

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Інститут економіки та менеджменту

Кафедра туризму, рекреації та регіонального розвитку

**Бегін Вікторія Ігорівна**

УДК 338.48:502.131.1

(індекс)

## **БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

**«Розробка екологічного туру як інструмент сталого розвитку туризму»**

---

Міжнародний готельно-туристичний бізнес

---

242 Туризм і рекреація

---

**Робота містить результати власних досліджень, використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело:**

Здобувач освітнього ступеня Бегін Вікторія Ігорівна

Науковий керівник к. т. н., доцент Гринюк Вікторія Ігорівна

**Допущено до захисту**

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
(посада) (підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

**Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу**

---

Інститут економіки та менеджменту

---

Кафедра туризму, рекреації та регіонального розвитку

---

Освітній рівень бакалавр

---

Спеціальність 242 Туризм і рекреація

---

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 року

**З А В Д А Н Н Я  
НА БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ**

Бегін Вікторія Ігорівна

---

1. Тема роботи «Розробка екологічного туру як інструмент сталого розвитку туризму»

---

керівник роботи к. т. н., доцент Гринюк Вікторія Ігорівна,  
затверджені наказом закладу вищої освіти від "16" квітня 2025 року №41/8

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи наукові статті, інтернет-джерела

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): розглянути сутність та види екологічного туризму; визначити фактори впливу на розвиток екологічного туризму; здійснити аналіз сучасного стану екологічного туризму в Україні та Івано-Франківській області, включаючи характеристику природно-рекреаційних ресурсів, історико-культурної спадщини і туристичної інфраструктури; розробити основну ідею екологічного туру та альтернативні варіанти; обґрунтувати вибір основного варіанту туру з урахуванням принципів сталого розвитку; здійснити комплектацію основних та додаткових послуг та формування програми перебування; здійснити підбір партнерів і постачальників послуг для виробничого обслуговування туру; розробити технологічну документацію туристичного продукту, включаючи технологічну карту, орієнтовну калькуляцію туру та інформаційний листок до турпутівки; розробити макети рекламних матеріалів туру; запропонувати канали просування розробленого туру; визначити підходи до оцінювання ефективності методів просування розробленого туристичного туру; здійснити розрахунок витрат на просування туру та оцінити їхню потенційну економічну ефективність.

5. Перелік графічного матеріалу (мультимедійна презентація - слайдів).

---

---

---

---

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Гринюк Вікторія Ігорівна, доцент кафедри туризму, рекреації та регіонального розвитку		
Розділ 2	Гринюк Вікторія Ігорівна, доцент кафедри туризму, рекреації та регіонального розвитку		
Розділ 3	Сімків Л.Є., професор кафедри туризму, рекреації та регіонального розвитку		
Нормоконтроль	Побігун О.В. доцент кафедри туризму, рекреації та регіонального розвитку		

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

Номер і назва етапів дипломного проекту (роботи)	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1. Огляд літературних джерел	17.01-21.02	
2. Вступ	17.01-31.01	
3. Розділ 1. Теоретичні засади екологічного туризму та сталого розвитку	31.01-14.02	
4. Розділ 2. Проектування туристичного продукту «Еко-спадщина Карпат» та розробка рекламних матеріалів	14.02-28.02	
5. Розділ 3. Економічне обґрунтування розробки екологічного туру «Еко-спадщина Карпат» та шляхи його просування	14.03-01.05	
6. Написання висновків	02.05-17.05	
7. Перелік посилань на джерела	18.05-20.05	
8. Здача кваліфікаційної роботи на кафедрі	21.05	

Студент \_\_\_\_\_

( підпис )

Бегін В.І.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_

( підпис )

Гринюк В.І.

(прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

Бакалаврська робота присвячена проектуванню екологічного туристичного продукту та розробці комплексу заходів для його просування. Актуальність теми зумовлена стрімким зростанням попиту на екологічний туризм та необхідністю сталого використання природних і культурних ресурсів Карпатського регіону.

У першому розділі проаналізовано теоретичні засади екологічного туризму як інструменту сталого розвитку. Розглянуто сутність та види екотуризму, систематизовано фактори впливу на його розвиток. Проведено комплексний аналіз сучасного стану та потенціалу Івано-Франківської області. Охарактеризовано природно-рекреаційні ресурси, історико-культурну спадщину та наявну туристичну інфраструктуру.

У другому розділі здійснено безпосереднє проектування туристичного продукту. Розроблено основну ідею туру «Еко-Спадщина Карпат» та його альтернативні варіанти. Обґрунтовано вибір основного маршруту з урахуванням принципів сталого розвитку. Сформовано програму перебування шляхом комплектації основних та додаткових послуг. Здійснено підбір потенційних партнерів та постачальників. Розроблено повний пакет технологічної документації. Даний пакет включає технологічну карту туру та інформаційний лист до турпутівки, а також створено макети рекламних матеріалів.

У третьому розділі представлено економічне обґрунтування розробленого туру та стратегію його просування. Охарактеризовано основні канали просування продукту, розроблено орієнтовну калькуляцію його вартості. Визначено підходи до оцінювання ефективності маркетингових заходів, а також виконано розрахунок витрат на просування та оцінено їхню потенційну ефективність.

**Ключові слова:** «Еко-Спадщина», екологічний туризм, Карпати, проектування туру, просування туру, сталий розвиток, туристичний продукт.

## ABSTRACT

The bachelor's thesis is dedicated to the design of ecotourist product and the development of a complex of measures for its promotion. The relevance of the topic is due to the rapid growth in demand for ecological tourism and the need for sustainable use of the natural and cultural resources of the Carpathian region.

In the first chapter, the theoretical foundations of ecological tourism as a tool for sustainable development are analyzed. The essence and types of ecotourism are considered, and factors influencing its development are systematized. A comprehensive analysis of the current state and potential of the Ivano-Frankivsk region is conducted. Natural and recreational resources, historical and cultural heritage, and existing tourist infrastructure are characterized.

In the second chapter, the tourist product is directly designed. The main idea of the "Eco-Heritage Carpathians" tour and its alternative options are developed. The choice of the main route is substantiated, taking into account the principles of sustainable development. The stay program is formed by completing the main and additional services. Potential partners and suppliers are selected. A full package of technological documentation is developed. This package includes a technological tour map and an information sheet for the tour package, and layouts of advertising materials are also created.

In the third chapter, the economic justification of the developed tour and its promotion strategy are presented. The main channels for product promotion are characterized, and an estimated cost calculation is developed. Approaches to evaluating the effectiveness of marketing activities are determined, and promotion costs are calculated, along with an assessment of their potential effectiveness.

**Keywords:** Eco-Heritage, ecological tourism, Carpathians, tour design, tour promotion, sustainable development, tourist product.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>7</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ .....</b>	<b>10</b>
1.1 Сутність та види екологічного туризму.....	10
1.2 Фактори впливу на розвиток екологічного туризму.....	17
1.3 Аналіз сучасного стану екологічного туризму в Україні та Івано-Франківській області.....	21
1.3.1 Характеристика природно-рекреаційних ресурсів.....	21
1.3.2 Характеристика історико-культурної спадщини як ресурсу для екологічного туризму.....	24
1.3.3 Характеристика туристичної інфраструктури.....	28
<b>РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ «ЕКО-СПАДЩИНА КАРПАТ» ТА РОЗРОБКА РЕКЛАМНИХ МАТЕРІАЛІВ .....</b>	<b>36</b>
2.1 Розроблення основної ідеї туру та альтернативних варіантів.....	36
2.2 Обґрунтування основного варіанту туру з урахуванням принципів сталого розвитку.....	40
2.3 Комплектація основних та додаткових послуг та формування програми перебування.....	43
2.4 Підбір партнерів і постачальників послуг для виробничого обслуговування туру.....	51
2.5 Розроблення технологічної документації туристичного продукту.....	54
2.5.1 Розроблення технологічної карти туру.....	54
2.5.2 Розроблення інформаційного листка до турпутівки.....	55
2.6 Розроблення макетів рекламних матеріалів туру.....	57
<b>РОЗДІЛ 3 ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ РОЗРОБКИ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ «ЕКО-СПАДЩИНА КАРПАТ» ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПРОСУВАННЯ .....</b>	<b>62</b>
3.1 Характеристика основних каналів просування туру.....	62
3.2 Розроблення орієнтовної калькуляції туру.....	66
3.3 Підходи до оцінювання ефективності методів просування туристичного туру .....	69
3.4 Розрахунок витрат на просування туру та оцінювання їхньої ефективності.....	72
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>76</b>
<b>ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ НА ДЖЕРЕЛА.....</b>	<b>80</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>84</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** У сучасному світі, що характеризується зростанням екологічної свідомості та прагненням до гармонійного співіснування людини і природи, концепція сталого розвитку набуває першочергового значення. Туристична галузь, як один з найбільш динамічних секторів світової економіки, не є винятком. Традиційні форми туризму часто несуть негативні наслідки для навколишнього середовища і місцевих громад. У відповідь на ці виклики, екологічний туризм виступає як інструмент, що сприяє збереженню природної спадщини, підвищенню екологічної обізнаності та забезпеченню економічних вигод для місцевого населення. Він є одним із найбільш динамічно зростаючих сегментів світової туристичної індустрії, що набуває дедалі більшої популярності і в Україні. Його сутність полягає не лише у подорожах до природних об'єктів, а й у відповідальному ставленні до довкілля та місцевих громад. Екологічний туризм надає можливість задовольнити потреби мандрівників в унікальних, автентичних і культурно насичених враженнях, відходячи від стандартизованих туристичних пропозицій.

Україна, і зокрема такі регіони, як Івано-Франківська область, володіє значним природним та етнокультурним потенціалом для розвитку екологічного туризму, що робить дослідження в цій сфері надзвичайно актуальним. Ефективна розробка та реалізація екологічних турів є ключовим фактором трансформації цього потенціалу на конкурентоспроможні та сталі туристичні пропозиції.

**Мета роботи** полягає у розробці екологічного туру як інструменту сталого розвитку туризму в Івано-Франківській області.

Для досягнення поставленої мети визначено наступні **завдання**:

- розглянути сутність та види екологічного туризму;
- визначити фактори впливу на розвиток екологічного туризму;

- здійснити аналіз сучасного стану екологічного туризму в Україні та Івано-Франківській області, включаючи характеристику природно-рекреаційних ресурсів, історико-культурної спадщини і туристичної інфраструктури;
- розробити основну ідею екологічного туру та альтернативні варіанти;
- обґрунтувати вибір основного варіанту туру з урахуванням принципів сталого розвитку;
- здійснити комплектацію основних та додаткових послуг та формування програми перебування;
- здійснити підбір партнерів і постачальників послуг для виробничого обслуговування туру;
- розробити технологічну документацію туристичного продукту, включаючи технологічну карту, орієнтовну калькуляцію туру та інформаційний листок до турпутівки;
- розробити макети рекламних матеріалів туру;
- запропонувати канали просування розробленого туру;
- визначити підходи до оцінювання ефективності методів просування розробленого туристичного туру;
- здійснити розрахунок витрат на просування туру та оцінити їхню потенційну економічну ефективність.

**Об’єкт дослідження** – процес розробки екологічного туру.

**Предмет дослідження** – екологічний тур як інструмент сталого розвитку туризму в Івано-Франківській області.

Для досягнення поставленої мети та вирішення визначених завдань у процесі дослідження буде використано комплекс наукових методів:

- теоретичні методи, такі як аналіз наукової літератури, синтез, узагальнення, абстрагування – для розкриття сутності та видів екологічного туризму;

- емпіричні методи, а саме порівняльний аналіз для аналізу сучасного стану екологічного туризму в Україні та Івано-Франківській області;
- метод проектування для розробки основної ідеї туру, комплектації послуг та створення технологічної документації;
- економіко-математичні методи: для розрахунку орієнтовної калькуляції туру та оцінки економічної ефективності його просування;
- графічні та табличні методи для наочного представлення результатів аналізу та систематизації інформації.

**Практичне значення одержаних результатів.** Результати дослідження можуть бути використані туристичними операторами, місцевими органами влади та громадами Івано-Франківської області для розробки і просування екологічних турів. Це сприятиме сталому розвитку туризму в регіоні, збереженню природної та культурної спадщини, підвищенню екологічної обізнаності та створенню нових економічних можливостей для місцевого населення.

**Структура роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 41 найменування. Загальний обсяг роботи становить 90 сторінок. Робота містить 12 таблиць та 13 рисунків.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

### 1.1 Сутність та види екологічного туризму

Термін «екологічний туризм» виник наприкінці 1970-х рр. як прямий результат визнання та реакції світу на стійкі та глобальні практики, спрямовані на збереження природи [1 с. 199]. Наразі точне та єдине визначення екологічного туризму відсутнє. Але проаналізувавши різні визначення було виділено три основні підходи до його трактування, що відображено на рис.1.1.



Рисунок 1.1 – Підходи до трактування поняття «екологічний туризм» [2; 3]

Аналізуючи рис. 1.1 можна зробити висновок про те, що акценти розставлені на різні аспекти даного виду туризму.

Було виявлено й те, що всі визначення за змістовним навантаженням зводяться до того, що екологічний туризм є відпочинком на територіях: рекреаційно-привабливих; недоторканих або мінімально порушених людською діяльністю; який включає збереження традиційного життєвого устрою місцевого населення; який ґрунтується на дбайливому ставленні до природної локації.

Розглянемо деякі визначення досліджуваного терміну українськими науковцями. На думку дослідника В. Вишневського під поняттям «екологічний туризм» варто розуміти специфічний вид туризму, сутність якого полягає у відвідуванні місць, що мають порівняно незайману природу, тому являються цінними у природному відношенні об'єктами. При цьому його мета полягає в отриманні задоволення від перебування на природі, розширення знань про неї та оздоровлення [4, с. 4].

Під поняттям «екологічний туризм» окреслюється форма стійкого туризму, що фокусується на відвідуванні незайманих антропогенним впливом природних територій. До нього відносяться подорожі до відносно неспотворених чи не забруднених областей з унікальними природними об'єктами, а території є екзотичними й відмінними від інших [5, с. 8].

Дослідниками О. Табенською та А. Прилуцьким під поняттям «екологічний туризм» розуміється «різновид пізнавального туризму, який надає можливість спостерігати за природними об'єктами, знайомитися з життям живої природи, вивчати зв'язки живих організмів та виконувати заходи природоохоронного характеру» [6].

Дослідник Н. Паньків зауважує, що одним із найважливіших показників екологічного туризму є екологічне просвітництво [3, с. 231].

Ми підтримуємо думку дослідників С. Бардаша та Д. Черниш, які під досліджуваною категорією розуміють не просто вид активного відпочинку, а й глибокий процес пізнання та взаємодії з природою особливостями якого є:

- відвідування недоторканих та природоохоронних територій, адже екотуризм зосереджується на дослідженні незайманих природних ландшафтів, де людина може відчутти єднання з дикою природою;
- науково-пізнавальна складова, бо екотуризм не лише пропонує відпочинок, але й сприяє розширенню знань про флору, фауну, екосистеми та екологічні проблеми;

- культурно-виховний аспект, керуючись яким екотуризм знайомить з місцевими традиціями, культурою та історією, підкреслюючи зв'язок людини з природним середовищем;
- спортивно-оздоровчий фактор, оскільки перебування на природі сприятливо впливає на фізичне та емоційне здоров'я, покращує самопочуття та заряджає енергією;
- акцент на гармонійних стосунках з природою, адже туристи навчаються відповідального ставлення до навколишнього середовища, мінімізуючи негативний вплив на екосистеми;
- формування ресурсозберігаючого стереотипу поведінки, що сприяє розвитку екологічної свідомості та навичок бережливого ставлення до природних ресурсів [7, с. 284]. Дане визначення ми вважаємо найбільш розгорнутим та точним.

Найважливішою метою екологічного туризму є поширення знань про проблеми навколишнього середовища та його захист. Екотуризм служить потужним освітнім інструментом, який поширює інформацію про об'єкти екологічного туризму країни й її межами, а й веде до підвищення усвідомлення цінності її природної спадщини.

Принципами екологічного туризму є [8, с. 20]:

- 1) туризм стимулює та задовольняє потребу спілкування людини з природою;
- 2) подорож у природу, головна мета якої – знайомство з живою природою, місцевими звичаями та культурою;
- 3) дотримання суворих правил поведінки в природному середовищі;
- 4) надання допомоги зі збереження та підтримки стійкого екологічного стану природного довкілля;
- 5) участь у природоохоронних заходах;
- 6) отримання нових знань та навичок екологічного характеру;
- 7) виховання екологічної культури та любові до природи;
- 8) мінімізація наслідків перебування туристів на природній території;

- 9) покращення матеріального стану місцевих жителів та навколишнього природного середовища за рахунок коштів, отриманих від туристів;
- 10) забезпечення соціально-економічного розвитку території;
- 11) сприяння сталому розвитку території.

Цей перелік принципів допомагає відрізнити екологічний туризм від інших видів туризму.

Зауважимо й те, що крім рекреаційної, оздоровчої та пізнавальної функцій для туриста, екологічний туризм має низку позитивних функцій для економічної та соціальної сфер, що відображено на рис. 1.2.



Рисунок 1.2 – Позитивні функції екологічного туризму [9, с. 37]

У науковій літературі існує безліч класифікацій екологічного туризму, але нерідко в основі його класифікації лежить 2 класифікаційні ознаки, а саме [10, с. 274]:

- 1) за місцем проведення;
- 2) за метою подорожі.

За місцем проведення екологічний туризм поділяють на [8, с. 29]:

1) екологічний туризм у межах природних територій, які особливо перебувають під охороною (далі – ООПТ) та в умовах «дикої», непорушеної чи мало зміненої природи.

2) екологічний туризм поза межами об'єктів природно-заповідного фонду у просторі окультуреного чи культурного ландшафту (найчастіше сільського). Часто до цієї групи відносять велику кількість видів туризму – від агротуризму і до круїзів та екотехнологічному лайнері.

Згідно іншої класифікації виділяють такі види екологічного туризму.

