



DIRUT

•sustainability•creativity•

Практичне заняття № 5 «МАРКЕТИНГ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ (КЕЙС РУМУНІЇ ТА ПОЛЬШІ)»

Викладач: Осаул А.О.



Jean Monnet
Programme



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

План

- 1. Маркетинг сільського туризму як фактор регіонального розвитку в Європі.
- 2. Прямий маркетинг в сфері сільського туризму.
- 3. Особливості маркетингової політики підприємств у сфері сільського туризму Румунії.
- 4. Успішні польські практики просування туристичних продуктів на локальному та міжнародному рівні.



Новітня концепція маркетингу як управління вигідними відносинами з клієнтами (клієнтоцентроване управління).

ПРИРОДА МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ



Сезонність попиту



Високі постійні витрати



Диверсифікований продукт




Маркетингові стратегії

- Цільові ринки (зовнішні ринки, населення, постійні мешканці, промислова діяльність, сфера послуг, зовнішні інвестиції, підтримуюча політика)
- Маркетингові чинники (інфраструктура, місцеве населення, якість життя, ендогенні атракції)
- Фокус група (громадяни, місцева влада, бізнес громада)




Маркетинг в сільському
туризмі включає
наступні ключові
компоненти



Принципи маркетингової
філософії



Імплементування в сфері
туризму



Специфіка застосування в сільському
туризмі, особливі сегменти попиту,
природні характеристики



Концепція інтегрованих маркетингових комунікацій – реклама, зв'язки з громадськістю, персональні продажі, стимулювання збуту задля звернення та впливу на різні групи адресатів комунікацій.



Інформування про якість, властивості туристичного продукту.
Підтримка, інформування, мотивація споживачів.
Створення позитивного іміджу, підтримка репутації, досягнення взаєморозуміння.

Прямий маркетинг в сфері сільського туризму



ANTREC та її філії

Національна асоціація сільського, екологічного та культурного туризму
Заснована в 1994 році, налічує понад 2500 членів в румунській індустрії
ГОСТИННОСТІ.



ANTREC

Об'єднує власників туристичних пансіонатів чи ресторанів зі специфікою, народних майстрів та народних ансамблів, власників або адміністраторів об'єктів культурної або природної спадщини, туристичних агентств, що рекламують та продають туристичні товари, пакети та послуги, спрямовані на туризм у сільській, екологічній та культурних.

Мета – просування маршрутів, напрямків та цілей у галузі культурної спадщини, природної спадщини та нематеріальної спадщини Румунії.

Соціальні мережі

В Румунії, березень 2018,
серед лідерів
соціальних медіа --
Google, Facebook,
Yahoo, OLX,
YouTube, Filelist.ro,
Emag.ro,
Wikipedia, IMDB,
Instagram.



Групи відвідувачів в сільському туризмі Румунії

Composition of groups	Number of respondents	Total frequency (%)	Valid frequency (%)
Alone tourists	14	2.3 %	3.3 %
Members of household	223	37.2 %	52.8 %
Friends	168	28.0 %	39.8 %
Other	17	2.8 %	4.0 %
Sub-total:	422	70.3 %	100.0 %
Non-valid	178	29.7 %	-----
Total:	600	100.0 %	-----

Чинники попиту на продукти сільського туризму Румунії

Aspect	Number of respondents	Total frequency (%)	Valid frequency (%)
Weather	49	8.2 %	8.2 %
Visiting family/friends	53	8.8 %	8.8 %
Relaxing	266	44.3 %	44.3 %
Sightseeing	67	11.2 %	11.2 %
Different cultures	4	0.7 %	0.7 %
Entertainment	7	1.2 %	1.2 %
Change of scenery	16	2.7 %	2.7 %
Cultural activities	9	1.5 %	1.5 %
Sport activities	11	1.8 %	1.8 %
Escape from it all	48	8.0 %	8.0 %
Special interest	8	1.3 %	1.3 %
Price	62	10.3 %	10.3 %
Sub-total:	600	100.0 %	100.0 %
Non-valid	----	----	----
Total:	600	100.0 %	----

Характеристика маркетингових продуктів на ринку сільського туризму Румунії

Service	Number of respondents	Total frequency (%)	Valid frequency (%)
Full-board	201	33.5 %	36.3 %
Half-board	105	17.5 %	19.0 %
Bed and breakfast	45	7.5 %	8.1 %
Self catering	202	33.7 %	36.5 %
Sub-total:	553	92.2 %	100.0 %
Non-valid	47	7.8 %	-----
Total:	600	100.0 %	-----

Освітні переваги сільського туризму в Польщі

1. Навчання в дії.
2. Навчатися методам.
3. Переживання емоцій.
4. Навчання в групах.
5. Веселощі.
6. Знання та відкриття.
7. Розвиток почуттів.
8. Розвиток самовираження.
9. Дослідження сільської культури та спадщини.
10. Набуття досвіду.



Республіка Польща

- The Greenways мережа в Центральній та Східній Європі



Lanckorona Ecomuseum
(Amber Trail Greenways)

Еколого-культурна асоціація
'On the Amber Trail'



Greenways в міжнародній мережі CEG

- [Amber Trail from Budapest to Krakow](#) (Польща, Словаччина, Угорщина), Краков-Гданськ, локальний мережа [Nowa Huta – Dłubnia Greenway](#) в Nowa Huta в Кракові
- [Krakow-Moravia-Vienna Greenway](#) (Польща, Чехія, Австрія), Brno-Vienna Greenway
- [Green Bicycle – East Carpathian Greenway](#) (Польща, Словаччина, Україна)
- [Oder River Trail](#) (Польща);
- [Necklace of the North Greenway](#) (Польща)
- Podlaski Stork Trail (Польща)
- [Prague-Vienna Greenways](#) (Чехія, Австрія) and the [Liechtenstein Heritage Greenway](#)
- [Moravia Wine Trails](#) (Південна Моравія, Чехія)
- [Mineral Water Trail](#), Pine Way, Golden Trail (Румунія)



Центральна та Східно Європейська мережа Greenways

Асоціація екологічного партнерства для сталого розвитку (EPSD), в тому числі фонди-члени, що працюють у Польщі (Fundacja Partnerstwo dla dlarodowiska), Чехії (Nadace Partnerství), Словаччині (Nadácia Ekorolis), Угорщина (Ökotárs Alapítvány), Румунії (Fundatia pentru Parteneriat) та Болгарії.



Культурна спадщина та екомузеї



Екомузей в Ланкорні

спосіб залучення місцевих жителів до пожвавлення цього економічно депресивного села та прилеглих районів, щоб повернути свої історичні традиції через туризм.

Основними визначними пам'ятками екомузею є його незвичайна дерев'яна архітектура, будівлі заміського типу, дерев'яні та цегляні церкви, численні придорожні святині та хрести, а також середовища існування флори та фауни, характерних для гірських регіонів, включаючи захищені види рослин та тварин.





Дякуємо за увагу!



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union