські страви та напої, а подекуди – навіть самостійно їх приготувати. Таким чином, можна вважати традиційними (присутні більше, ніж у половині районів області) туристичними послугами третього рівня продукту «сільський зелений туризм» Рівненщини: риболовлю; збір грибів та ягід; прогулянки лісом та берегом водойм; приготування традиційних українських страв та напоїв. Кінні прогулянки та катання на човні пропонуються лише в половині районів Рівненщини. Дещо краща ситуація із екскурсіями за спеціально розробленими маршрутами, які надаються у 9 із 16 районів області (56%).

Надавачі послуг сільського зеленого туризму окремих районів Рівненщини розробили такі екскурсійні маршрути:

- «Надслучанська Швейцарія»; Губківський замок, екологічна стежка Маринин-Майдан (Березнівський район);

- оз. Воронки та урочище «Хрести»; вузькоколійною залізницею на озера с. Біле та с. Острівськ; музей «Історії вузькоколійної залізниці та Поліського краю», шкільний музей с. Антонівка (Володимирецький район);

- Свято-Успенський Липецький чоловічий монастир та Святе (Боже) джерело (с. Липки); село Синів – церква Івана Богослова; хата-мазанка з глиняною підлогою та елементами українського побуту (Гошанський район);

- урочище «Рейзя» (орнітологічний заповідник), санаторій «Хрінники» (археологічні розкопки), Державний історико-меморіальний заповідник «Поле Берестецької битви», Державний історико-культурний заповідник м. Дубно (Демидівський район);

Таблиця 1. Асортимент туристичних послуг третього рівня продукту «сільський зелений туризм» на Рівненщині*

Район	Ранг	Риболовля	Збір грибів та ягід	Поговнання	Протулянки лісом та березом водойм	Кінні протулянки	Протулянки кіньми на бричці літом, на санях – взимку	Традиційні українські страви та напої	Вільярд, баня, гарбєкю	Катання на човні	Екскурсії розоблєнними маршрутами	Лижні протулянки	Протулянки на велосипєдах	Майстер клас «Українська вишивка»	Бджолина терапія	Фітотерапія, аромотерапія, масаж	Грязєві ванни	Гарьє ремєсло
Рокитнівський	1	+	+		+	+	+	+		+		+	+					
Березнівський	2	+	+	+	+	+	+	+	+	+								
Володимирецький	2	+	+	+	+	+	+	+										
Здолбунівський	3	+	+		+	+	+	+										
Дубенський	4	+	+		+	+	+	+										
Радишівський	4	+	+		+	+	+	+										
Дубровицький	5	+	+	+	+	+	+	+										
Демидівський	6	+	+		+	+	+	+										
Острозький	6	+	+		+	+	+	+										
Зарічненський	7	+	+				+	+										
Корецький	7	+	+				+	+										
Костопільський	7		+		+	+	+	+										
Рівненський	7	+	+					+										
Сарненський	7	+	+					+										
Гошанський	7	+	+				+	+										
Млинівський	8	+			+	+		+										

* складєно на підставі [10].

- місця бойових дій між загонами НКВД та воїнами УПА; місця ерозії ґрунтів (урочище «Шкотове», «Біля Генів») (Здолбунівський район);
- Свято-Троїцький чоловічий монастир (с. Межирічі), Свято-Троїцький жіночий монастир (с. Дермань), Почаєв (Острозький район);
- історико-культурні маршрути бричкою з екскурсійним обслуговуванням с. Пляшева – с. Острів; с. Пляшева – м. Берестечко; рекреаційно-пізнавальні маршрути бричкою із екскурсійним обслуговуванням: с. Пляшева – с. Хрінники; човном по гирлі р. Стир із екскурсійним обслуговуванням (Радивилівський район);
- екскурсії визначними історико-культурними місцями Радивилівщини (Рокитнівський район);
- Клесівський дендропарк, гідрологічний заказник «Сомино» (Сарненський район).

Найбільше розвинені екскурсійні маршрути в Радивилівському районі, проте найширший асортимент послуг третього рівня надається в Рокитнівському районі, який може вважатися лідером з надання послуг сільського зеленого туризму Рівненщини. Крім визначених заходів, на Рівненщині проводяться регіональний відкритий етно-тур-фест – фестиваль «Бурштиновий шлях» та обласний відкритий фестиваль історії та традиційної культури Волині «Волинський серпанок». Особливої уваги заслуговує фестиваль «Волинський серпанок», оскільки він популяризує унікальне полотно-серпанок, яке ткали лише на Рівненщині.