1. Науковий екотуризм – це подорожі з метою проведення наукових спостережень та досліджень природи. До цього виду належать різні науково-дослідні експедиції, де туристи стають не просто спостерігачами, а й активними учасниками наукових досліджень, роблячи цінний внесок у вивчення природи, проводячи польові спостереження. Основними об'єктами наукового екотуризму при цьому є об'єктами природно-заповідного фонду: заповідники, заказники, національні парки чи пам'ятки природи. До наукового екотуризму також належать закордонні науково-дослідні експедиції та польові практики студентів природничо-наукових факультетів [11, с. 217].

2. Природно-історичний туризм (пізнавальний) – це вид туризму, який поєднує в собі відпочинок, пізнання природи та знайомство з місцевою культурою. Найчастіше такі тури організуються у формі навчальних, науково-популярних та тематичних екскурсій, які проходять спеціально обладнаними екологічними стежками.

Об'єктами пізнавального екологічного туризму стають окремі найцікавіші для туристів об'єкти живої та неживої природи. У такому разі основними організаторами цих турів є об'єкти природно-заповідного фонду (заповідники, національні природні парки, урочища), які розробляють маршрути своєю територією та створюють необхідну для туристів інфраструктуру, яка не завдає шкоди природі [12, с. 165].

3. Рекреаційний (пригодницький) туризм. Цей вид туризму для тих, хто прагне подорожувати, поєднуючи активний відпочинок на природі з отриманням нових вражень, покращенням фізичної форми та досягненням спортивних результатів.

Рекреаційний екотуризм включає два види:

- активний рекреаційний туризм – це складова частина пригодницького туризму, який передбачає активне пересування та відпочинок, часто вони пов'язані з великим ризиком і належать до екстремальних видів подорожей (альпінізм, скелелазіння, спелеотуризм, гірський та пішохідний туризм, водний, гірськолижний туризм, каньйонінг, кінний туризм, дайвінг, парапланеризм тощо);

- пасивний (пікніки та піші прогулянки) [9, с. 95].

Згідно іншої класифікації екологічний туризм можна поділити на такі напрями: природно-пізнавальний туризм, реабілітаційний туризм, сільський та еколого-етнографічний туризм. Розглянемо особливості даних напрямів [5, с. 43]:

- природно-пізнавальний туризм в першу чергу ґрунтується на потребах людей у процесі спілкування з природою отримувати інформацію про неї. Прикладом цього напрямку можна навести тури з натуралістом. Такі тури включають ботанічні, зоологічні, орнітологічні, геологічні, палеонтологічні подорожі тощо.

- реабілітаційний туризм є одним і наймолодших та найбільш перспективних напрямів екотуризму. Основна мета реабілітаційного туризму – відновлення екосистем за допомогою здійснення реабілітаційних програм. Яскравим прикладом є реабілітаційна програма, що здійснюється в Таїланді, коли відвідувачам центру Кхунг Крабен Бей пропонується посадити мангрове дерево на згадку про відвідування.

- сільський туризм, головною особливістю якого є перебування туриста у сільській місцевості, далеко від промислових підприємств для позбавлення від надмірно високих емоційних та екологічних навантажень, характерних для великих мегаполісів. Під час подорожі турист знайомиться з культурно-історичними особливостями сільської місцевості та бере участь у сільській праці, повністю занурюючись у сільський спосіб життя.

- еколого-етнографічний туризм спрямований на задоволення потреби туриста побачити не тільки непорушену природу, а й познайомитися з побутом і традиціями людей, які протягом століть живуть у гармонії з навколишньою природою.

Основним об'єктом екотуризму є природа. Тому існує класифікація екологічного туризму, складена згідно туристичного об'єкта, що представлена у табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Класифікація екологічного туризму в залежності від об'єкта [13, с. 91]

Назва виду	Об'єкт інтересу туристів
Біотуризм	будь-який об'єкт живої природи
Зоотуризм	тваринний світ
Ботанічний туризм	рослинний світ, рослини-ендеміки
Спостереження за птахами	птахи в природному середовищі
Спостереження за тюленими	тюлені на морському узбережжі
Спостереження за китами	кити у дикій природі
Фотосафарі	дикі тварини та фотогенічна місцевість
Етнотуризм	корінне населення місцевості, його культура, мова та культурні об'єкти
Агротуризм	сільські місцевості, культура та побут сільського населення
Геотуризм	геологічні об'єкти, скелі, мінерали, пам'ятки природи

У табл. 1.2 наведено класифікацію екологічного туризму, що охоплює значну ознак критеріїв.

Таблиця 1.2 – Класифікація екологічного туризму в залежності від об'єкта [14, с. 106]

Ознака	Категорія екологічного туризму
За об'єктами	- екзотичні рослинні заповідники і біоцентри; - природні та природно-антропогенні ландшафти; - біологічні види тварин і птахів; - культурні, археологічні, історичні, етнографічні пам'ятки.

## Закінчення табл. 1.2

За складом туристичної групи	- за віком: дорослі, діти; - за чисельністю групи.
За метою подорожі	- науковий екотуризм; - пізнавальний екотуризм; - рекреаційний екотуризм; - пасивний і активний екотуризм.
За місцем проведення	- в межах особливих природних територій і в умовах «дикої» природи; - поза межами природних територій і акваторій, що охороняються, на просторі окультуреного або культурного ландшафту.
За видом діяльності	- спостереження і вивчення природи з навчанням екологічним знанням; - відпочинок в оточенні природи з емоційними, естетичними цілями; - лікування природними факторами; - тури зі спортивними й пригодницькими цілями.
За видом транспорту	пішохідний; лижний; кінний; велосипедний; автомобільний; авіаційний.
За тривалістю турів	- короткострокові; - середньострокові; - довгострокові.

Таким чином, проаналізовано поняття “екологічний туризм”, його принципи та види. У підсумку визначено, що екологічний туризм – це напрям туризму, який активно розвивається, передбачає організацію подорожі до природних територій, сприяє охороні природи, збереженню унікальних ландшафтів і біорізноманіття, поліпшенню добробуту місцевого населення. З кожним роком видів екотуризму стає дедалі більше, що практично гарантує, що кожен із «зелених» мандрівників знайде те, що відповідає його запитам.

## 1.2 Фактори впливу на розвиток екологічного туризму

Сталий розвиток екологічного туризму набуває все більшої актуальності у сучасному світі, виступаючи критичною відповіддю на глобальні виклики, такі як зміна клімату, стрімка втрата біорізноманіття та нагальна потреба у забезпеченні соціально-економічних вигод для місцевих громад [15; 16]. Цей сегмент туристичної індустрії демонструє надзвичайне зростання, становлячи приблизно 25% світового туризму та збільшуючись на 20% щорічно. Таке динамічне розширення є не просто

статистичною тенденцією, а відображенням глибинного суспільного зсуву в сторону свідомого споживання та підвищеної екологічної обізнаності серед мандрівників. Очікується, що протягом 2023-2028 рр. він досягне середньорічного темпу зростання 16,13% [17].

Екотуризм традиційно прийнято розуміти та позиціонувати як важливий компонент сталого розвитку природних територій, адже розвиток екологічного туризму створює робочі місця для місцевого населення, приносить інвестиції, забезпечує надходження грошей до бюджету за рахунок оподаткування, які потім можна реінвестувати у такі важливі галузі, як освіта та охорона здоров'я. Екотуризм також впливає і на розвиток територій: об'єкти та інфраструктура (нові дороги або магазини), створені для туризму можуть використовуватися і місцевими жителями.

Проте екологічний туризм також схильний до впливу численних факторів. При цьому фактори, будучи основою туристських ресурсів є визначальними під час вибору туристами того чи іншого місця для рекреаційного відпочинку.

Можна виділити три основні фактори, що впливають на розвиток екологічного туризму:

1) приналежність території до об'єктів природно-заповідного фонду, яким характерне особливе природоохоронне, наукове, культурне, естетичне, рекреаційне та оздоровче значення. Вони являють один з ключових інструментів збереження великих екосистем та підтримки стабільності природних умов у масштабах регіонів. В межах об'єктів природно-заповідного фонду містяться ліси, озера, річки, болота, ландшафти й узбережжя. Це сприяє залученню в регіон великої кількості туристів та активному розвитку екологічного туризму [2, с. 48].

З метою збереження такого біорізноманіття території може використовуватися схема розташування видів туризму по відношенню до міських та особливо охоронюваних територій, що наведена у Додатку А. Ця схема показує, в якому природному середовищі і який вид туризму може функціонувати поза об'єктами природно-заповідного фонду, не порушуючи внутрішньої природної складової.

2) Біорізноманіття території. Даний фактор відіграє важливу роль у формуванні екологічного туризму. Усі типи біологічної різноманітності взаємопов'язані між собою: ландшафти, водні об'єкти, тваринний світ, ґрунтово-рослинний покрив. Відповідно різноманітність екосистем та ландшафтів створює умови для розвитку екологічного туризму.

3) Погодно-кліматичні умови – один із важливих факторів, що впливає на розвиток екологічного туризму в будь-якому регіоні. Оцінка кліматичних умов та їх сприятливість у місці формування екологічного туризму дають можливість визначити вид туризму даної місцевості. Якщо район має нестійкий клімат, з частими змінами погоди та стихійними лихами, то про повноцінне його використання як еко-туристичного центру говорити неможливо. Необхідно також враховувати, що природні явища може стимулювати підйоми або спади туристичної активності [2, с. 166].

Комплекс факторів, що впливають на розвиток екологічного туризму також можна умовно розділити на групи, що відображені на рис. 1.3.



Рисунок 1.3 – Фактори впливу на розвиток екологічного туризму [18;19]

При цьому до природно-кліматичних факторів відносять: кліматичні, географічні та екологічні умови, наявність та достатність природних ресурсів тощо. Ресурсні фактори мають передбачати наявність кваліфікованих кадрів, які володіють необхідними знаннями, навичками та досвідом для виконання завдань; доступ до

необхідних матеріалів, обладнання та інструментів для втілення проекту в життя; забезпечення фінансування проекту, яке включає оплату праці, закупівлю матеріалів та інші витрати. До політичних факторів відноситься геополітична обстановка, політична стабільність тощо. Соціальними факторами розвитку передбачається вплив соціальної напруги, зайнятість населення, демографічні показники тощо. Ринковими – наявність конкурентів, вибагливих споживачів чи спеціалізованого попиту. До факторів державного регулювання належать грошово-кредитна політика, бюджетна політика, регіональна політика, сертифікація продукції, ліцензування тощо [20; 21].

Позитивний ефект від перерахованих факторів забезпечує розвиток та становлення екологічного туризму в країні, що сприятиме покращенню економічної діяльності та можливому розв'язанню певних соціальних питань.

Зміна структури попиту на ринку туризму, де масовий туризм втрачає позиції, а індивідуальний туризм набирає обертів, відкриває нові можливості для розвитку екологічного туризму. Тому іншими факторами, що є опорою для розвитку екологічного туризму є [22, с. 105]:

- використання джерел альтернативної енергії – під час проведення екологічних турів можна пропонувати різні послуги шляхом використання джерел альтернативної енергії. Наприклад використання сонячної енергії дозволяє організувати зарядні станції для гаджетів, автономне освітлення кемпінгів та стежок, підігрів води в душ. Для агротурів ідеально підходить енергія біомаси та біогазу, що забезпечує опалення садиб та приготування їжі на газу з органічних відходів тощо;

- пропозиція екологічно чистих умов – наприклад, можливість переробки використаних ресурсів та їх відходів;

- використання передових екологічних технологій у транспортній системі;

- використання транспортних засобів з екологічно безпечними видами палива, або використання швидкісних електричних поїздів тощо.

- поява на ринку туроператорів, що спеціалізуються на розробці екологічних турів.

До факторів, що гальмують розвиток екологічного туризму, можна віднести [22; 24]:

- недостатню поінформованість (наприклад, не всі знають, що на територію заповідника можна потрапити);
- недостатня свідомість населення;
- думка про те, що такий відпочинок супроводжується відсутністю комфорту та великими фізичними навантаженнями;
- важкодоступність (дорога у віддалені регіони може бути дорогою та витратною за часом).

Отже, розвиток екологічного туризму залежить від комплексної взаємодії різноманітних факторів. Ключову роль відіграють природні передумови до яких можна віднести: наявність об'єктів природно-заповідного фонду, багате біорізноманіття й сприятливі кліматичні умови. Вони формують базовий інтерес туристів. Однак, на становлення екологічного туризму суттєво впливають ринкові, політичні, соціальні, ресурсні та регуляторні чинники. Завдяки ним створюється сприятливе середовище для інвестицій. Аналіз сучасних драйверів розвитку дозволив визначити такі фактори, як: зміна споживчого попиту в бік індивідуальних подорожей; впровадження інноваційних екологічних практик. Водночас, розвиток гальмується такими перешкодами, як недостатня поінформованість населення, стереотипи про відсутність комфорту та важкодоступність територій. Для їх подолання необхідне застосування системного підходу.

### **1.3 Аналіз сучасного стану екологічного туризму в Україні та Івано-Франківській області**

#### **1.3.1 Характеристика природно-рекреаційних ресурсів**

Україна володіє значним природним потенціалом та багатою природною спадщиною, що створює сприятливі умови для розвитку екологічного туризму. До

війни загальна територія, придатна для відпочинку і туризму, становила 9,4 млн га, що дорівнювало 15,6% від загальної площі країни [25; 26].

Основою розвитку екотуризму в Україні є розгалужена мережа природних територій, що охороняються. До об'єктів екотуризму належать природні та культурні пам'ятки, біосферні заповідники, національні природні та регіональні ландшафтні парки, природно-антропогенні ландшафти, лісові масиви, а також екзотичні рослини і тварини [22, с. 18].

Українські Карпати є одним з найбільш сприятливих регіонів для екотуризму завдяки унікальним природним ресурсам, високій лісистості, густій мережі гірських річок, скельним відслоненням, наявністю природно-заповідних територій та унікальному етнічному колориту. Тут розташовані такі відомі туристичні об'єкти, як Національний природний парк «Синевир» у Закарпатті, який є однією з найбільш відвідуваних туристичних зон у Карпатському регіоні. У 2023 р. його відвідало понад 186,1 тис. туристів [27; 28; 29]. Карпатський біосферний заповідник також є однією з найвідоміших туристичних дестинацій, що приваблює значну кількість відвідувачів з різних країн.

Водні ресурси України, включаючи річки та озера, море також є привабливими для екотуризму. Прикладами об'єктів екотуризму є Шацькі озера на Волині, Дністровський каньйон у Тернопільській області, та Дунайський біосферний заповідник на Одещині. Ці об'єкти пропонують можливості для водних мандрівок, спостереження за унікальною флорою та фауною [30].

Ліси є наступним ключовим компонентом природно-рекреаційного потенціалу, забезпечуючи свіже повітря, чисте довкілля та зберігаючи біорізноманіття. В Україні існують різні типи лісів, від дубових і букових до ялицевих і ялинових, кожен з яких має свою привабливість. Поліський природний заповідник, наприклад, охороняє унікальні природні комплекси Полісся. Вони включають болота, ліси, озера та річки. Даний заповідник має наукове та освітнє значення [31, с. 9].

Івано-Франківська область при цьому має значний природно-ресурсний потенціал для розвитку екологічного туризму, оскільки є частиною Карпатського регіону та характеризується різноманітним ландшафтом, що включає гірські, передгірні та рівнинні території. Провівши дослідження виявлено, що на території Івано-Франківської області налічується 526 природно-заповідних територій та об'єктів загальною площею 223,852 тис. га, що становить 16,07% від загальної площі області. Серед них 30 об'єктів мають загальнодержавне значення (108,7 тис. га), а 426 – місцеве (86,89 тис. га). До них належать національні природні парки, такі як Карпатський НПП (50,3 тис. га), Галицький НПП (14,3 тис. га), НПП «Гуцульщина» (32,2 тис. га), та Верховинський НПП (понад 12 тис. га). Також є регіональні ландшафтні парки, зокрема «Дністерський» та «Поляницький» [32].

Карпати в межах Івано-Франківської області є ключовим рекреаційним ресурсом. Популярними гірськими вершинами є Говерла (2061 м) та Піп Іван (2026 м), до яких прокладені гірські маршрути. Горгани та Чорногірський хребет також пропонують мальовничі маршрути. Скелі Довбуша неподалік Болехова є популярним місцем для масового відпочинку та скелелазіння [33].

Івано-Франківська область багата також і на водні ресурси, що представлені розгалуженою системою річок, які впадають до басейнів Прута та Дністра. Найбільшими притоками Дністра є Свіча, Лімниця та Бистриця, а Прута – Пістинька, Рибниця та Черемош. Гірські річки, такі як Білий і Чорний Черемош, Прут, Лімниця, використовуються для водних туристичних маршрутів, зокрема сплавів. Найкращий час для сплавів – кінець квітня – перша декада травня. Дністровський каньйон зі своїми унікальними гротами та водоспадами також пропонує можливості для водного туризму. Високогірні озера, такі як Несамовите, Бребенескул, Марічейка на Чорногірському хребті, є привабливими для пішохідного екотуризму.

Лісовий фонд Івано-Франківської області становить 612,2 тис. га, з яких 551,4 тис. га вкрито лісовою рослинністю, що складає 40,5% адміністративної площі. Ліси Івано-Франківщини, зокрема букові праліси та старовікові ліси, є важливими

оберегами гір та долин. Область активно долучається до екологічних проєктів, таких як «Озеленення планети» та «Масштабне заліснення України», що сприяє відновленню лісових масивів [30].

Крім гірських та водних об'єктів, область має інші унікальні ландшафти, такі як Вовчинецькі гори поблизу Івано-Франківська, Тисовий заповідник у Коломийському районі, що охороняє найбільшу природну ділянку тиса ягідного в Україні, та скелі «Писаний камінь» у Верховинському районі з наскельними зображеннями.

Отже, Івано-Франківська область, як і вся Україна, має значний природно-рекреаційний потенціал для розвитку екологічного туризму. Це підтверджується наявністю розгалуженої мережі природних територій, що охороняються, таких як національні природні парки («Синевир», Карпатський, Галицький, «Гуцульщина», Верховинський), біосферні заповідники та регіональні ландшафтні парки. Регіон характеризується різноманітним ландшафтом, включаючи гірські вершини (Говерла, Піп Іван), мальовничі скелі (Довбуша, Писаний камінь), густу мережу гірських річок та озер (Несамовите, Бребенескул), а також значний лісовий фонд, що складає понад 40% площі області [10, с. 247]. Перелічені ресурси створюють сприятливі умови для різноманітних видів екотуризму, від пішохідних та водних маршрутів до спостереження за унікальною флорою та фауною, а активна участь регіону в екологічних проєктах сприяє збереженню та відновленню природної спадщини.

### **1.3.2 Характеристика історико-культурної спадщини як ресурсу для екологічного туризму**

Культурна спадщина є важливим ресурсом для процвітання місцевого та регіонального розвитку, включно з туризмом. З економічної точки зору, туризм розглядається як важливий чинник розвитку регіонів, які мають значний природний та історико-культурний потенціал. Історико-культурна спадщина відіграє ключову роль у формуванні туристичної привабливості, хоча її вплив може бути неочевидним без належної підтримки інфраструктури та державної політики.

Івано-Франківська область, окрім своїх унікальних природних ресурсів, володіє надзвичайно багатою та різноманітною історико-культурною спадщиною, яка є важливим ресурсом для розвитку екологічного туризму. Інтеграція цих двох компонентів дозволяє створювати унікальні туристичні продукти, що задовольняють потреби мандрівників у пізнанні природи та культури регіону. До об'єктів історико-культурної спадщини області належать:

1. Архітектурні пам'ятки. Історико-культурна спадщина Івано-Франківської області багата на унікальні архітектурні пам'ятки, які свідчать про її давню та насичену історію. Інтеграція цих об'єктів в еко-туристичні маршрути дозволяє розширити пізнавальний аспект подорожей, поєднуючи красу природи з зануренням у культурне надбання регіону. Серед архітектурних пам'яток варто виділити:

– замки та фортеці. Область відома своїми оборонними спорудами, які є мовчазними свідками минулих епох та відігравали важливу роль у захисті територій. Ці об'єкти пропонують не лише історичну цінність, а й часто розташовані у мальовничих місцях, що робить їх привабливими для еко-туризму. Яскравим прикладом є Пнівський замок (XVI-XVII ст.). Залишки цієї фортеці, розташовані поблизу Надвірної, можуть стати важливою складовою пізнавальних екомаршрутів. Туристи можуть поєднати вивчення фортифікаційної архітектури та історії з прогулянками навколишніми природними ландшафтами, що створює комплексний досвід. Також варто відмітити і Манявський Скит (XVII ст.). Цей давній монастир-фортеця є унікальним об'єктом, що гармонійно поєднує релігійну архітектуру з мальовничою природою Карпат [34, с. 56]. Його розташування серед гір та лісів пропонує широкі можливості для розвитку духовного туризму (паломництва) та пізнавального екотуризму, де відвідування святині доповнюється спокоєм та красою природи. Наступною визначною архітектурною пам'яткою є Галицький замок. Залишки цього давнього укріплення, що було столицею Галицько-Волинського князівства, можуть бути інтегровані у маршрути, які поєднують історію та природу Дністровського каньйону. Це дозволяє туристам вивчати середньовічну історію та

насолоджуватися унікальними природними пейзажами однієї з найгарніших річок України [35];

– унікальні дерев'яні церкви Івано-Франківської області є справжніми перлинами регіону, багато з яких визнані об'єктами Світової спадщини ЮНЕСКО. Їхнє розташування часто співпадає з мальовничими природними ландшафтами, що робить їх ідеальними об'єктами для еко-культурних турів. Наприклад, церква Святого Духа в Рогатині (XVII ст.) одна з найстаріших та найцінніших дерев'яних церков в Україні. Її відвідування може бути інтегроване в еко-маршрути з акцентом на давню архітектуру та релігійні традиції регіону. При цьому це може поєднуватися з дослідженням місцевих природних об'єктів. Варто відмітити церкви Гуцульщини та Покуття. Розташовані у віддалених гірських селах, ці церкви є збереженими зразками народної дерев'яної архітектури. Їх відвідування дозволяє туристам зануритися в автентичну культуру та насолодитися незайманою природою. Це ідеальні об'єкти для розробки пішохідних або веломаршрутів, що поєднують активний відпочинок з культурним досвідом;

– міську забудову. Історичні центри міст Івано-Франківської області зберігають автентичну забудову, що відображає архітектурні стилі різних епох – від австро-угорського періоду до більш пізніх забудов [34]. Тут варто відмітити:

– історичний центр Івано-Франківську з ратушею, площами та старовинними вулицями;

– Галич, що зберігає пам'ятки княжих часів;

– Коломию, яка відома своєю архітектурою та Музеєм писанки;

– Надвірна, що має цікаві архітектурні елементи.

Пішохідні екскурсії цими містами можуть бути інтегровані в еко-тури, надаючи туристам можливість поєднати вивчення міської історії з відпочинком на природі, розташованій поблизу міст.

2. Етнографічна спадщина Івано-Франківської області є надзвичайно цінним ресурсом для розвитку екологічного туризму, оскільки вона дозволяє туристам зануритися в автентичну культуру регіону та зрозуміти її тісний зв'язок з природним середовищем. В першу чергу, до етнографічної спадщини відносяться традиції та звичаї. Регіон є одним з найяскравіших осередків Гуцульщини та Покуття, які зберегли унікальні традиції, обряди та звичаї. Це створює величезний потенціал для еко-туризму, оскільки дозволяє туристам не просто спостерігати, а й активно занурюватися у місцевий колорит. Екотури можуть пропонувати участь у народних святах (наприклад, свято Полонини, Різдво, Великдень з їхніми унікальними місцевими обрядами), відвідування традиційних весіль чи інших родинних подій, що надає незабутній досвід та сприяє збереженню культурної спадщини [33].

Багатство народних промислів та ремесел є однією з візитівок Прикарпаття. Їхня інтеграція в екотуризм дозволяє туристам не лише ознайомитися з унікальними виробами, а й долучитися до процесу їх створення, що підвищує цінність подорожі. До найвідоміших ремесел належать [35]:

- різьбярство, а саме вироби з дерева (посуд, меблі, прикраси), які мають високу художню цінність та відомі на весь світ. Майстер-класи з різьбярства можуть стати частиною еко-туру;
- традиційне гончарство, зокрема Опішнянська кераміка (хоча Опішня розташована на Полтавщині, на Прикарпатті також є розвинені гончарні традиції, особливо на Покутті), вироби якої є унікальними зразками народного мистецтва;
- ткацтво, яке включає вишивку (особливо гуцульську, з її різноманітними візерунками та техніками) та килимарство;
- писанкарство – мистецтво розпису писанок є глибоко символічним і має багатовікову історію.

Екотури можуть включати майстер-класи з традиційних ремесел, де туристи зможуть власноруч створити сувеніри, відвідування музеїв народного мистецтва та безпосередню взаємодію з місцевими майстрами. Це дозволяє туристам не лише

спостерігати, а й долучатися до створення культурних цінностей, одночасно сприяючи збереженню цих унікальних ремесел та забезпечуючи дохід місцевим громадам.

Місцева кухня з її унікальними стравами та продуктами є невід'ємною частиною етнокультурної спадщини. Вона відображає історію, спосіб життя та природні особливості регіону. Тому еко-тури можуть пропонувати дегустацію традиційних страв, приготованих за старовинними рецептами, з використанням локальних органічних продуктів. Це може бути, наприклад, банош, бринза, грибна юшка, гуцульський куліш, різноманітні трав'яні чаї [36; 37]. Організація гастрономічних турів або відвідування місцевих ферм та сироварень може стати окремим напрямком еко-туризму.

3. Музейна справа в Івано-Франківській області є важливою складовою історико-культурної спадщини, яка може бути ефективно інтегрована у розвиток екологічного туризму. Регіон володіє розгалуженою мережею музеїв, що охоплюють різноманітні аспекти історії, етнографії, мистецтва та культури Прикарпаття. Ці заклади не лише зберігають цінну спадщину, а й виступають освітніми та пізнавальними центрами для туристів.

Івано-Франківська область багата на релігійні об'єкти різних конфесій, що представляють інтерес для туристів, які шукають духовного збагачення та пізнання. Ці місця часто розташовані у природно мальовничих локаціях, що дозволяє поєднати духовний аспект з екологічним туризмом [31, с. 32].

Отже, історико-культурна спадщина Івано-Франківської області є надзвичайно цінним ресурсом для розвитку екологічного туризму. Інтеграція архітектурних пам'яток, етнографічних традицій, народних промислів, музейної справи та духовної спадщини в еко-маршрути дозволяє створювати унікальні туристичні продукти. Ці продукти не лише задовольняють пізнавальні потреби туристів, але й сприяють збереженню культурної ідентичності регіону, підтримці місцевих громад та сталому розвитку туризму.

### 1.3.3 Характеристика туристичної інфраструктури

Розвиток екологічного туризму в Україні має значний потенціал, проте його реалізація значною мірою залежить від стану та розвитку туристичної інфраструктури. Вона відіграє ключову роль у його розвитку, адже забезпечує комфортне перебування туристів, доступність до природних та культурних об'єктів, а також якісне обслуговування.

В Івано-Франківській області, з її значним природним та історико-культурним потенціалом, розвиток відповідної інфраструктури є критично важливим для реалізації можливостей екотуризму [36, с. 145].

Інфраструктура розміщення є фундаментом туристичної привабливості будь-якого регіону, а для екотуризму вона набуває особливого значення. Вона має гармонійно поєднувати комфорт з принципами екологічної відповідальності. Наразі в Івано-Франківській області спостерігається зростання та диверсифікація пропозицій щодо розміщення, які відповідають концепції екологічного туризму.

Серед інфраструктури розміщення виділяються еко-готелі та садиби зеленого туризму. Даний сегмент є рушієм розвитку екотуризму в регіоні. Івано-Франківська область демонструє зростаючу кількість об'єктів розміщення, які активно інтегрують принципи екологічності у свою діяльність. Це включає [38; 39]:

- використання відновлюваних джерел енергії (сонячних батарей для нагріву води або генерації електроенергії), що зменшує вуглецевий слід готелю;
- мінімізація відходів, в межах чого реалізується впровадження систем сортування сміття, компостування органічних відходів, використання багаторазового посуду й текстилю;
- пропозиція органічного харчування. Для цього здійснюється співпраця з місцевими фермерськими господарствами для забезпечення гостей свіжими, екологічно чистими продуктами, що підтримує локальну економіку та скорочує логістичні витрати;
- застосування технологій економії води у сантехніці та системах поливу.

Садиби зеленого туризму, особливо розташовані в живописних гірських районах, таких як Яремче, Ворохта, Верховина, надають унікальну можливість зануритися в автентичну атмосферу та проживати у безпосередній близькості до природи. Вони часто пропонують традиційний дизайн, екологічні матеріали в будівництві та інтеграцію у місцевий сільський спосіб життя.

Для туристів, які віддають перевагу ближчому контакту з природою, але не готові відмовлятися від певного рівня комфорту, активно розвиваються облаштовані кемпінги та сучасні глемпінги. Кемпінги являють собою спеціально відведені та облаштовані ділянки для розміщення наметів або автофургонів. Вони мають базову інфраструктуру (вода, санітарні вузли, місця для приготування їжі) [9]. Кемпінги дозволяють любителям «дикого» відпочинку перебувати в природних умовах.

Глемпінги – це сучасні, комфортабельні намети, юрти або невеликі будиночки, оснащені всіма зручностями (ліжка, меблі, іноді навіть санвузли та електрика) [40, с. 31]. Вони пропонують високий рівень комфорту в природних умовах, мінімізуючи при цьому вплив на довкілля завдяки використанню екологічних матеріалів та енергозберігаючих рішень (рис. 1.4).



Рисунок 1.4 – Глемпінг в Карпатах

Також, у високогірних районах Карпат для пішохідних туристів та альпіністів існують традиційні гірські притулки та колиби. Притулки – прості будівлі, що надають базові умови для ночівлі (спальні місця, піч). Вони є ключовими для безпеки туристів на довгих маршрутах. Колиби ж представляють собою традиційні пастуші або лісорубські будиночки, які іноді використовуються для тимчасового розміщення або відпочинку під час походів. Ці об'єкти пропонують автентичний, хоча і мінімалістичний, досвід проживання, повністю інтегрований у гірське середовище, що є привабливим для тих, хто шукає справжнього єднання з природою.

Наразі області функціонує понад 500 рекреаційних закладів різних форм власності на 20 тис. місць, що дозволяє нарощувати лікувально-оздоровчі, туристичні послуги. Особливо популярним є сільський зелений туризм: до 800 сільських господарів приймають туристів у своїх садибах, пропонуючи зручну систему поселення, близькість до природи, співвідношення «ціна-якість» та домашню атмосферу [27].

Транспортна інфраструктура є важливою для розвитку екотуризму, адже вона забезпечує доступність до природних та культурних об'єктів. Івано-Франківська область має розвинену транспортну інфраструктуру, що включає автомобільний, залізничний та авіаційний транспорт. Укрзалізниця запустила нові міжнародні та внутрішні потяги, що проходять через Івано-Франківську область, покращуючи доступність регіону. Проте, стан доріг до деяких туристичних об'єктів, особливо у гірських районах, може бути проблематичним, з ґрунтовими дорогами та майже відсутністю доріг безпосередньо у парках [23, с. 5].

Розвиток мережі автомобільних доріг є важливим для забезпечення доступності до віддалених природних об'єктів. Проте, у контексті екотуризму, акцент робиться на дорогах з мінімальним впливом на навколишнє середовище. Це означає перевагу ґрунтових доріг та стежок, які дозволяють туристам глибше зануритися в природу, уникаючи асфальтованих магістралей. Залізничний транспорт є більш екологічним

видом транспорту, ніж автомобільний, оскільки він має менший вуглецевий слід на одного пасажера. Наявність залізничних станцій у великих туристичних центрах Івано-Франківської області, таких як Івано-Франківськ, Яремче та Ворохта, дозволяє туристам дістатися до регіону, мінімізуючи вплив на довкілля. Це сприяє розвитку сталого туризму.

Наразі в області активно розвиваються велосипедні маршрути, що сприяють активному та екологічному пересуванню туристів. Розвиток велосипедної інфраструктури, включаючи велодоріжки та пункти прокату велосипедів, заохочує туристів використовувати цей вид транспорту для дослідження регіону, що зменшує викиди парникових газів та шум [42, с. 27]. Облаштування та маркування пішохідних стежок у національних парках та заповідниках є ключовим для екотуризму. Воно включає:

- інформаційні таблички, які надають туристам інформацію про флору, фауну, історію та правила поведінки в заповідних зонах;
- місця для відпочинку (облаштовані лавки, альтанки та місця для пікніків);
- сміттєві баки для збору сміття та забезпечення чистоти природного середовища.

Ці елементи транспортної інфраструктури в Івано-Франківській області сприяють розвитку екологічного туризму, забезпечуючи доступність до природних об'єктів, мінімізуючи вплив на довкілля та підвищуючи комфорт для туристів.

Ефективна інформаційна інфраструктура є наступним ключовим елементом для розвитку екотуризму. Вона забезпечує туристам доступ до необхідних даних для планування подорожей, навігації та розуміння особливостей регіону. Серед інформаційної інфраструктури варто виділити туристичні інформаційні центри. Вони є основними пунктами для надання туристам актуальної інформації. У таких центрах мандрівники можуть отримати відомості про [39, с. 104]:

- еко-маршрути та їхні особливості (складність, тривалість, рекомендоване спорядження);

- природні об'єкти (заповідники, водоспади, вершини) та їхні унікальні риси;
- правила поведінки в заповідних зонах для мінімізації впливу на довкілля;
- місцеві традиції та звичаї, що дозволяє глибше зануритися в культуру;
- послуги розміщення, харчування та інші супутні сервіси в регіоні тощо.

Розробка цифрових інформаційних платформ є сучасним та ефективним способом комунікації з туристами. Вони можуть містити: карти маршрутів, які є інтерактивними з GPS-навігацією, позначенням ключових точок, місць відпочинку та джерел води; описи об'єктів, що включають детальний опис природних, історичних та культурних об'єктів; рекомендації щодо безпеки, надаючи інформацію про потенційні ризики на маршрутах, правила безпечної поведінки в горах та лісах; поради щодо етичної поведінки (такі як мінімізація сміття та повага до місцевої культури); актуальні новини, що інформують про зміни в маршрутах, погодні умови та заборони.

Розміщення інформаційних стендів та вказівників безпосередньо на території національних парків, заповідників та вздовж туристичних маршрутів є надзвичайно важливим для навігації та інформування туристів «на місці». Вони можуть містити: карти ділянки маршруту, відстані до ключових точок; інформацію про місцеву флору та фауну; правила поведінки та заборони в конкретній зоні; вказівники напрямку та відстані до наступних пунктів.

На сьогодні в області діє мережа з 8 туристично-інформаційних центрів. У 2023 р. було облаштовано та марковано нові туристичні маршрути, створено туристичні притулки та зони відпочинку, оновлено туристичну інформацію. Розроблено гірські, водні, пішохідні, лижні, автомобільні та велосипедні маршрути, включаючи відомий маршрут «Прикарпатське кільце». Також створено віртуальні тури експозицій 5 музеїв області в рамках проекту «Музей у смартфоні» [27].

Інфраструктура харчування для екотуризму має не лише задовольняти базові потреби туристів, але й підкреслювати автентичність регіону та сприяти сталому розвитку через підтримку місцевих виробників. Тому наявність закладів харчування,

що пропонують традиційну місцеву кухню, є важливим елементом культурного занурення. Для екотуризму особлива цінність надається тим закладам, які:

- використовують локальні органічні продукти, вирощені місцевими фермерами. Це може включати страви з грибів, ягід, молочних продуктів, м'яса, що виробляються в регіоні;
- практикують концепцію «від ферми до столу», демонструючи прозорість походження інгредієнтів;
- дотримуються принципів мінімізації відходів та екологічної відповідальності.

Доступність магазинів, що продають органічні продукти, вирощені місцевими фермерами, дозволяє туристам самостійно обирати продукти для приготування їжі або придбавати місцеві сувеніри. Це також сприяє підтримці місцевої економіки та розвитку органічного землеробства в регіоні. Такі магазини можуть пропонувати: свіжі органічні овочі, фрукти та ягоди; натуральні молочні продукти, сири, мед; традиційні хлібобулочні вироби; вироби місцевих ремісників.