Визначений рівень конкурентоздатності туристичного продукту «сільський зелений туризм» у порівнянні з туристичними продуктами, що повністю (частково) задовольняють аналогічну потребу (відпочинок на природі) та можуть обиратися клієнтами як взаємозамінні продукти (товари-замінники) на ринку Рівненської області, представлено в табл. 2. Продукт «сільський зелений туризм» на сьогодні є найбільш конкурентоздатним на ринку Рівненщини, не зважаючи на ряд проблем, що стосуються не лише організації та реалізації послуг сільського зеленого туризму, але й вітчизняної туристичної індустрії зокрема: нерозвинена інфраструктура, низьке фінансове забезпечення, недостатній рівень кваліфікації обслуговуючого персоналу тощо. Високий рівень конкурентоздатності туристичного продукту «сільський зелений туризм» обумовлений, насамперед, демократичними цінами на даний вид туристичного продукту, а також найбільшим суттєвим впливом саме цього фактору на вибір споживачів.

На Рівненщині показник забезпеченості готелями досить низький і становить 1,3 готельних місця на 1 тис. осіб. Значення цього показника нижче навіть, ніж в середньому в Україні (2,3 готельних місця на 1 тис. осіб). У порівнянні із світовим рівнем його значення менше у рази. Такий стан речей не може сприяти розвитку туризму на Рівненщині в цілому. Проте стосовно сільського зеленого туризму це швидше позитивний факт, оскільки засвідчує, що ринок готельних послуг Рівненщини ненасичений і присутня значна незадоволена потреба в такому виді послуг. Садиби сільського зеленого туризму в даному випадку могли б стати доступною альтернативою.

Таблиця 2. Конкурентні переваги альтернативних видів туризму Рівненщини, авторська розробка

Фактори	Ваговий коефіцієнт	Оцінювання факторів													
		Сільський зелений, в т.ч. еко-, агротуризм		Культурно-пізнавальний (подієвий)		Діловий, в т.ч. інтенсив-туризм		Рекреацій-ний, в т.ч. бальнео-логічний		Люби-тельський		Релігійний		Пригод-ницький	
		Бал	зв'язаний	Бал	зв'язаний	Бал	зв'язаний	Бал	зв'язаний	Бал	зв'язаний	Бал	зв'язаний	Бал	зв'язаний
Рациональність асортименту	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	2	0,2	1	0,1	2	0,2	1	0,1
Організаційна доступність послуг	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	2	0,2	1	0,1	1	0,1	1	0,1
Надійність послуг	0,2	1	0,2	1	0,2	2	0,4	2	0,4	2	0,4	1	0,2	1	0,2
Комунікації	0,1	1	0,1	1	0,1	2	0,2	2	0,2	1	0,1	2	0,2	1	0,1
Професіоналізм працівників	0,2	2	0,4	2	0,4	2	0,4	2	0,4	2	0,4	2	0,4	2	0,4
Вартість туристичного продукту	0,3	3	0,9	2	0,6	1	0,3	1	0,3	2	0,6	2	0,6	2	0,6
Разом	1,0	-	1,8	-	1,5	-	1,5	-	1,7	-	1,7	-	1,7	-	1,5

Оцінка в балах: 3 – дуже добре; 2 – добре; 1 – задовільно; 0 – незадовільно.

Складним завданням, що постає перед учасниками ринку сільського зеленого туризму, є встановлення цін. Проблемним воно є перш за все через переважно низький рівень економічної підготовки власників садиб, які надають такі послуги. Зазвичай у процесі ціноутворення надавачі послуг сільського зеленого туризму Рівненщини користуються методами ціноутворення «орієнтація на конкурентів» та «орієнтація на попит», рідше «середні витрати плюс прибуток», хоча оцінювання витрат є базовим завданням при встановленні цін на такий вид туристичного продукту, яке надавачами послуг сільського зеленого туризму переважно ігнорується.

При формуванні ціни на послуги сільського зеленого туризму Рівненщини потрібно враховувати реалії, визначені:

1. Самим продуктом (наявність додаткових послуг, що становлять так званий «третій рівень»: катання на конях, домашні страви, проведення різноманітних майстер-класів).

2. Просуванням продукту (на ціну впливає сезон прибуттів: вищими ціни можуть бути взимку або влітку, на Новоріччі, Різдвяні та Великодні свята; нижчими – у міжсезоння, тобто навесні й восени).

3. Розподілом продукту (нижчою може бути ціна на послугу, що здійснюється напряму, без залучення посередників).

1. Оточенням продукту:

- історико-культурна цінність (близькість до місць історичних подій або духовних об'єктів, такі як монастирі, чудодійні ікони тощо);

- оздоровча складова (наближеність до місць, які мають оздоровчий вплив на організм людини, наприклад, цілющі джерела, джерела мінеральної води тощо);

- екологічна й естетична цінність (унікальні ландшафти, характерні певним територіям).

2. Наданням послуг сільського зеленого туризму:

- розвиненість інфраструктури (найвищі ціни в садибах, розташованих поблизу транспортних вузлів, близько до центрів торгівлі, місць масових спортивних і культурно-розважальних заходів тощо);

- побутові умови (відповідність садиб архітектурним і санітарно-гігієнічним характеристикам).

3. Персоналом (ціна може залежати від кваліфікації персоналу, в т.ч. володіння ним іноземними мовами).

На Рівненщині широко використовується виставкова діяльність як ефективний інструмент маркетингових комунікацій. Туристичний потенціал області щороку представляється на всеукраїнських та міжнародних заходах. Так, протягом 5 років експозицію Рівненської області відвідали близько 200 тис. учасників та гостей спеціалізованих виставкових заходів.

Сприяє популяризації туризму загалом та сільського зеленого туризму зокрема на регіональному рівні Інтернет-портал «Рівненщина туристична», що містить детальну інформацію, необхідну потенційним туристам (відпочивальникам) для організації подорожі (проведення дозвілля). Зокрема сайт містить такі рубрики: «Сім чудес Рівненщини», «Етно-тур-фест «Бурштиновий шлях»», «Пам'ятки природи», «Історико-культурна спадщина», «Лісові

господарства», «Сільський туризм», «Готельно-ресторанні заклади, мотелі, кемпінги», «Заклади оздоровлення та відпочинку», «Туристичні маршрути», «Заклади дозвілля», «Туристичні фірми», «Вищі навчальні заклади», «Місцеві органи виконавчої влади та органи самоврядування», «Відеоновини закордонного туризму», «Вузькоколійна залізниця» [10]. На сайті в рубриці «Сільський туризм» наведені пропозиції від близько 80 агросадиб Рівненщини. Відповідно до даних, представлених на сайті, найбільше сільський зелений туризм розвинений у Березнівському та Острозькому районах (по 9 агросадиб), найменше – в Млинівському районі (1 агросадиба) (рис. 2). Це приблизна оцінка, оскільки сайт містить неповний перелік агросадиб Рівненщини.

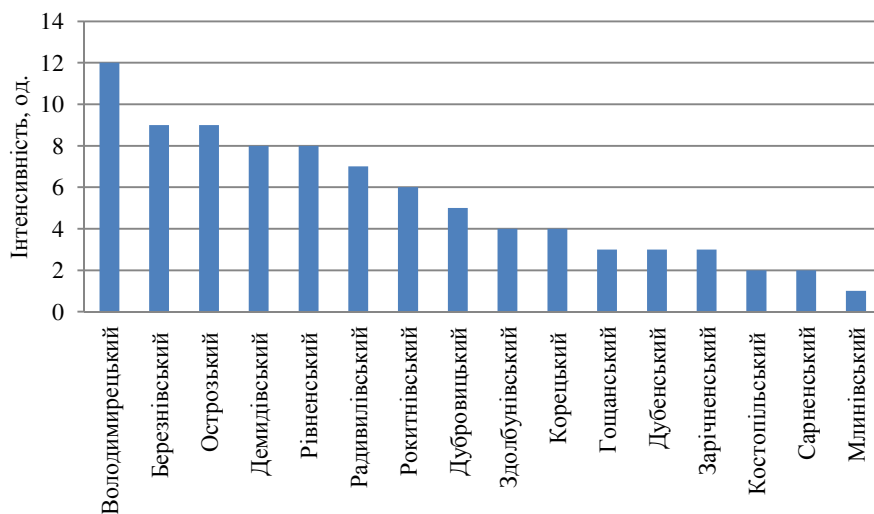


Рис. 2. Рейтинг інтенсивності представлення туристичного продукту «сільський зелений туризм» Рівненщини за районами, складено згідно даних [10]

Стосовно системи маркетингових комунікацій варто зазначити, що стимулювання збуту послуг сільського зеленого туризму здійснюється переважно у міжсезонний період, а основним засобом при цьому є зниження ціни. Ціни надавачі послуг сільського зеленого туризму публічно не розголошують. Основний тип цін, яка фігурує в інформаційних повідомленнях – договірна ціна, що створює передумови інколи для невинного завищення цін для певних клієнтів. Комунікаційна політика в діяльності надавачів послуг сільського зеленого туризму України в цілому та Рівненщини зокрема є їх найслабкішим місцем, оскільки здійснюється епізодично і дуже часто інформація не доходить до потенційного споживача (табл. 3). Враховуючи недостатньо високий рівень економічної культури надавачів послуг сільського зеленого туризму, варто було б консалтингові та інформаційні послуги такого виду підприємницької діяльності здійснювати за сприяння органів влади.