Інтеграція цих елементів інфраструктури дозволяє створити цілісний та привабливий екологічний тур, що забезпечує туристам не лише комфорт, а й глибоке занурення в природну та культурну спадщину Івано-Франківської області.

Серед інших елементів інфраструктури варто виділити:

- наявність медичних пунктів та швидкої допомоги у туристичних центрах;
- наявність гірських рятувальних служб для забезпечення безпеки туристів;
- створення центрів, що проводять освітні програми з екології, біорізноманіття та сталого розвитку.

Щодо проблем інфраструктури, то основною є нерівномірний розподіл туристичних потоків. Адже 80-90% туристів відвідують Карпати, не знаючи про альтернативні напрямки, такі як Опілля. Це призводить до надмірного навантаження на популярні локації. Крім того, спостерігається недостатній рівень розвитку

туристичної інфраструктури, неналежна якість та асортимент послуг, недостатня кількість готелів, а також примітивний рівень реклами та інформаційного сервісу. Багато громад не мають туристичних стратегій та фахівців, відповідальних за розвиток туризму [22].

Отже, розвиток екологічного туризму в Івано-Франківській області значною мірою залежить від стану та подальшого вдосконалення туристичної інфраструктури, яка забезпечує комфорт, доступність до об'єктів та якісне обслуговування. Інфраструктура розміщення активно розвивається, пропонуючи еко-готелі, садиби зеленого туризму, кемпінги та глемпінги. Дані засоби розміщення інтегрують екологічні принципи та автентичну атмосферу. Транспортна інфраструктура охоплює мережу доріг, залізничне сполучення, а також розвиток велосипедних та маркованих пішохідних стежок. Ефективна інформаційна інфраструктура представлена туристичними центрами, цифровими платформами, що надають дані про маршрути, об'єкти та правила поведінки. Інфраструктура харчування підкреслює місцеву кухню з локальними органічними продуктами та доступність еко-магазинів. Інші елементи включають медичні, рятувальні служби та еко-освітні центри, що в комплексі формує цілісний та привабливий екологічний тур, сприяючи зануренню в природну та культурну спадщину регіону.

## РОЗДІЛ 2

### ПРОЕКТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ «ЕКО-СПАДЩИНА» КАРПАТ ТА РОЗРОБКА МАКЕТІВ РЕКЛАМНИХ МАТЕРІАЛІВ

#### 2.1 Розроблення основної ідеї туру та альтернативних варіантів

Переходячи від теоретичного аналізу факторів розвитку екологічного туризму до практичного етапу проектування, ключовим завданням є створення унікального та конкурентоспроможного туристичного продукту, що відповідатиме сучасним запитам споживачів. Розроблений турпродукт буде орієнтований на поєднання активного відпочинку на природі з освітніми елементами про місцеві екосистеми, гуцульські традиції та принципи сталого життя. Метою є не лише демонстрація мальовничих краєвидів, а й сприяння глибшому зв'язку між туристами та довкіллям, виховання поваги до природи та культурної спадщини.

Цільовою аудиторією для туру «Еко-спадщина Карпат» є сучасні мандрівники, які шукають осмислених, унікальних та екологічно відповідальних вражень. Це, перш за все, екологічно свідомі туристи (віком 25-55 років), мотивовані бажанням зменшити свій вплив на довкілля. Такі туристи шукають еко-дружні варіанти розміщення та активностей. Друга група – це поціновувачі культурної автентичності, які прагнуть брати участь у заходах, що дозволяють їм навчатися та робити внесок у місцеві громади, виходячи за рамки пасивного спостереження. Третя категорія – шукачі унікальних вражень, які прагнуть інтерактивних, оригінальних досвідів, що відображають місцеву творчість та інновації, віддаляючись від стандартизованих пропозицій. Окремо будуть виділені люди, що дбають про здоров'я та безпеку. Ті, які віддають перевагу менш людним, природним середовищам. Також, цільовою аудиторією будуть сім'ї з дітьми, які бажають прищепити відповідальне ставлення до довкілля та шукають освітній та екологічний відпочинок.

Основна ідея туру – поєднання природної краси, культурної спадщини та активного відпочинку. Вона буде втілена у багатоденній програмі під назвою «Еко-

спадщина Карпат». Розроблений тур пропонуватиме збалансовану програму, що включає відвідування ключових природних об'єктів та заповідників, інтерактивні культурні заходи і можливості для фізичної активності. Серед природних об'єктів можуть бути передбачені відвідини:

- озера Синевир – найбільшого гірського озера Карпат, що знаходиться у заповідній зоні;
- водоспаду Шипіт, одного з найкрасивіших у Карпатах;
- гори Говерла – найвищої вершини України, що є популярним маршрутом для сходжень;
- тисячолітніх дубів у Стужиці;
- скеля Слон у Яремче;
- вольєрного господарства у Яремче, де тварини утримуються у напіввільних умовах;
- водоспаду Женецький Гук.

Культурна спадщина буде представлена знайомством з гуцульськими традиціями, міфами та віруваннями, відвідуванням атмосферних селищ, дегустацією місцевої кухні та участю у майстер-класах з традиційних ремесел. Активний відпочинок включатиме піші прогулянки гірськими маршрутами, велосипедні тури екологічно чистими стежками та, за бажанням, кінні прогулянки.

Для задоволення різноманітних потреб цільової аудиторії та адаптації до різних часових обмежень, окрім основного варіанту туру було розроблено альтернативні варіанти туру, що відрізняються за тривалістю та рівнем складності.

Варіант 1 (основний) – «Еко-спадщина Карпат» (5 днів/4 ночі). Даний варіант представляє собою комплексний тур середньої складності, що охоплює збалансований набір ключових природних та культурних об'єктів, пропонуючи цілісний досвід еко-спадщини.

Варіант 2 (скорочений). «Еко-вихідні в Карпатах» (3 дні/2 ночі). Цей варіант фокусується на конкретному мікрорегіоні (Синевирсько-Пилипецький район), пропонуючи легші активності. Він ідеально підходить для коротких поїздок або як вступний досвід до карпатського екотуризму.

Варіант 3 (розширений або екстремальний). Його назва – «Гірські вершини та приховані скарби» (7 днів/6 ночей). Даний варіант передбачає розширену програму, що включає більш складні походи (наприклад, сходження на Говерлу для підготовлених груп). Також, передбачається глибше культурне занурення та відвідування віддалених, менш відомих локацій. Ця програма орієнтована на більш активних та досвідчених мандрівників.

Процес розробки даних варіантів ґрунтувався на тому, що існуючі пропозиції турів у Закарпаття наразі варіюються від 3 до 7 днів, що підтверджує попит на різні тривалості. При цьому різноманіття доступних активностей, таких як піший туризм, велосипедні прогулянки та агротуризм, дозволить створити маршрути з різним рівнем складності й тематичним фокусом, задовольняючи потреби різних сегментів цільової аудиторії.

Важливо зауважити, що широке розмаїття природних та культурних об'єктів Карпат не лише дозволяє створити насичений тур, але й відкриває можливість для альтернативних варіантів туристичного продукту. Це означає, що тур «Еко-спадщина Карпат» може бути не статичною пропозицією, а модульною системою. В ній клієнти зможуть обирати певні «еко-блоки» або «культурні блоки» залежно від своїх інтересів та фізичної підготовки. Адже сучасні мандрівники шукають унікальних, персоналізованих вражень, що вказує на необхідність гнучкості. Модульний підхід, де основний тур є базою, а альтернативні варіанти – це комбінації різних тематичних блоків (наприклад, «Еко-актив», чи «Культурний еко-релакс»), дозволить ефективніше охопити запити цільової аудиторії та максимізувати завантаженість туру, адаптуючись до сезонності та індивідуальних запитів.

Зростаючий попит на здоров'я та безпеку у поєднанні з природним середовищем Карпат, підкреслює потенціал туру як засобу фізичного та морального відновлення. Це означає, що рекламні матеріали та опис туру повинні активно використовувати термінологію, пов'язану зі здоров'ям, психологічним розвантаженням і єднанням з природою.

Підвищена увага до здоров'я та безпеки призвела до вибору дестинацій, що пропонують соціально дистанційовані, менш людні середовища. Адже Карпати, як природний регіон, за своєю суттю відповідають цим критеріям. Більше того, зелений туризм допомагає у відновленні гармонії, зміцненні організму та подоланні особистих проблем. Тому, при розробці ідеї туру та його просування, буде здійснюватися акцент на відновленні, детоксикації від міської метушні, зміцненні імунітету через чисте повітря та органічні продукти. Все це буде потужним маркетинговим інструментом, який відповідає глибинним потребам сучасної цільової аудиторії. При цьому магічна, навіть сакральна складова гуцульської культури, де все навколо має душу, є не просто туристичною привабливістю, а фундаментальним принципом, який має бути інтегрований у кожен аспект туру. Це означає, що сталий розвиток у Карпатах не може бути лише про екологію. Він повинен включати глибоку повагу до місцевих вірувань та традицій, перетворюючи туристів з пасивних спостерігачів на учасників, які розуміють і цінують цю сакральність.

Принципи сталого туризму наголошують на культурній цілісності та соціальній користі. Якщо тур ігноруватиме цей аспект або розглядатиме його поверхнево, він не буде по-справжньому «еко-спадщиною». Оскільки не поважатиме глибинну філософію регіону. Для справжньої сталості можна застосовувати інтерактивні розповіді місцевих жителів, участь у символічних обрядах, або акцентування на взаємозв'язку людини та природи в гуцульському світогляді. Це посилюватиме автентичність досвіду та сприятиме збереженню культурної ідентичності.

## **2.2 Обґрунтування основного варіанту туру з урахуванням принципів сталого розвитку**

Обґрунтування туру «Еко-спадщина Карпат» базується на інтеграції принципів сталого розвитку, що забезпечує довгострокову життєздатність продукту та його позитивний вплив на довкілля та місцеві громади. Зауважимо, що сталий туризм є формою туризму, що задовольняє потреби нинішніх туристів та приймаючих регіонів, одночасно захищаючи та розширюючи можливості для майбутнього. Це комплексний підхід, що охоплює збереження довкілля, культурну цілісність, соціальну справедливість та економічну життєздатність. Його важливість у гірських регіонах, таких як Карпати, підкреслюється Міжнародним днем гір ООН, який визнає роль сектора в цінуванні природної та культурної спадщини гір та гірських народів, просуванні сталих продовольчих систем та захисті гірських екосистем. Сталий туризм розглядається як шлях до процвітання та інклюзії для гірських громад. На сьогодні Карпатський регіон стикається з ризиками незворотних деградаційних процесів, забруднення довкілля, виснаження природних ресурсів, знищення й збідніння видового різноманіття, саме тому впровадження принципів сталого туризму має на меті пом'якшити ці негативні тенденції шляхом забезпечення еколого-збалансованого використання природних ресурсів, збереження та відновлення біорізноманіття та підтримки економіки регіону без незворотнього впливу на екосистеми.

Тур «Еко-спадщина Карпат» розроблений у відповідності до принципів та критеріїв сталого розвитку, спираючись на рамкові положення Глобальної ради зі сталого розвитку туризму, якими є:

- екологічні вигоди та принципи. Пріоритетом є еколого-збалансоване використання природних ресурсів і збереження та відновлення біорізноманіття. Тому нами буде здійснюватися вибір маршрутів, що проходять через національні парки та заповідники, з суворим дотриманням правил відвідування. Будуть впроваджені заходи для мінімізації впливу на флору та фауну, особливо рідкісні види. Управління ресурсами передбачатиме заохочення енергозбереження і відповідального

поводження з відходами у місцях проживання та на маршруті. Також буде передбачено використання екобудиночків та місцевих, екологічно чистих продуктів. Зменшення забруднення досягатиметься шляхом використання екологічних видів транспорту (піші та велосипедні прогулянки, кінні прогулянки, вози) та мінімізації шуму;

– соціальні вигоди та принципи. Розроблений тур спрямований на максимізацію користі для громад, відвідувачів та культури і мінімізацію негативного впливу. Це буде досягатися через активне залучення місцевого населення як гідів, постачальників послуг, майстрів для майстер-класів. Тур сприятиме збереженню культурної спадщини, просуваючи гуцульські традиції, фольклор та вірування, а також відвідуючи історичні об'єкти. Забезпечуватиметься, що туризм позитивно сприятиме місцевій економіці та громадам, збагачуючи культурну спадщину;

– економічні вигоди та принципи. Тур сприятиме генеруванню нових робочих місць та диверсифікації доходів для місцевого населення. Підтримка мікроекономіки здійснюватиметься через залучення місцевих постачальників послуг і продуктів. Також передбачається залучення інвестицій з метою ліквідації завданої шкоди довкіллю та підтримки сталого розвитку.

Вибір локацій та активностей ґрунтувався на їх екологічній значущості, культурній автентичності та потенціалі для сталого управління. Пріоритет надавався відвідуванню національних парків та заповідників, де вже існують механізми захисту природи та регулювання туристичної діяльності, таких як НПП «Синевир», заповідник «Горгани», НПП «Сколівські бескиди» та заповідник «Зачарований край». Серед природних об'єктів обираються озеро Синевир, водоспад Шипіт, тисячолітні дуби села Стужиця і вольєрне господарство в Яремче, з акцентом на їх природний стан. Культурні об'єкти включатимуть місто-фортецю Тустань, замок Паланок і місцеві садиби для агротуризму. Також передбачено активності, такі як піший туризм, велосипедні прогулянки, майстер-класи з місцевих ремесел та

дегустації місцевих продуктів. Вони мають низький вплив на довкілля та сприяють взаємодії з місцевим населенням.

Для забезпечення сталості туру будуть впроваджені конкретні механізми мінімізації негативного впливу. Тому нами буде застосовуватись екологічний менеджмент через систему моніторингу та звітності щодо впливу туризму. Також будуть враховуватись програми зі скорочення викидів парникових газів та енергозбереження. Паралельно з цим забезпечуватиметься ефективне управління відходами, включаючи їх зменшення, повторне використання та сортування, на маршруті та в місцях проживання. Буде враховано пропускну спроможність дестинацій та, за потреби, обмежено розмір груп для запобігання перевантаженню та деградації довкілля. Освітня складова передбачатиме проведення брифінгів для туристів щодо правил поведінки в природних зонах, важливості збереження природи та поваги до місцевих традицій. Забезпечуватиметься співпраця з місцевими громадами, сприяючи розширенню їх можливостей і просуванню діалогу. Метою цього є повне використання потенціалу гірського туризму для сталого розвитку, з місцевими громадами як активними учасниками та бенефіціарами.

Отже, обґрунтування туру «Еко-спадщина Карпат» базується на інтеграції принципів сталого розвитку. Вони є життєво важливим для Карпатського регіону, який стикається з ризиками деградаційних процесів. Саме тому тур розроблений у суворій відповідності до екологічних, соціальних та економічних принципів Глобальної ради зі сталого розвитку туризму. Він передбачає еколого-збалансоване використання природних ресурсів (вибір маршрутів через національні парки та заповідники, мінімізація впливу на флору та фауну, енергозбереження та відповідальне поводження з відходами, використання екологічних видів транспорту), максимізацію користі для місцевих громад (залучення населення як гідів та постачальників послуг, збереження культурної спадщини) та генерування нових робочих місць і підтримку мікроекономіки. Вибір локацій та активностей ґрунтувався на їхній екологічній значущості та культурній автентичності, з пріоритетом

відвідування національних парків та заповідників, а також впровадженням механізмів мінімізації негативного впливу на довкілля.

### **2.3 Комплектація основних та додаткових послуг та формування програми перебування**

Комплектація послуг для туру «Еко-спадщина Карпат» була розроблена таким чином, щоб забезпечити комфорт, безпеку та максимальне занурення в унікальне середовище регіону, дотримуючись принципів сталості.

Основні послуги охоплюють:

- проживання. Розміщення буде забезпечено в екологічно чистих готелях або традиційних садибах, що використовують природні будівельні матеріали та дотримуються принципів сталого функціонування. Прикладами таких закладів є еко-курорт «Ізки» та аналогічні котеджі (вілли). Ці об'єкти обираються за їхню відповідність екологічним стандартам та здатність забезпечити єднання з природою;
- стандартний двомісний номер в еко-готелі (котеджі) оцінюється у 2500 - 6000 грн/добу. Для розрахунку буде використана середня ціна 4000 грн/добу за номер;
- тур включатиме триразове харчування (сніданок, обід, вечеря) з акцентом на місцеву гуцульську кухню та органічні продукти, вирощені безпосередньо в регіоні. Це забезпечуватиме свіжість продуктів, підтримку місцевих фермерів та надаватиме автентичний гастрономічний досвід. При цьому сніданок оцінюється у 280 грн/особа, обід – у 380 грн/особа, а вечеря – у 380 грн/особа. Загальна вартість комплексного харчування становитиме 1040 грн/особа/день;
- для мінімізації впливу на довкілля та забезпечення комфорту буде застосовано комбінований підхід у транспортуванні туристів. Основні трансфери між великими локаціями здійснюватимуться комфортабельними мікроавтобусами (8-18 місць). На коротких відстанях та для екологічно чутливих зон перевага надаватиметься пішим переходам, велосипедним прогулянкам або кінним поїздкам;

– групу супроводжуватиме досвідчений та сертифікований гід-провідник, який спеціалізується на еко-туризмі та місцевій культурі. Гід відповідатиме за безпеку групи, надаватиме інформацію про природне середовище, гуцульські традиції та принципи сталого туризму. Послуги досвідченого гіда оцінюються у 4000 грн/день. Для групи з 10-19 осіб екскурсія буде коштувати 1600 грн. Для цілоденної заміської екскурсії вартість для групи становитиме 2000-2500 грн. Для розрахунку буде використана середня ціна 3000 грн/день за спеціалізованого гіда для групи.

До додаткових послуг належатимуть:

– майстер-класи, що передбачають участь у традиційних гуцульських ремеслах, таких як гончарство, миловаріння, виготовлення іграшок із сіна та ляльок-мотанок. Ці інтерактивні заняття дозволять туристам не лише спостерігати, а й активно долучатися до культурного досвіду та підтримувати місцевих майстрів. Вартість одного майстер-класу оцінюється у 300-350 грн/особа;

– відвідування місцевих ферм (наприклад, козячих ферм), де туристи можуть познайомитися з сільським побутом, взяти участь у догляді за тваринами або сезонному зборі врожаю (ягід, грибів). Це сприятиме глибшому розумінню місцевого життя та підтримці аграрного сектора;

– дегустація місцевих карпатських делікатесів, включаючи різноманітні сири, домашнє вино, настоянки на карпатських травах та мед. Це є важливою частиною культурного занурення. Дегустація вина/настоянок може коштувати близько 150 грн/особа або бути включена в турпакет.

Програма розроблена на 5 днів/4 ночі, з урахуванням логістики та максимального занурення в еко-спадщину Карпат. Базове розміщення передбачається в еко-готелі або котеджі в районі Міжгір'я чи Пилицця. Таке розміщення дозволить здійснювати радіальні виїзди до ключових локацій. Для оптимізації маршруту та мінімізації переїздів, тур зосереджуватиметься на географічно близьких об'єктах Івано-Франківської та Закарпатської областей. Відстань від Яремче до Синевиру становить 130,5 км (приблизно 3 год 18 хв на автомобілі), а від Пилицця до Синевиру

– 55 км (близько 1 год на автомобілі). Це дозволить ефективно планувати щоденні переїзди.

У табл. 2.1 відображена детальна програма туру «Еко-спадщина Карпат» (5 днів/4 ночі).

Таблиця 2.1 – Детальна програма туру «Еко-спадщина Карпат» (5 днів/4 ночі)

День	Активність	Опис	Вартість (грн/особа)
1	Прибуття до Івано-Франківська. Переїзд до Яремче. Знайомство з групою та гідом.	Зустріч групи на залізничному вокзалі м. Івано-Франківськ. Трансфер до Яремче. Поселення в еко-готелі/садибі. Обід. Вільний час для відпочинку та прогулянки околицями. Вечеря.	Трансфер: 250 грн (залежить від кількості осіб) Обід/Вечеря: 760 грн
2	Яремче. Природа та фауна	Сніданок. Відвідування вольєрного господарства в Яремче, де можна спостерігати за карпатською фауною у напіввільних умовах. Прогулянка до водоспаду Пробій та сувенірного ринку. Обід у місцевій колибі. Відвідування скель Слон. Вечеря.	Вольєрне господарство: 100 грн Обід: 380 грн Вечеря: 380 грн
3	Закарпаття. Синевир та Шипіт	Сніданок. Переїзд до Міжгірського району Закарпаття. Екскурсія до Озера Синевир – найбільшого гірського озера Карпат, що знаходиться у національному парку. Піша прогулянка навколо озера (необхідне зручне взуття для походів.) Обід. Переїзд до водоспаду Шипіт біля с. Пилипець. Можливість кінних прогулянок. Повернення до Яремче. Вечеря.	Вхід до НПП Синевир: 80 грн Обід: 380 грн Кінні прогулянки: 300 грн Вечеря: 380 грн
4	Коломия. Культурна спадщина та майстер-класи	Сніданок. Переїзд до Коломиї. Відвідування Музею народного мистецтва Гуцульщини і Покуття та унікального Музею "Писанка". Обід. Участь у майстер-класі з гончарства або виготовлення ляльки-мотанки. Вільний час. Дегустація місцевих сирів та настоянок. Вечеря.	Музей: 100 грн Обід: 380 грн Майстер-клас: 350 грн Дегустація: 150 грн Вечеря: 380 грн
5	Виїзд	Сніданок. Вільний час для придбання сувенірів або короткої прогулянки. Трансфер до залізничного вокзалу Івано-Франківська. Відправлення додому.	Трансфер: 250 грн Сніданок: 280 грн

Представлено короткий опис туристичних об'єктів розробленого екотуру:

1. Яремче – кліматичний курорт та туристична столиця Карпат, розташована в долині річки Прут. Місто слугує воротами до основних маршрутів, оточене гірськими схилами та лісами і відоме своєю гуцульською автентикою, ринками та природними пам'ятками.

2. Вольєрне господарство в Яремче (рис.2.1) є частиною Карпатського національного природного парку, де у напіввільних умовах на великій території проживають представники місцевої фауни: олені, козулі, дикі кабани. Це місце надає унікальну можливість безпечно спостерігати за тваринами у їхньому природному середовищі.



Рисунок 2.1 – Вольєрне господарство в Яремче

3. Водоспад Пробій – один із найповноводніших каскадних водоспадів в українських Карпатах, розташований на річці Прут у самому серці Яремче (див. рис. 2.2). Відомий своєю потужністю та мальовничістю, над ним облаштовано міст для зручного огляду.



Рисунок 2.2 – Водоспад Пробій

4. Озеро Синевир – найбільше та найглибше гірське озеро України, відоме як «Морське око Карпат» (рис. 2.3). Розташоване на висоті 989 м. на території однойменного національного природного парку, оточене смерековим лісом та овіяне численними легендами.



Рисунок 2.3 – Озеро Синевир

5. Водоспад Шипіт – один з найвідоміших та наймальовничіших водоспадів Закарпаття, розташований біля підніжжя гори Гимба (див. рис. 2.4). Вода спадає

численними каскадами з висоти 14 м., створюючи гучний «шепіт», звідки й походить його назва.



Рисунок 2.4 – Водоспад Шипіт

6. Коломия – історичне місто на Прикарпатті, яке вважається культурною столицею Гуцульщини та Покуття (див. рис. 2.5). Славиться своєю автентичною архітектурою, колоритними фестивалями та унікальними музеями.



Рисунок 2.5 – Коломия

7. Музей «Писанка» – єдиний у світі музей писанкового розпису, будівля якого виконана у формі гігантської писанки заввишки 14 м. (див. рис. 2.6). У колекції представлено понад 12 000 експонатів з різних регіонів України та світу, що робить його унікальною культурною пам'яткою.



Рисунок 2.6 – Музей «Писанка»

8. Музей народного мистецтва Гуцульщини і Покуття – один із найстаріших та найбагатших музеїв українського мистецтва (див. рис. 2.7). У ньому зібрані унікальні колекції народного одягу, різьблення по дереву, кераміки, ткацтва та інших видів мистецтва, що відображають самобутню культуру гуцулів та покутян.



Рисунок 2.7 – Музей народного мистецтва Гуцульщини і Покуття

Дані про відстані між ключовими локаціями, такі як Яремче-Синевир (130,5 км), Пилипець-Синевир (55 км) та Пилипець-Стужиця (46 км), Яремче-Стужиця становить близько 642 км, вказують на те, що спроба охопити географічно віддалені локації протягом короткого туру призведе до надмірних витрат часу на переїзди. В результаті відбудеться збільшення споживання пального та зменшення часу для глибокого занурення у враження. Тому, маршрут туру має бути географічно кластеризований, щоб мінімізувати час у дорозі та споживання пального. Тим самим зменшуючи вуглецевий слід туру та посилюючи його «еко» аспект. Тому замість спроб охопити занадто багато території поверхнево, ми зосередимося на конкретному субрегіоні (наприклад, Центральні-Східні Карпати: Яремче, Синевир, Коломия). Це дозволить глибше зануритися у меншу кількість об'єктів та зменшити транзит. Також такий вибір відповідає перевагам туристів щодо здоров'я та безпеки та менш людних середовищ, забезпечуючи більш спокійний та насичений досвід.

На рис. 2.8 можемо побачити карту маршруту туру.

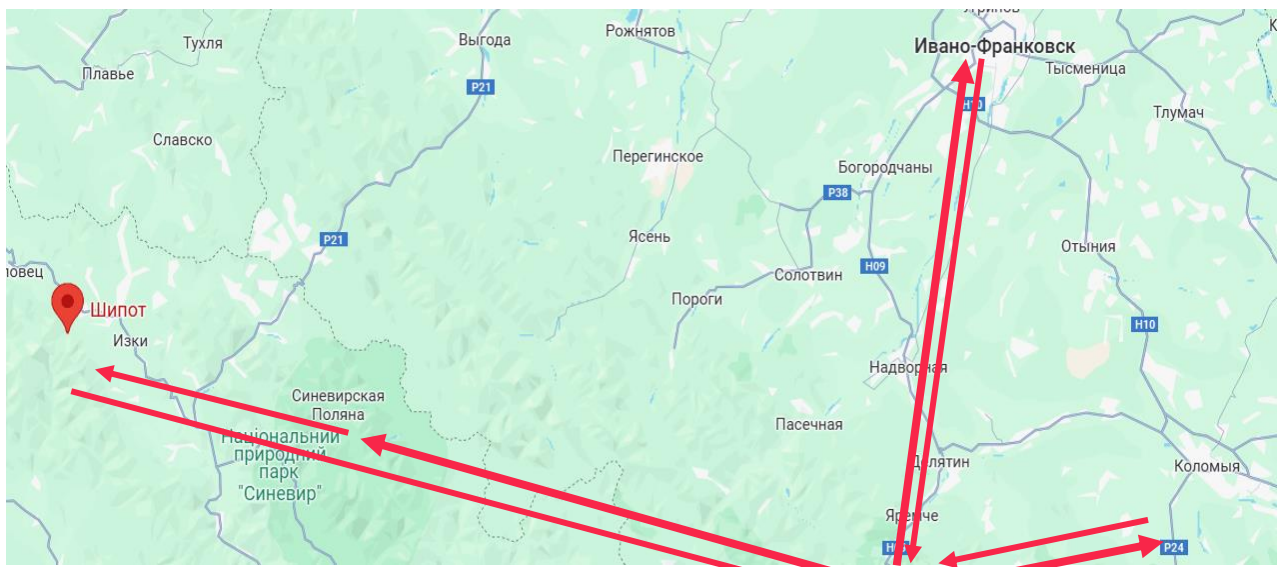


Рисунок 2.8 – Карта маршруту туру

Планується активне залучення місцевих закладів харчування, сімейних садиб та надання можливості для кулінарних демонстрацій або участі (наприклад,

приготування баноша). Це безпосередньо підтримуватиме місцеву економіку, направляючи туристичні витрати до громади, та пропонуватиме унікальний, незабутній аспект теми еко-спадщини, відрізняючи його від стандартних турів. Даний аспект перетворює базову потребу на багатий культурний обмін.

Отже, комплектація туру «Еко-спадщина Карпат» розроблена для забезпечення комфорту, безпеки та максимального занурення в унікальне середовище регіону з дотриманням принципів сталості. Основні послуги включають проживання в екологічно чистих готелях або садибах, триразове харчування з акцентом на гуцульську кухню та органічні продукти, комбіноване транспортування для мінімізації впливу на довкілля, а також супровід досвідченого гіда-провідника. Додаткові послуги передбачають майстер-класи з традиційних ремесел, відвідування місцевих ферм та дегустації карпатських делікатесів. Програма розроблена на 5 днів/4 ночі з розміщенням в районі Міжгір'я чи Пилипця для оптимізації маршруту та мінімізації переїздів, з акцентом на географічно близьких об'єктах Івано-Франківської та Закарпатської областей. Це дозволить глибше зануритися у меншу кількість об'єктів та зменшити транзит, а також підтримуватиме місцеву економіку через залучення місцевих закладів харчування та сімейних садиб.

#### **2.4 Підбір партнерів і постачальників послуг для виробничого обслуговування туру**

Підбір партнерів та постачальників послуг є критично важливим для забезпечення цілісності та успіху еко-туру. Партнери повинні відповідати основним цінностям туру – сталості та якості. Вони повинні демонструвати підтвержену прихильність до екологічної відповідальності (наприклад, енергозбереження, управління відходами, використання місцевих і органічних продуктів), соціальної справедливості (наприклад, справедлива оплата праці, підтримка місцевих громад) та економічної життєздатності. Це включає дотримання місцевих екологічних норм та, в ідеалі, міжнародних стандартів сталого туризму. При цьому важливим є високий

стандарт обслуговування, що забезпечує безпеку, професіоналізм та задоволення клієнтів на всіх етапах (проживання, транспорт, активності). Партнери повинні мати перевірений досвід роботи в туристичній сфері, позитивні відгуки клієнтів та операційну спроможність забезпечувати безперебійне та якісне надання послуг. При цьому перевага надаватиметься місцевим підприємствам та фахівцям. Адже такий підхід безпосередньо сприяє максимізації економічних вигод для приймаючих громад, стимулюючи місцеве підприємництво та утримуючи доходи в регіоні. Щодо сертифікації, вона хоча не завжди обов'язкова, наявність екологічних сертифікатів або підтверджена відповідність критеріям сталого туризму (наприклад, критеріям GSTC ) буде значною перевагою.

Категорії партнерів для туру «Еко-спадщина Карпат» включатимуть:

- проживання. Нами будуть обиратися еко-готелі, котеджі та приватні садиби, які використовують екологічні матеріали та впроваджують сталі практики (наприклад, зменшення відходів, збереження води, місцеве постачання);
- для транспортних послуг обиратимуться компанії, що надають комфортабельні та доглянуті мікроавтобуси (8-18 місць) з досвідченими та безпечними водіями. Крім того, будуть залучатися місцеві постачальники для кінних прогулянок або поїздок на традиційних возах для окремих сегментів маршруту;
- сертифіковані професійні гіді з глибокими знаннями місцевої природи, історії, гуцульської культури та традицій. Вони також повинні бути кваліфікованими у донесенні принципів сталого туризму до гостей;
- заклади харчування, а саме місцеві ресторани, традиційні колиби та агротуристичні садиби, що спеціалізуються на автентичній гуцульській кухні та пріоритезують використання органічних, місцевих інгредієнтів;
- місцеві майстри та фермери, які можуть проводити інтерактивні майстер-класи (наприклад, гончарство, миловаріння, виготовлення іграшок із сіна, ляльок-

мотанок) та пропонувати автентичні гастрономічні дегустації (наприклад, місцеві сири, вино, мед);

– національні парки та заповідники. Формальна співпраця з адміністраціями національних парків та природних заповідників є важливою для отримання необхідних дозволів, дотримання правил та забезпечення відповідального відвідування.

Приклади потенційних партнерів та їх послуг відображено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Приклади потенційних партнерів та їх послуг

Вид	Приклад
Проживання	Еко-курорт «Ізки», Курорт «Воєводино», «Таор Карпати». Ці заклади є прикладом еко-свідомого розміщення
Транспорт	Місцеві транспортні компанії, що пропонують трансфери по Карпатах
Гіди	Індивідуальні сертифіковані гіди, що спеціалізуються на гірському туризмі та еко-маршрутах
Харчування	Садиба «Хата Різьбяра», а також численні місцеві колиби в Яремче, Пилипці чи Синевирі, відомі своєю автентичною гуцульською кухнею
Майстер-класи	Майстри в Ізках , а також місцеві ремісники в Коломиї або інших гуцульських селищах

Отже, підбір партнерів та постачальників для туру «Еко-спадщина Карпат» є критично важливим для забезпечення сталості та якості. Вони повинні демонструвати прихильність до екологічної відповідальності, соціальної справедливості та економічної життєздатності. Перевага буде надаватися місцевим підприємствам та фахівцям, що сприятиме максимізації економічних вигод для приймаючих громад. Наявність у партнерів сертифікатів сталого туризму буде додатковою перевагою. Категорії партнерів охоплюють еко-готелі та садиби для проживання, транспортні компанії для перевезень (з акцентом на місцевих), сертифікованих гідів, заклади харчування з автентичною гуцульською кухнею та місцевими органічними продуктами, майстрів та фермерів для проведення майстер-класів і дегустацій, а також національні парки та заповідники для отримання дозволів та забезпечення відповідального відвідування.

## **2.5 Розроблення технологічної документації туристичного продукту**

### **2.5.1 Розроблення технологічної карти туру**

Технологічна карта є ключовим внутрішнім документом, що детально описує всі етапи та операції з надання туристичного продукту. Вона слугує планом для виконання туру, забезпечуючи послідовність, якість та безпеку. Її структура, як правило, включає опис технології та організації виконання робіт, вимоги до якості, потреби в ресурсах та техніко-економічні показники. Основні розділи технологічної карти охоплюють:

- сферу застосування, що визначає конкретний тур, його цільову аудиторію та загальні цілі;
- технологію та організацію виконання робіт, яка детально описує послідовність дій, маршрут, щоденний розклад та операційні процедури;
- вимоги до якості й приймання робіт, що визначають стандарти обслуговування, протоколи безпеки й процедури контролю якості на кожному етапі;
- охорону праці, екологічну і пожежну безпеку, що деталізують необхідні інструктажі, правила поведінки для туристів та персоналу;
- процедури на випадок надзвичайних ситуацій, з особливим акцентом на захист довкілля;
- потребу в ресурсах, перераховуючи всі необхідні ресурси, включаючи транспорт, персонал (гіди, водії), обладнання, матеріали та квитки;
- техніко-економічні показники, надаючи дані про тривалість активностей, трудомісткість та машино-години.

У Додатку А наведено технологічну карту туру «Еко-спадщина Карпат».

Отже, технологічна карта туру є ключовим внутрішнім документом, що детально описує всі етапи та операції з надання туристичного продукту, забезпечуючи послідовність, якість та безпеку. Вона охоплює сферу застосування, технологію та організацію виконання робіт, вимоги до якості, потреби в ресурсах, техніко-

економічні показники та питання охорони праці, екологічної і пожежної безпеки. На прикладі другого дня туру «Еко-спадщина Карпат», що включає відвідування озера Синевир та вольєрного господарства, технологічна карта деталізує кожен етап, від трансферу до екскурсій та харчування, з чітким визначенням відповідальних осіб, необхідних ресурсів та вимог до якості, що дозволяє забезпечити якісне, безпечне та освітнє відвідування ключових еко-об'єктів

### **2.5.3 Розроблення інформаційного листка до турпутівки**

Інформаційний листок є важливим документом для туриста, що містить всю необхідну інформацію про тур, умови, правила та контактні дані. Він має бути чітким, лаконічним та вичерпним, забезпечуючи туристам повне розуміння їхньої подорожі. Оскільки екологічна відповідальність є ключовим рушієм для сучасних туристів, листок має вийти за рамки стандартної інформації. Він повинен явно включати розділ про «Еко-етикет» або «Наші зобов'язання щодо сталості». Цей розділ деталізуватиме конкретні принципи «Залишайся без сліду», рекомендації щодо взаємодії з місцевими громадами, відповідального поведіння з відходами та важливості підтримки місцевого бізнесу. Це перетворюватиме листок з простого інформаційного документа на інструмент для навчання та розширення можливостей туристів бути відповідальними еко-мандрівниками, що посилює бренд туру та сприяє досягненню ширших цілей сталості. Такий підхід не тільки інформує, а й виховує, формуючи свідому поведінку туристів.