Підсумкові дані стосовно реалізації складових комплексу маркетингу продукту «сільський зелений туризм» на Рівненщині представлено в табл. 4.

Таблиця 3. Популяризація продукту «сільський зелений туризм» Рівненщини основними національними та регіональними Інтернет-ресурсами, авторське групування

Інтернет-ресурс	Представлено надавачів послуг СЗТ
Рівненський туристичний Інтернет-портал «Рівненщина туристична» [10]	86
Туризм Рівненщини (Видавничий дім «ОГО») [12]	54
Союз розвитку сільського зеленого туризму в Україні [14]	Інформація відсутня
Rest Place [8]	1
Зелений туризм (Ruraltourizm.com.ua) [9]	Інформація відсутня

Таблиця 4. Реалізація складових комплексу маркетингу продукту «сільський зелений туризм» у Рівненській області, авторська розробка

Складові комплексу маркетингу	Рівень реалізації
Продукт	присутні всі три рівні продукту, третій рівень перебуває на етапі розвитку
Ціна	невисока в порівнянні з іншими туристичними продуктами, проте, на думку споживачів, завищена відносно якості продукту
Просування (комунікації)	сайт «Рівненщина туристична», сайт Рівненської облдержадміністрації, електронні ресурси видавничого дому «ОГО», особисті комунікації
Розподіл	канал нульового (надавач послуги – споживач) або 1-ого рівня (надавач послуги – турфірма – споживач)
Матеріальне оточення	слабо розвинене (майже відсутні відгуки клієнтів, недостатньо високий рівень інформування клієнтів тощо)
Персонал	переважно спеціально не підготовлений персонал, з невисоким рівнем економічної та маркетингової освіти
Процес	на базі домогосподарства чи особистого селянського господарства, яке поставляє на ринок переважно не більше 9 ліжко-місць

Проведене дослідження дозволило сформувані такі висновки й узагальнення:

- послуги сільського зеленого туризму в порівнянні з альтернативними послугами на сьогодні є найбільш конкурентоздатними на ринку Рівненщини, що, насамперед, обумовлено демократичними цінами на цей вид туристичного продукту;

- найбільш розвинені екскурсійні маршрути в Радивилівському районі, найбільше офіційних надавачів послуг сільського зеленого туризму виявлено у Володимирецькому та Березнівському районах, проте найширший асортимент додаткових послуг пропонує Рокитнівський район, який може вважатись лідером з надання послуг сільського зеленого туризму Рівненщини з точки зору раціональності асортименту. Відповідно можна рекомендувати Рокитнівський, Володимирецький та Березнівський райони в якості базових щодо надання послуг сільського зеленого туризму та проведення на їх базі семінару з бенчмаркінгу по даному виду туристичного продукту з метою обміну передовим досвідом;

- рівень комунікаційної діяльності надавачів послуг сільського зеленого туризму на Рівненщині є досить низьким; на всеукраїнському рівні майже відсутня реклама сільського туризму Рівненщини;
- розвиток сільського зеленого туризму в Україні, зокрема на Рівненщині, стримує відсутністю спеціального закону про сільський зелений туризм, відтак, у споживачів виникають проблеми в отриманні гарантованих та якісних послуг, недостатня можливість захисту прав сторін тощо;
- підвищення кваліфікації надавачів послуг сільського зеленого туризму Рівненщини, їх економічної та маркетингової освіти дозволить покращити якість продукту «сільський зелений туризм».

Отже, сільський зелений туризм є одним із видів підприємницької діяльності, який має значні перспективи розвитку на Рівненщині. Для його становлення та розвитку необхідно активно застосовувати маркетингові інструменти, що дозволить підвищити якість послуг, котрі формують продукт «сільський зелений туризм», оптимізувати його цінові параметри, розширити цільовий ринок.