Ознайомимося зі зразком інформаційного листка для туру «Еко-спадщина Карпат»:

Тур: «Еко-спадщина Карпат»

Дати проведення: 15-19 липня 2025 року

Тривалість: 5 днів / 4 ночі

Маршрут: Івано-Франківськ – Яремче – Синевир – Пилипець – Коломия – Івано-Франківськ

Включено у вартість:

- проживання: 4 ночі в еко-готелях/садибах (двомісне розміщення);
- 3-разове харчування за програмою (сніданки, обіди, вечері) з акцентом на місцеву кухню;
- всі переїзди за програмою комфортабельним мікроавтобусом;
- послуги досвідченого гіда-провідника протягом всього туру;
- вхідні квитки до всіх національних парків та атракцій за програмою;
- участь у 2 інтерактивних майстер-класах (гончарство, лялька-мотанка);
- медичне страхування на період туру.

Не включено у вартість: сувеніри та особисті витрати; додаткові активності, не передбачені програмою.

Орієнтовна ціна: 27 200 грн/особа (для групи від 10 осіб).

Умови оплати: передплата 50% від вартості туру при бронюванні або повна оплата за 14 календарних днів до початку туру.

Важливі рекомендації:

- візьміть зручне, водонепроникне взуття для походів та змінний одяг. Рекомендується багат шаровий одяг, дощовик, головний убір та сонцезахисний крем;
- майте при собі необхідні особисті ліки;
- візьміть багаторазову пляшку для води.

Дотримуйтеся принципів «Залишайся без сліду»: не залишайте сміття, не зривайте рослини, не турбуйте тварин, не розпалюйте вогнища поза відведеними місцями. Поважайте місцеві традиції та культуру.

Отже, розроблення інформаційного листка до турпутівки є ключовим етапом у формуванні цілісного та відповідального туристичного продукту. Тому він має містити всю необхідну інформацію про тур, умови, правила та контактні дані. Окрім стандартних відомостей (дати, тривалість, маршрут, включені/не включені послуги та ціна), листок для еко-туру повинен включати розділ «Еко-етикет» або «Наші

зобов'язання щодо сталості». Це допоможе деталізувати принципи відповідальної поведінки, такі як «Залишайся без сліду», правила поводження з відходами та підтримка місцевих громад. Включення даних пунктів посилять бренд туру та сприятимуть досягненню ширших цілей сталого розвитку.

## **2.6 Розроблення макетів рекламних матеріалів туру**

Розробка рекламних матеріалів для туру «Еко-спадщина Карпат» є ключовим етапом для ефективного просування продукту на ринку. Тому матеріали повинні відображати унікальність туру та його відповідність принципам сталого розвитку.

В процесі розроблення макетів рекламних матеріалів туру враховувалися такі принципи:

- адресність та цільова аудиторія. Згідно з цим принципом рекламні матеріали повинні бути розроблені з урахуванням потреб та цінностей еко-орієнтованої аудиторії. Акцент має бути зроблений на природі, автентичності, унікальних враженнях, здоров'ї та безпеці, що є ключовими мотиваторами для цієї групи мандрівників;

- візуальна привабливість, яку забезпечуватимуть використання високоякісних, емоційних фотографій та відео Карпатських пейзажів, місцевих жителів, автентичних майстер-класів та активностей. Візуальний контент повинен передавати відчуття спокою, єднання з природою та культурного занурення;

- інформативність та переконливість за рахунок чіткого і лаконічного донесення унікальної пропозиції туру, його екологічної спрямованості та переваг. Реклама має не лише інформувати, а й переконувати потенційних клієнтів у цінності та відповідальності продукту;

- формування іміджу. Реклама тісно пов'язана з іміджем туристичного підприємства. Тому матеріали повинні створювати позитивний, надійний та екологічно відповідальний образ туроператора, підкреслюючи його турботу про клієнтів та довкілля;

– комплексність та послідовність за рахунок використання різних каналів та видів реклами для досягнення «масованого» режиму охоплення цільової аудиторії. Це забезпечуватиме багаторазовий контакт з потенційним клієнтом та посилюватиме запам'ятовуваність.

Цільова аудиторія для рекламної кампанії включатиме:

- людей віком 25-55 років, які активно цікавляться відпочинком на природі, культурним пізнанням та принципами сталого розвитку;
- сім'ї з дітьми, які шукають освітній та екологічний відпочинок, що сприяє формуванню відповідального ставлення до довкілля;
- індивідуальних мандрівників та невеликі групи, що прагнуть унікальних, автентичних та персоналізованих вражень;
- туристів, які цінують здоров'я та безпеку, шукають менш людні та природні напрямки подорожей.

Для ефективної рекламної кампанії буде розроблено різноманітні матеріали, що охоплюють різні канали комунікації. Він включатиме елементи, що відображено на рис. 2.9.

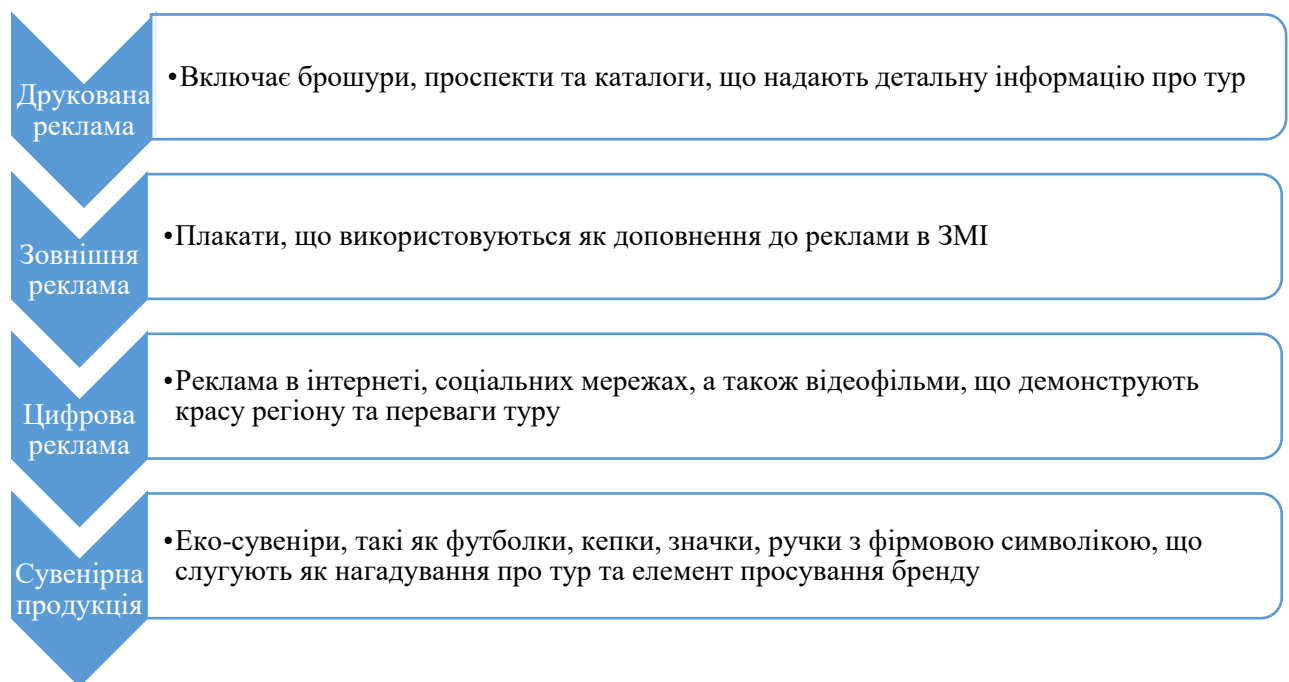


Рисунок 2.9 – Матеріали рекламної кампанії

Також розроблено опис макетів рекламних матеріалів з орієнтовними цінами на їх виготовлення.

1. Брошура туру «Еко-спадщина Карпат». Формат: А4, складений втричі (6 сторінок). Вона матиме обкладинку з яскравим пейзажем Карпат та логотипом «Еко-спадщина Карпат». Внутрішній зміст включає детальний опис туру, ключові локації з високоякісними фотографіями, унікальні переваги (еко-спрямованість, культурне занурення), скорочену програму туру, ціну та контактну інформацію. Виготовляється з екологічного паперу. Ціна дизайну брошури складе – 3000 грн. Друк (500 шт.) – 15 грн/шт. = 7500 грн. Всього необхідно 10 500 грн.

2. Цифровий банер для соціальних мереж, що оптимізований для «Facebook» та «Instagram» (1200x628px, 1080x1080px). Це привабливе фото Карпат, що міститиме короткий, але змістовний слоган («Відчуй Карпати. Збережи Спадщину»), чіткий заклик до дії («Бронюй зараз!»), посилання на веб-сайт туроператора.

Приклад цифрового банеру наведено на рис. 2.10.

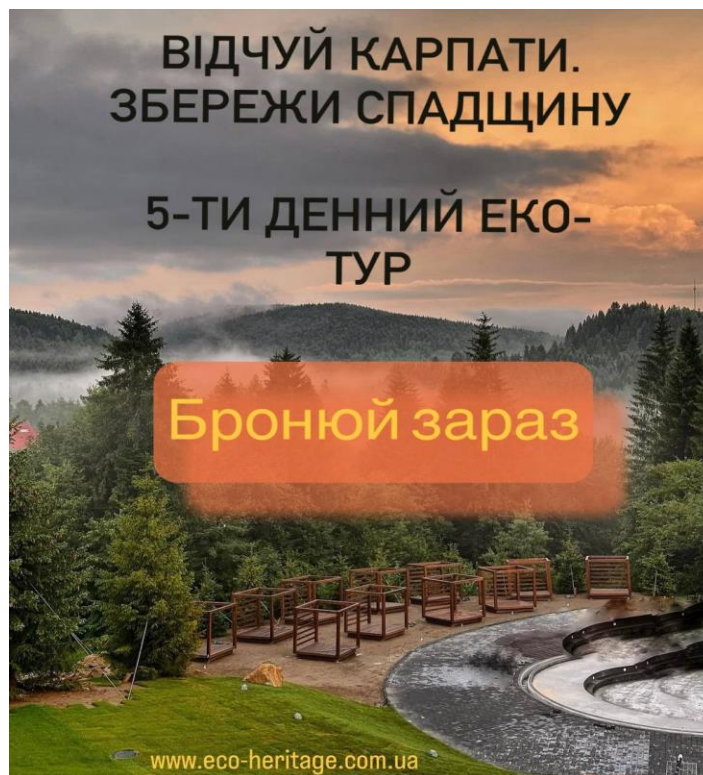


Рисунок 2.10 – Приклад цифрового банеру для туру «Еко-спадщина Карпат»

Дизайн такого банеру складе – 1000 грн/макет.

3. Промо-відео (короткий ролик). Формат: 30-60 секунд, для розміщення на «YouTube», «Facebook», «Instagram». Він міститиме динамічні кадри незайманої природи, активностей (походи, майстер-класи), щасливих туристів, що взаємодіють з місцевими жителями. Голос за кадром, підкреслюватиме еко-спрямованість туру та його унікальність. Зйомка та монтаж (професійний рівень) такого промо-відео складатиме 15 000 - 30 000 грн. Разом: 20 000 грн.

4. Еко-сувеніри. В якості еко-сувеніру пропонується багаторазова тканинна сумка (шопер) з логотипом туру. Логотип «Еко-спадщина Карпат» та слоган туру. Сумки виготовлятиметься з натуральних, екологічно чистих матеріалів.

Дизайн логотипу складе – 1500 грн. Виготовлення (100 шт.) – 100 грн/шт. = 10 000 грн. Разом: 11 500 грн.

Узагальнимо вартість виготовлення рекламних матеріалів у табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Вартість виготовлення рекламних матеріалів для просування туру «Еко-спадщина Карпат»

Вид	Формат	Мета	Вартість виготовлення (грн)	Примітка
Брошура туру	A4, 6 сторінок, еко-папір	Детальне інформування про тур, його унікальність та еко-спрямованість.	10500	Дизайн + друк 500 шт.
Цифровий банер	1200x628px, 1080x1080px	Привернення уваги в соцмережах, швидке донесення ключового повідомлення.	1000	За 1 макет.
Промо-відео	30-60 секунд, HD	Емоційне залучення, демонстрація краси Карпат та атмосфери туру.	20000	Професійна зйомка та монтаж.
Еко-сувеніри (сумки-шопери)	Багаторазова тканинна сумка з логотипом	Підвищення впізнаваності бренду, екологічна свідомість, практичний подарунок.	11500	Дизайн логотипу + 100 шт.

Отже, загальна вартість виготовлення рекламних матеріалів оцінюється у 43 000 грн.

Варто розуміти, що рекламні матеріали мають не просто демонструвати красиві пейзажі, а й підкреслювати автентичну гуцульську культуру та сталі практики, впроваджені в турі. Це означає використання реальних фотографій місцевих жителів, традиційних ремесел та демонстрацію прихильності туру до захисту довкілля. Такий підхід будуватиме довіру з цільовою аудиторією та посилюватиме унікальну торгову пропозицію «Еко-спадщини». Це відповідає вимогам до реклами, яка має бути пов'язана з іміджем туристичного підприємства та його цільовою аудиторією, а також потребам сучасних мандрівників в автентичних культурних враженнях та дестинаціях, що пріоритезують збереження природи.

І хоча друковані брошури та фізичні сувеніри будуть важливими елементами реклами туру, але основний фокус для охоплення цільової еко-свідомої аудиторії має бути на цифровому маркетингу. Він включає цільові кампанії в соціальних мережах, створення захоплюючого відеоконтенту та розробку зручного веб-сайту, який чітко комунікує екологічні повноваження туру.

Розробка рекламних матеріалів для туру «Еко-спадщина Карпат» є ключовим етапом його ефективного просування. Рекомендовані рекламні матеріали охоплюватимуть: брошури, цифрові банери, промо-відео та еко-сувеніри. Загальна вартість виготовлення оцінюється у 43 000 грн. При цьому, акцент має бути на відображенні автентичної гуцульської культури та сталих практик, з переважним фокусом на цифровому маркетингу для охоплення еко-свідомої аудиторії.

## РОЗДІЛ 3

### ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ «ЕКО-СПАДЩИНА КАРПАТ»

#### 3.1 Характеристика основних каналів просування туру

Ефективне просування туристичного продукту, особливо такого нішевого, як тур «Еко-спадщина Карпат», вимагає стратегічного підходу до вибору та комбінування різноманітних маркетингових каналів. Ці канали слугують засобами донесення рекламного повідомлення до цільової аудиторії та інструментами комунікації з потенційними клієнтами. У туристичній сфері застосовуються практично всі рекламні засоби, які можна умовно розділити на дві основні категорії: традиційні (офлайн) та цифрові (онлайн) канали. Традиційні офлайн-канали включають зовнішню рекламу (білборди, вивіски, сіті-формати), рекламу в пресі та журналах, на радіо та телебаченні, а також інструменти BTL (листівки, брошури, акції) та подієвий маркетинг (виставки, презентації). Ці канали мають широкий охоплення, особливо на місцевому та регіональному рівнях, і можуть ефективно формувати впізнаваність бренду. Цифрові онлайн-канали охоплюють пошукову оптимізацію (SEO), контекстну рекламу (PPC), маркетинг у соціальних мережах (SMM), таргетовану рекламу, електронні розсилки, контент-маркетинг, відеомаркетинг, співпрацю з інфлюенсерами, розміщення на маркетплейсах та сайтах відгуків, а також просування через месенджери. Ці канали вирізняються високою точністю таргетингу, можливістю інтерактивної взаємодії та глибокою аналітикою ефективності.

Для такого специфічного продукту, як тур «Еко-спадщина Карпат», який поєднує екологічний та культурно-пізнавальний аспекти, виникає необхідність застосування гібридної стратегії просування. Це означає, що поєднання точності та інтерактивності цифрового маркетингу з широким охопленням та довірою, що надається традиційними методами, є надзвичайно важливим. Цифрові канали, такі як

співпраця з інфлюенсерами, відеомаркетинг та контент-маркетинг, ідеально підходять для автентичного візуального представлення унікальних екологічних та культурних особливостей туру. Водночас, традиційні PR-методи, як-от прес-релізи та ознайомчі візити для журналістів, можуть значно підвищити довіру та охопити ширшу, можливо, старшу демографічну групу, яка проявляє інтерес до культурної спадщини та регулярно споживає традиційні медіа. Локалізована зовнішня реклама у великих містах також може сприяти підвищенню впізнаваності бренду.

Природа туру «Еко-спадщина Карпат» передбачає акцент на сталість, природну красу регіону та автентичні культурні враження. Це вимагає створення високоякісного візуального контенту, захопливого сторітелінгу та реальних, довірених рекомендацій. Стратегічне поєднання цифрових каналів дозволить забезпечити пряму взаємодію, персоналізовану комунікацію та ефективну конверсію, тоді як традиційні канали підтримають загальне формування бренду та зміцнення довіри. Головним завданням є забезпечення узгодженості та послідовності повідомлень на всіх обраних каналах, що дозволить чітко донести основні екологічні та культурні цінності туру до цільової аудиторії.

Для просування туру «Еко-спадщина Карпат» цифрові канали відіграють ключову роль завдяки своїй здатності до точного таргетингу, інтерактивності та можливості візуального представлення продукту. В межах використання цифрового маркетингу нами рекомендовані:

1. Контент-маркетинг. Цей підхід передбачає створення та розповсюдження цінного, релевантного та послідовного контенту для залучення та утримання чітко визначеної аудиторії. Для туру «Еко-спадщина Карпат» це означає розробку захопливих статей, дописів у блогах, високоякісних фотографій та імерсивних відео, що демонструють унікальні природні ландшафти, культурні об'єкти та принципи сталого розвитку, які є невід'ємною частиною туру. Професійно створений контент є обов'язковим елементом сучасної маркетингової комунікації, що вимагає використання сторітелінгу, адаптації контенту до відповідного каналу комунікації та

аналізу показників ефективності. Сучасне просування неможливе без відео- та фотооглядів, оскільки текстовий опис сам по собі недостатній для передачі повного досвіду. Контент-маркетинг слугує основою для побудови переконливого брендового нарративу навколо екотуризму, інформування потенційних мандрівників та формування унікальної ціннісної пропозиції туру.

2. Соціальні мережі (SMM та таргетована реклама). Використання платформ, таких як «Facebook» та «Instagram», дозволяє безпосередньо взаємодіяти з потенційними клієнтами, формувати спільноту навколо ідеї екоподорожей та запускати високотаргетовані рекламні кампанії. Таргетинг може бути точно налаштований на основі інтересів користувачів. Наприклад, екоподорожі, походи, культурна спадщина, сталий спосіб життя, активний відпочинок. Вони допоможуть охопити найбільш релевантні та сприйнятливі сегменти аудиторії. Соціальні мережі забезпечують прямий та інтерактивний доступ до потенційних мандрівників, дозволяючи динамічно розповідати історії через візуальний контент та будувати спільноту навколо тематики туру.

3. Відеомаркетинг («YouTube»). Цей канал передбачає створення та розповсюдження захопливого відеоконтенту, який яскраво демонструє природну красу Карпатського регіону, різноманітні заходи, пропонувані під час туру, та автентичні відгуки попередніх учасників. Відеоконтент є надзвичайно привабливим та унікально здатним передати імерсивний досвід та емоційну привабливість екотуру ефективніше, ніж статичні зображення чи лише текст.

4. Пошукова оптимізація (SEO) та контекстна реклама (PPC). SEO зосереджується на оптимізації вебсайту туру для високого ранжування в результатах пошукових систем за релевантними ключовими словами. Наприклад, «екотури Карпати», «сталий туризм Україна», «тури спадщини Карпат». PPC передбачає використання платної реклами (наприклад, Google Ads) для негайного залучення попиту та направлення трафіку на вебсайт. Ці канали є важливими для забезпечення

видимості та залучення користувачів, які активно шукають варіанти подорожей, пов'язані з екотуризмом або культурною спадщиною.

5. Інфлюенсер-маркетинг. Співпраця з тревел-блогерами, екоактивістами, фотографами природи або місцевими культурними діячами, чий особистий бренд та аудиторія відповідають цінностям туру та цільовій демографічній групі, є ефективним методом просування. Інфлюенсери можуть надавати автентичні, рівноправні рекомендації та охоплювати високозалучені нішеві аудиторії, використовуючи свою встановлену довіру.

6. Email-маркетинг та месенджери. Створення та розвиток списку розсилки електронних листів для надсилання інформаційних бюлетенів, ексклюзивних пропозицій та персоналізованої комунікації до та після туру є економічно ефективним методом. Використання месенджерів (наприклад, Telegram, WhatsApp) дозволяє швидко надавати оновлення, пряму підтримку клієнтів та автоматизовані відповіді. Ці канали пропонують прямі, економічно вигідні та високо персоналізовані способи підтримки зв'язку з потенційними та наявними клієнтами, сприяючи лояльності та повторним замовленням.

7. Платформи відгуків та маркетплейси. Активне заохочення задоволених клієнтів залишати позитивні відгуки на авторитетних туристичних платформах (наприклад, TripAdvisor, Google Reviews) та розміщення туру на спеціалізованих екотуристичних або пригодницьких маркетплейсах є важливим для підвищення довіри. Ці платформи використовують соціальний доказ та розширюють дистрибуцію, значно впливаючи на рішення потенційних клієнтів щодо бронювання.

У Додатку Б узагальнено рекомендовані канали просування туру «Еко-спадщина Карпат».

Отже, для ефективного просування еко-туру «Еко-спадщина Карпат» рекомендовано використовувати комплексний підхід, що поєднує різноманітні цифрові (контент-маркетинг, SMM, таргетована реклама, відеомаркетинг, SEO, PPC, інфлюенсер-маркетинг, email-маркетинг, месенджери, платформи відгуків) та

традиційні (ознайомчі візити, друковані матеріали) канали. Цифрові інструменти є фундаментальними для побудови довіри, візуальної презентації, точного націлювання на еко-свідому аудиторію та швидкої комунікації. Традиційні ж методи доповнюють онлайн-стратегію, забезпечуючи високоякісний контент та професійні відгуки, що в сукупності сприятиме широкому охопленню, залученню цільових сегментів та формуванню позитивного іміджу туру.

### 3.2 Розроблення орієнтовної калькуляції туру

Методологія розрахунку вартості туру базується на сукупності прямих та непрямих витрат, а також бажаної норми прибутку. Ціна турпродукту може бути визначена за формулою, що включає собівартість (С), прибуток (П), знижки (Зн), витрати на рекламні кампанії (РКзб), податок на додану вартість (ПДВ) та кількість туристів (Чтур). При цьому прямі витрати – це витрати, що безпосередньо залежать від кількості туристів і тривалості туру. До них відносяться: проживання, харчування, транспортні послуги, послуги гіда, вхідні квитки до атракцій, вартість майстер-класів. Непрямі витрати – це адміністративні витрати туроператора, витрати на маркетинг та рекламу, страхування, непередбачені витрати та амортизація. Ці витрати є відносно постійними незалежно від кількості туристів у певних межах.

Кінцева ціна для споживача повинна бути конкурентоспроможною, відображати високу цінність еко-туру, його унікальність та сталу спрямованість, а також забезпечувати стабільний прибуток для туроператора та справедливу оплату для всіх партнерів.

Нами було здійснено розрахунок розробленого туру для групи 10 осіб (5 днів/4 ночі):

Проживання (4 ночі, 5 номерів):

$$3000 \text{ грн/номер/доба} \times 5 \text{ номерів} \times 4 \text{ доби} = 60\,000 \text{ грн.}$$

Харчування (5 днів):

$$1040 \text{ грн/особа/день} \times 10 \text{ осіб} \times 5 \text{ днів} = 52\,000 \text{ грн.}$$

Транспорт (5 днів):

$$2500 \text{ грн/день} \times 5 \text{ днів} = 12\,500 \text{ грн.}$$

Гід (5 днів):

$$3000 \text{ грн/день} \times 5 \text{ днів} = 15\,000 \text{ грн.}$$

Вхідні квитки (5 об'єктів):

$$200 \text{ грн/особа/об'єкт} \times 10 \text{ осіб} \times 5 \text{ об'єктів} = 10\,000 \text{ грн.}$$

Майстер-класи (2 МК):

$$350 \text{ грн/особа} \times 10 \text{ осіб} \times 2 \text{ МК} = 7\,000 \text{ грн.}$$

Всього прямих витрат:

$$60\,000 + 52\,000 + 12\,500 + 15\,000 + 10\,000 + 7\,000 = 156\,500 \text{ грн.}$$

Прямі витрати на 1 особу:

$$156\,500 \text{ грн} / 10 \text{ осіб} = 15\,650 \text{ грн.}$$

Непрямі витрати: (припустимо 18% від прямих витрат на особу):

$$15\,650 \text{ грн} \times 0,18 = 3\,177 \text{ грн/особа.}$$

Базова собівартість на 1 особу:

$$15\,650 + 3\,177 = 18\,827 \text{ грн.}$$

Прибуток (припустимо 12% від собівартості):

$$18\,827 \text{ грн} \times 0,12 = 2\,259,24 \text{ грн/особа.}$$

Ціна без ПДВ:

$$18\,827 + 2\,259,24 = 21\,086,24 \text{ грн.}$$

Ціна з ПДВ (7% для туристичних послуг):

$$21\,086,24 \text{ грн} \times 1,07 = 22\,562,3 \text{ грн.}$$

Отже, орієнтовна ціна туру на 1 особу складе близько 22 500 грн.

Узагальнимо калькуляцію вартості туру «Еко-спадщина Карпат» у табл. 3.1

Отже, методологія розрахунку вартості туру «Еко-спадщина Карпат» базувалася на сукупності прямих та непрямих витрат, а також бажаної норми прибутку, що дозволило визначити орієнтовну ціну туру на 1 особу в розмірі близько 22 500 грн для групи з 10 осіб (5 днів/4 ночі)

Таблиця 3.1 – Орієнтовна калькуляція вартості туру «Еко-спадщина Карпат» на одну особу (на прикладі групи 10 осіб, 5 днів/4 ночі)

Стаття витрат	Одиниця виміру	Кількість одиниць (на групу)	Ціна за одиницю (грн)	Загальна вартість (грн)	Вартість на 1 особу (грн)	Примітка
<b>ПРЯМІ ВИТРАТИ</b>						
Проживання (4 ночі)	Номер/доба	20 (5 ном. x 4 доби)	3000	60000	6000	Еко-готелі/садиби
Харчування (5 днів)	Особа/день	50 (10 ос. x 5 дн.)	1040	52000	5200	3-разове, місцеві продукти
Транспорт (5 днів)	День	5	2500	12500	1250	Мікроавтобус для групи
Послуги гіда (5 днів)	День	5	3000	15000	1500	Спеціалізований гід
Вхідні квитки	Об'єкт	5 (на 10 ос.)	200	10000	1000	До НПП, вольєрного госп., музеїв
Майстер-класи	МК	2 (на 10 ос.)	350	7000	700	Гончарство, лялька-мотанка
Всього прямих витрат				156 500	15 650	
<b>НЕПРЯМІ ВИТРАТИ</b>						
Адміністративні, маркетинг, страхування, інше	% від прямих	18%		31 770	3177	Гіпотетично
Всього витрат (собівартість)				188 270	18 827	
ПРИБУТОК	% від собівартості	12%		22 592,4	2 259,24	Гіпотетично
Ціна без ПДВ				210 862,4	21 086,24	
ПДВ (7%)	% від ціни без ПДВ	7%		14 760,4	1 476	
Орієнтовна ціна туру на 1 особу				225 622,8	22 562,3	Округлено до 22 500 грн

Прямі витрати, що безпосередньо залежать від кількості туристів та тривалості туру, включають проживання, харчування, транспортні послуги, послуги гіда, вхідні

квитки та майстер-класи, складаючи 15 650 грн на особу. Непрямі витрати, які є відносно постійними (адміністративні, маркетингові, страхування, амортизація), становлять 3177 грн на особу. Кінцева ціна враховує бажаний прибуток (12% від собівартості) та ПДВ (7%), забезпечуючи конкурентоспроможність, високу цінність еко-туру та справедливу оплату для всіх партнерів, а також підкреслюючи його унікальність та сталу спрямованість.

### **3.3 Підходи до оцінювання ефективності методів просування туристичного туру**

Систематичне вимірювання ефективності маркетингових зусиль є критично важливим для будь-якого туристичного підприємства, оскільки воно забезпечує позитивне повернення інвестицій (ROI) та дозволяє постійно оптимізувати майбутні кампанії. Без належної оцінки існує ризик нецільового використання бюджету та відсутність розуміння реального впливу рекламної діяльності на бізнес-результати.

Оцінка ефективності маркетингу в туризмі включає як кількісні (економічні, вимірювані) показники, так і якісні (неекономічні, засновані на сприйнятті) індикатори. Кількісні показники дозволяють виміряти прямий фінансовий вплив, тоді як якісні показники допомагають зрозуміти сприйняття бренду, задоволеність клієнтів та лояльність. Комплексна оцінка вимагає врахування обох типів показників для формування цілісного уявлення про успішність маркетингової діяльності. Ключові показники ефективності є конкретними числовими метриками, за допомогою яких можна розрахувати та виміряти ефективність маркетингових процесів у бізнесі.

Для туру «Еко-спадщина Карпат», який орієнтований на специфічну, екологічно свідому демографічну групу, традиційні показники, орієнтовані на продажі (як-от ROI та дохід від продажів), є, безумовно, важливими для фінансової життєздатності. Проте, якісні та довгострокові показники є не менш, а можливо, й більш важливими для сталого успіху в цій ніші. Життєва цінність клієнта (LTV) буде особливо життєво важливою, оскільки повторні екотуристи та рекомендації представляють собою

надзвичайно цінний та часто більш економічно вигідний сегмент клієнтів для утримання, ніж для залучення нових. Крім того, задоволеність клієнтів виходить за рамки просто якісного показника. Вона слугує прямим рушієм позитивного «сарафанного радіо» та повторних бронювань, що є першочерговим для продукту, де якість досвіду безпосередньо відображає його «еко» та «спадкові» претензії.

Оцінка ефективності для туру «Еко-спадщина Карпат» повинна застосовувати цілісний підхід, що виходить за межі негайних фінансових прибутків. Вона повинна чітко включати показники, що відображають його нішевий ринок, прихильність до сталості та довгострокові цілі зростання. Це означає активне відстеження не лише прямих бронювань та доходу, а й взаємодії з екотематичним контентом, обсягу та настрою онлайн-відгуків, а також рівня повторних бронювань чи рекомендацій. Високий LTV для екотуристів може стратегічно виправдати вищу початкову вартість залучення клієнта (CAC). Оскільки ці клієнти, ймовірно, будуть лояльними прихильниками відповідальних подорожей та генеруватимуть значну довгострокову цінність. Крім того, для «еко-спадкового» туру унікальним і критичним якісним показником може бути вимірювання впливу самого туру. Наприклад, оцінка задоволеності відвідувачів освітніми компонентами щодо сталості чи збереження культурної спадщини, а також їх дотримання правил відповідальної поведінки відвідувачів. Це демонструє глибоку відповідність основним цінностям туру та підкреслює його автентичну еко-спадкову пропозицію.

У табл. 3.2 відобразимо ключові показники ефективності для просування туру «Еко-спадщина Карпат»

Таблиця 3.2 – Ключові показники ефективності для просування туру «Еко-спадщина Карпат»

Показник	Застосування для туру	Мета вимірювання
Дохід від продажів	Визначення прямого фінансового внеску маркетингових кампаній у бронювання турів.	Оцінка фінансової ефективності маркетингових зусиль.

## Закінчення табл. 3.2

Вартість ліда (CPL)	Відстеження вартості залучення запитів або реєстрацій на сайті туру.	Оптимізація витрат на генерацію потенційних клієнтів.
Вартість залучення клієнта (CAC)	Оцінка загальних витрат на залучення кожного нового туриста, включаючи всі маркетингові та операційні витрати.	Визначення рентабельності інвестицій у залучення нових клієнтів.
Життєва цінність клієнта (LTV)	Прогнозування довгострокової прибутковості від екотуристів, які можуть повторно бронювати тури або рекомендувати їх.	Обґрунтування інвестицій у лояльність та утримання клієнтів.
Рентабельність інвестицій (ROI)	Загальна оцінка фінансової віддачі від всіх інвестицій у просування туру.	Визначення загальної вигідності інвестицій у просування.
Рентабельність маркетингових інвестицій (ROMI)	Оцінка, наскільки успішно маркетингові кампанії генерують прибуток порівняно з витратами на маркетинг.	Оптимізація маркетингового бюджету та стратегій.
Економічний ефект рекламування	Кількісне визначення прибутку від додаткового товарообігу, спричиненого рекламними заходами.	Оцінка прямого фінансового впливу рекламних кампаній.
Додатковий товарообіг	Визначення, скільки додаткових турів було продано внаслідок рекламної кампанії.	Кількісна оцінка впливу реклами на обсяги продажів.
Впізнаваність бренду	Оцінка того, наскільки бренд «Еко-спадщина Карпат» відомий серед потенційних туристів.	Формування довгострокового іміджу та довіри.
Задоволеність клієнтів	Збір зворотного зв'язку для покращення туру та стимулювання рекомендацій.	Забезпечення якості послуг та формування лояльності.
Сарафанне радіо / Рекомендації	Оцінка ефективності позитивного досвіду клієнтів як каналу просування.	Зниження вартості залучення клієнтів та підвищення довіри.
Вплив на сталість	Оцінка ефективності освітньої місії туру та його відповідності принципам екотуризму.	Підтвердження автентичності еко-спадкової пропозиції та соціальної відповідальності.

Отже, для всебічної оцінки ефективності просування туру «Еко-спадщина Карпат» необхідно використовувати комплекс ключових показників, які охоплюють як фінансові результати (дохід від продажів, вартість ліда та залучення клієнта, ROI, ROMI, економічний ефект рекламування та додатковий товарообіг), так і

комунікаційні аспекти (впізнаваність бренду, задоволеність клієнтів, сарафанне радіо/рекомендації) та вплив на сталість (задоволеність освітніми компонентами та дотримання правил відповідальної поведінки). Такий підхід дозволяє не лише кількісно оцінити фінансову віддачу від маркетингових інвестицій та оптимізувати бюджет, але й якісно виміряти ефективність формування довгострокового іміджу, довіри та відповідності туру принципам екологічного та сталого розвитку, що є критично важливим для унікальної пропозиції «Еко-спадщина Карпат».

### **3.4 Розрахунок витрат на просування туру та оцінювання їхньої ефективності**

Для ефективного планування та оцінки просування туру «Еко-спадщина Карпат» необхідно детально структурувати всі потенційні витрати. Це дозволить точно розподілити ресурси та забезпечити надійне вимірювання ефективності кампаній. Серед очікуваних витрат нами було виділено такі категорії:

1. Витрати на рекламні матеріали. До неї входять витрати на дизайн та виробництво брошур, флаєрів, цифрових рекламних креативів (зображень, відео), професійну фото- та відеозйомку для промоційних цілей.

2. Витрати на цифрову рекламу. Ця категорія охоплює прямі витрати на рекламні кампанії в соціальних мережах («Facebook», «Instagram»), Google Ads (PPC, Google Performance Max), банерну рекламу на відповідних веб-сайтах. Також сюди входять витрати на послуги SEO-оптимізації, витрати, пов'язані зі створенням контенту, оплата співпраці з інфлюенсерами та підписки на платформи для email-маркетингу.