1. *Биркович В.І.* Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України // Стратегічні пріоритети: Наук.-аналіт. щоквар. збірник. – 2008. – №1. – С. 138–143.
Byrkovych V.I. Silskyi zelenyi turizm – priorityet rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy // Stratehichni priorityty: Nauk.-analit. shchokvar. zbirnyk. – 2008. – №1. – S. 138–143.
2. *Ведмідь Н.І.* Тривимірна структура системи сервісного управління санаторно-курортними та оздоровчими підприємствами // Ефективна економіка. – 2013. – №5 // nbuv.gov.ua.
Vedmid N.I. Tryvimirna struktura systemy servisnoho upravlinnia sanatorno-kurortnyh ta ozdorovchymy pidpriemstvamy // Efektyvna ekonomika. – 2013. – №5 // nbuv.gov.ua.
3. *Дейнеко Л.В., Іртищева І.О., Купчак П.М.* Сільський туризм як один із напрямів розвитку підприємництва на селі // Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – №1 // nbuv.gov.ua.
Deineko L.V., Irtysheva I.O., Kupchak P.M. Silskyi turizm yak odyn iz napriamiv rozvytku pidpriemnytstva na seli // Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. – 2010. – №1 // nbuv.gov.ua.
4. *Забалдіна Ю.Б.* Маркетинг туристичного підприємства: Навч. посібник. – К.: Федерація профспілок України; Інститут туризму, 2002. – 196 с.
Zabaldina Yu.B. Marketynh turystychnoho pidpriemstva: Navch. posibnyk. – K.: Federatsiia profspilok Ukrainy; Instytut turizmu, 2002. – 196 с.
5. *Кулік А.В.* Особливості розвитку сільського зеленого туризму в Україні // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – №2 // nbuv.gov.ua.
Kulik A.V. Osoblyvosti rozvytku silskoho zelenoho turizmu v Ukraini // Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. – 2012. – №2 // nbuv.gov.ua.
6. *Мельниченко О.Б.* Стан і перспективи розвитку сільського туризму в Україні // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – №1 // nbuv.gov.ua.
Melnychenko O.B. Stan i perspektyvy rozvytku silskoho turizmu v Ukraini // Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. – 2011. – №1 // nbuv.gov.ua.
7. Про сільський та сільський зелений туризм: Проект Закону України // w1.c1.rada.gov.ua. Pro silskyi ta silskyi zelenyi turizm: Proekt Zakonu Ukrainy // w1.c1.rada.gov.ua.
8. Рівненська область // Rest Place. Відпочивай в Україні // restplace.com.ua. Rivnenska oblast // Rest Place. Vidpochyvai v Ukraini // restplace.com.ua.
9. Рівненська область // Зелений туризм ruraltourism.com.ua. Rivnenska oblast // Zelenyi turizm ruraltourism.com.ua.
10. Старт // Рівненський туристичний Інтернет-портал «Рівненщина туристична» // www.tourism.rv.ua.
Start // Rivnenskyi turystychnyi Internet-portal «Rivnenshchyna turystychna» // www.tourism.rv.ua.
11. *Товт М.* Правове регулювання та стандарти сільського туризму. Досвід окремих країн, проблеми законодавства України // Відпочинок в українському селі. Порадник організатору відпочинку та власнику садиби. – 2003. – Вип. 5: Туризм сільський зелений. – №1. – С. 9–15.

Tovt M. Pravove rehuliuвання ta standarty silskoho turyzmu. Dosvid okremykh krain, problemy zakonodavstva Ukrainy // Vidpochynok v ukrainskomu seli. Poradnyk orhanizatoru vidpochynku ta vlasnyku sadyby.— 2003.— Вур. 5: Turyzm silskiy zeleniy.— №1.— S. 9—15.

12. Туризм Рівненщини // www.ogo.ua.

Turyzm Rivnenshchyny // www.ogo.ua.

13. *Шульгіна Л.М.* Дослідження особливостей управління маркетингом в туристичних підприємствах України // Формування ринкових відносин.— 2005.— №10.— С. 80—84.

Shulhina L.M. Doslidzhennia osoblyvostei upravlinnia marketynhom v turystychnykh pidpriemstvakh Ukrainy // Formuvannia rynkovykh vidnosyn.— 2005.— №10.— S. 80—84.

14. 100 кращих садиб сільського зеленого туризму України, 22.12.2015 // Сільський зелений туризм. Союз розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Всеукраїнська неприбуткова громадська організація // www.greentour.com.ua.

100 krashchykh sadyb silskoho zelenoho turyzmu Ukrainy, 22.12.2015 // Silskiy zeleniy turizm. Soiuz rozvytku silskoho zelenoho turyzmu v Ukraini. Vseukrainska neprybutkova hromadska orhanizatsiia // www.greentour.com.ua.

15. *Bitner, M.J.* (1990). Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surrounding and Employee Responses. *Journal of Marketing*, 54(2): 69—82.

Стаття надійшла до редакції 15.06.2016.