3. Витрати на PR та медіа-відносини. До них належать витрати, пов'язані з діяльністю зі зв'язків з громадськістю, такі як розповсюдження прес-релізів у ЗМІ, організація прес-конференцій та ознайомчих поїздок для журналістів та представників туристичної індустрії. Хоча такі візити можуть бути дорогими, вони забезпечують значну віддачу.

4. Витрати на участь у заходах. Вони пов'язані з участю у спеціалізованих туристичних виставках, торгових шоу та ярмарках, як на національному, так і на міжнародному рівнях. Сюди входять оренда стендів, витрати на відрядження та проживання персоналу, а також виробництво специфічних маркетингових матеріалів для заходів.

5. Персонал та агентські послуги. Ця категорія включає заробітну плату внутрішнього маркетингового персоналу, задіяного у просуванні туру, а також гонорари, що сплачуються зовнішнім маркетинговим агентствам за їхні спеціалізовані послуги.

6. Інші накладні витрати. Дана категорія охоплює різноманітні, але важливі операційні витрати, такі як підписки на маркетингове програмне забезпечення (наприклад, CRM-системи, аналітичні інструменти), плата за хостинг та обслуговування вебсайту, а також інші адміністративні витрати, безпосередньо пов'язані з промоційною діяльністю.

Очікуваний бюджет просування туру «Еко-спадщина Карпат» відобразимо у табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Бюджет просування туру «Еко-спадщина Карпат» за місяць

Категорія	Деталізація	Орієнтовна сума, грн
Рекламні матеріали	Дизайн та друк брошур/флаєрів	5 000
	Професійна фото- та відеозйомка	15 000
	Розробка цифрових креативів (банери, відео для соцмереж)	7 000
Цифрова реклама	Таргетована реклама (Facebook, Instagram)	10 000
	Google Ads (PPC, Performance Max)	12 000
	Контент-маркетинг (статті, блоги)	8 000
	Співпраця з мікро-інфлюенсерами	5 000
	Email-маркетинг (платформа, розсилки)	1 000
PR та медіа-відносини	Організація прес-релізу / розсилка	2 000
Участь у заходах	Участь у локальних туристичних ярмарках	3 000

Закінчення табл. 3.3

Персонал та агентські послуги	Зарплата маркетолога (часткова зайнятість)	10 000
	Послуги зовнішнього агентства (оптимізація, аналітика)	15 000
Інші накладні витрати	CRM-система, аналітичні інструменти	2 000
	Обслуговування вебсайту	1 000
<b>Загальні витрати на просування</b>		<b>86 000</b>

З табл. 3.3 бачимо, що бюджет просування туру «Еко-спадщина Карпат» на місяць становить 86 000 грн, що розподіляється на кілька ключових категорій. Найбільші статті витрат припадають на професійну фото- та відеозйомку, Google Ads та зарплату маркетолога. Значні інвестиції також спрямовуються на розробку цифрових креативів, контент-маркетинг, таргетовану рекламу та послуги зовнішнього агентства. Такий розподіл свідчить про комплексний підхід до просування, який поєднує візуальний контент, цифрову рекламу, контент-маркетинг та залучення інфлюенсерів, що є ключовим для охоплення цільової аудиторії та формування позитивного іміджу туру.

Оцінка ефективності витрат на просування туру «Еко-спадщина Карпат» базуватиметься на практичному застосуванні кількісних показників ефективності, таких як ROI, ROMI, SAC та CPL. Їх застосування дозволить виміряти фінансову віддачу від промоційних інвестицій.

Розрахунок ROMI та SAC для кампанії просування туру «Еко-спадщина Карпат» відобразимо у табл. 3.4. Ми враховували, що вартість туру на одну особу становить 27 200 грн, що є ціною продажу для клієнта. Очікується отримати 100 залучених лідів (запитів) та 15 нових клієнтів (заброньованих турів). При цьому припускається, що операційні витрати на одну особу (без урахування маркетингу) становлять 7 000 грн.

Таблиця 3.4 – Розрахунок ROMI та SAC для кампанії просування туру «Еко-спадщина Карпат»

Показник	Значення	Розрахунок
Загальний дохід від продажів	337 500 грн	15 осіб × 22 500 грн /особа
Загальні маркетингові витрати	73 000 грн	5 000 + 35 000 + 5 000 + 25 000 + 3 000
Валовий прибуток від маркетингових зусиль	232 500 грн	337 500 - (15 × 7 000)
ROMI	218,49%	(232 500 - 73 000) / 73 000 × 100%
SAC	4 866,67 грн /клієнт	73 000 грн / 15 клієнтів
CPL	400 грн /лід	40 000 грн / 100 лідів

На основі проведених розрахунків, ROMI у 218,49% свідчить про те, що маркетингові інвестиції принесли надзвичайно високий прибуток. Це означає, що на кожну вкладену гривню в маркетинг, компанія отримала понад 2 грн чистого прибутку. Вартість залучення клієнта (SAC) у 4 866,67 грн є значною. Однак, з огляду на високу вартість туру (27 200 грн) та високий ROMI, таке значення є цілком прийнятним і свідчить про високу прибутковість кожного залученого клієнта.

## ВИСНОВКИ

У дипломній роботі було проведено комплексне дослідження, присвячене розробці екологічного туру як дієвого інструменту сталого розвитку туризму. У результаті виконання роботи було послідовно вирішено всі поставлені завдання:

1. Визначено, що екологічний туризм – це напрям туризму, що активно розвивається, передбачає організацію подорожі до незайманих природних територій, сприяє охороні природи, збереженню унікальних ландшафтів і біорізноманіття, поліпшенню добробуту місцевого населення. З кожним роком видів екотуризму стає дедалі більше, що практично гарантує, що кожен із мандрівників знайде щось, що відповідає саме його запитам.

2. Розвиток екологічного туризму залежить від комплексної взаємодії різноманітних факторів. Ключову роль відіграють природні передумови, які формують базовий інтерес туристів. Однак, на становлення екологічного туризму суттєво впливають ринкові, політичні, соціальні, ресурсні та регуляторні чинники.

3. Івано-Франківська область володіє винятковим потенціалом для розвитку екологічного туризму, що базується на гармонійному поєднанні багатих природних ресурсів, унікальної історико-культурної спадщини та інфраструктури, що активно розвивається. Розгалужена мережа національних парків, гірські ландшафти, річки та озера створюють ідеальну основу для різноманітних еко-маршрутів. При цьому вони збагачуються автентичною етнографічною спадщиною, народними промислами та архітектурними пам'ятками. Розвиток інфраструктури, зокрема еко-готелів, маркованих стежок та інформаційних центрів, забезпечує необхідний комфорт та доступність. Все це в комплексі робить регіон надзвичайно привабливим для свідомих мандрівників, які прагнуть зануритися у природну та культурну спадщину Карпат.

4. Тур «Еко-спадщина Карпат» спроектовано як цілісний та екологічно відповідальний відпочинок. Він поєднує занурення в природу Карпат із знайомством з автентичними гуцульськими традиціями. Тур орієнтований на свідомих

мандрівників та сімей, які шукають унікальних вражень та оздоровлення через чисте повітря і локальні продукти. Для задоволення різних потреб розроблено гнучкі варіанти туру різної тривалості (3, 5, та 7 днів), що робить його актуальним та привабливим туристичним продуктом.

5. Обґрунтування туру «Еко-спадщина Карпат» ґрунтується на принципах сталого розвитку, що є відповіддю на екологічні виклики в регіоні. Розроблений згідно з міжнародними стандартами, він поєднує три ключові аспекти: екологічний (маршрути через національні парки, мінімізація впливу на природу); соціальний (залучення місцевих громад, збереження культурної спадщини); економічний (створення робочих місць, підтримка локальної економіки). Таким чином, вибір усіх локацій та активностей підпорядкований їхній екологічній та культурній цінності, що забезпечує відповідальний підхід до туризму.

6. Комплектація туру «Еко-спадщина Карпат» розроблена для комфортного та сталого відпочинку. Було включено проживання в екологічних садибах, триразове харчування стравами гуцульської кухні, комбінований транспорт для мінімізації впливу на природу та супровід гіда. Додатково пропонуються майстер-класи з місцевих ремесел та дегустації. П'ятиденна програма стратегічно базується в районі Міжгір'я або Пилипця. Це дозволить зменшити тривалість переїздів, забезпечити глибше занурення у ключові природні та культурні об'єкти і водночас підтримати місцеву економіку.

7. Здійснено підбір партнерів для туру «Еко-спадщина Карпат». Ключовим критерієм стала їхня прихильність до принципів сталого розвитку. При цьому пріоритет надається місцевим підприємствам з метою підтримки економіки регіону. Відбір охоплює всі необхідні категорії: від еко-садиб, місцевих перевізників та сертифікованих гідів до закладів харчування з автентичною кухнею, а також майстрів і фермерів для проведення дегустацій та майстер-класів. Важливою складовою є офіційна співпраця з адміністраціями національних парків для гарантування відповідального та безпечного відвідування заповідних територій.

8. Розроблено технологічну карту туру «Еко-спадщина Карпат». Вона чітко визначає час, відповідальних осіб, необхідні ресурси та вимоги до кожного етапу. Її мета – забезпечити злагоджену організацію та високий рівень обслуговування під час відвідування ключових еко-об'єктів, як-от озеро Синевир чи вольєрне господарство.

9. Розроблено інформаційний листок, що надає туристу всю ключову інформацію про маршрут, умови та вартість туру. Для еко-туру він обов'язково буде доповнений розділом «Еко-етикет», де роз'яснюються принципи відповідальної поведінки: правила поводження з відходами, повага до природи за принципом «Залишайся без сліду» та підтримка місцевих громад. Такий підхід не лише інформує туриста, але й посилює цінність та сталу спрямованість туристичного продукту.

10. Розроблено рекламні матеріали для туру «Еко-спадщина Карпат». Вони охоплюватимуть: брошури, цифрові банери, промо-відео та еко-сувеніри. Загальна вартість виготовлення оцінюється у 43 000 грн. При цьому, акцент має бути на відображенні автентичної гуцульської культури та сталих практик, з переважним фокусом на цифровому маркетингу для охоплення еко-свідомої аудиторії.

11. Для просування туру «Еко-спадщина Карпат» пропонується комплексний підхід, що поєднує цифрові та традиційні канали. Фундаментальну роль відіграватимуть цифрові інструменти (SMM, SEO, таргетована реклама) для точного націлювання на еко-свідому аудиторію та побудови довіри через якісний контент. Їх ефективно доповнюють традиційні методи, а саме ознайомчі візити для медіа та друківані матеріали. Разом ці канали забезпечують широке охоплення цільової аудиторії та формування позитивного іміджу туристичного продукту.

12. Розраховано орієнтовну вартість туру на 1 особу. Вона складає 22 500 грн. Ціна сформована на основі суми прямих витрат (15 650 грн на проживання, харчування, транспорт, екскурсії), непрямих витрат (3177 грн на адміністрування та маркетинг), а також бажаного прибутку (22%) та ПДВ (7%). Такий підхід забезпечує конкурентоспроможність, справедливу оплату для місцевих партнерів та підкреслює високу цінність унікального еко-туру.

13. Оцінка ефективності просування туру «Еко-спадщина Карпат» передбачає комплексний підхід, що враховує не лише фінансові показники, але й комунікаційні та сталі аспекти. Розрахунки демонструють високу ефективність: показник ROMI у 218,49% свідчить про те, що маркетингові інвестиції принесли надзвичайно високий прибуток. Це означає, що на кожну вкладену гривню в маркетинг, компанія отримала понад 2 грн чистого прибутку. Вартість залучення клієнта (CAC) у 4 866,67 грн є значною. Однак, з огляду на високу вартість туру (27 200 грн) та високий ROMI, таке значення є цілком прийнятним і свідчить про високу прибутковість кожного залученого клієнта.

## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ НА ДЖЕРЕЛА

1. Піменов В.Г. Розвиток екологічного туризму в Україні: основні поняття, проблеми, сучасний стан. *Вісник Харківської державної академії культури. Соціальні комунікації*. 2018. Вип. 52. С. 198–208.
2. Менеджмент туристичної індустрії; В. П. Руденко та ін. Чернівці : Рута, 2019. 503 с.
3. Паньків Н., Скрипник М. Екологічний туризм як пріоритетний напрямок сталого розвитку туризму в Україні: виклики сьогодення. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. Вип. 4. С. 229–240.
4. Вишневецький В.І. Екологічний туризм : навчальний посібник. Київ: Інтерпрес ЛТД, 2015. 140 с.
5. Габчак Н.Ф., Дубіс Л.Ф., Мельник А.В., Чир Н.В. Екологічний туризм на природоохоронних територіях Закарпатської області : монографія. Ужгород : Вид-во УжНУ «Говерла», 2018. 392 с.
6. Табенська О., Прилуцький А. Проблеми та перспективи розвитку екологічного туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-37>. (дата звернення: 14.02.2024).
7. Бардаш С., Черниш Д. Сутність екологічного туризму та його зміни в умовах сталого розвитку. *Scientific Collection «InterConf»*, 2023. Вип. 152. 482–488.
8. Сорокіна Г.О. Екологічний туризм: навч. посіб. /; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». Луганськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 206 с.
9. Тимчук С. Екологічний туризм як напрям соціально-економічного розвитку сільських територій. *Національна і регіональна економіка. Вісник ТНЕУ*, 2016. Вип.1. С. 35-41.
10. Максимів Л.В., Тимошенко Л.Є. Розвиток екологічного туризму в українських Карпатах: соціо-економічний контекст. *Міжнародний науково-виробничий журнал*. 2016. №4. С. 240 – 276.

- 11.Бойко В. О., Ключник А. В., Півньова Л. В. Зміцнення конкурентоспроможності підприємств екологічного (зеленого) туризму. *Вісник Херсонського Національного Технічного Університету*. 2020. №3. С. 213-222.
- 12.Новицька С. Р. Екологічний туризм як пріоритетний напрямок сталого розвитку туристичної сфери. 2013. № 2. С. 164–169.
- 13.Малюта К. Г. Тенденції розвитку екологічного туризму в Україні. *Новини науки: дослідження, наукові відкриття, високі технології*. Т. 6. 2019. С. 90-94.
- 14.Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 334 с.
- 15.Бабікова К.О. Теоретичні аспекти екологічного туризму та напрями збалансованого розвитку в туристичній галузі. *Економіка. Збалансоване природокористування*. 2020. №1. С.43-49
- 16.Машіка Г.В.,Пологовська Ю.Ю., Бикова М.Д. Сучасні тенденції розвитку екологічного туризму в Україні в умовах пандемії COVID-19.*Екологічні науки:науково-практичний журнал/Головний редактор Бондар О.І.-К: Видавничий дім «Гельвітека»,2021. Вип. 2(35). С.146-153*
- 17.Бойко В. О. Екологічний туризм як складова зеленої економіки. *Ефективна економіка*. 2021. Вип. 4. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.4.73> (дата звернення: 25.02.2024).
- 18.Бондар Ю., Легінькова Н. Екотуризм як важлива складова стратегії сталого розвитку України. *Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України»*. Збірник наукових праць. Кропивницький. ЛА НАУ, 2019. С. 338-346.
- 19.Загорський В.С. Концептуальні основи формування системи управління сталим розвитком еколого-економічних систем: монографія. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2018. 322 с.
- 20.Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 178 с.

- 21.Горіна Г. О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: монографія. Кривий Ріг: Видавець ФОП Чернявський Д. О., 2016. 305 с.
- 22.Перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні: монографія / за заг. ред. М.Х. Шершуна. Рівне : Видавець О. Зень, 2016. 264 с.
- 23.Замула І. В., Кирилюк, Д. Р. Розвиток екологічного туризму в Україні. *Економіка, управління та адміністрування*, 2023. Вип. 2 (104), С. 3–9. [https://doi.org/10.26642/ema-2023-2\(104\)-3-9](https://doi.org/10.26642/ema-2023-2(104)-3-9)
- 24.Ніколаєв К.Д. Екологізація та розвиток сільського зеленого туризму в Україні: монографія. Київ: Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2016. 153 с.
- 25.Кифяк О. Маркетинг в організації розвитку екологічного туризму Карпатського регіону. *Вісник економіки*. 2022. Вип. 2. С. 45–58. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2022.02.045>
- 26.Посохов І. С. Перспективи розвитку екологічного туризму в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2019. Вип. 9. С. 203-212.
- 27.Головне управління статистики в Івано-Франківській області. URL: [http://www.ifstat.gov.ua/NEW\\_PAGE/NEW\\_2019/NEW\\_205.htm](http://www.ifstat.gov.ua/NEW_PAGE/NEW_2019/NEW_205.htm) (дата звернення: 30.03.2025).
- 28.На Прикарпатті підбили підсумки розвитку туризму в 2023 році. Івано-Франківська обласна державна адміністрація. URL: <https://www.if.gov.ua/news/na-prykarpatti-pidbyly-pidsumky-rozvytku-turyzmu-v-2023-rotsi> (дата звернення: 18.04.2025).
- 29.На Прикарпатті підбили підсумки розвитку туризму в 2024 році. Івано-Франківська обласна державна адміністрація. URL: <https://www.if.gov.ua/news/na-prykarpatti-pidbyly-pidsumky-rozvytku-turyzmu-v-2024-rotsi> (дата звернення: 18.04.2025).
- 30.Рекреаційні ресурси Прикарпаття. Косів. URL: <https://kosivart.if.ua/2008/07/03/83/>

- 31.Бурдуланюк В.М Історія Прикарпаття в хронології. Події, факти, дати. Івано-Франківськ, 2004. 50 с.
- 32.Національні природні парки — осередки екологічного туризму. URL: <https://nnph.kosiv.org.ua/2017/10/30/4896/> (дата звернення: 21.04.2025).
- 33.Зелений туризм в Карпатах. URL: <https://ecohotels.in.ua/zelenyj-turyzm>
- 34.Грабовецький В.В Ілюстрована історія Прикарпаття. Т. 1. Івано-Франківськ: Нова Зоря, 2002. 230 с.
- 35.Історико-культурні пам'ятки Прикарпаття та Карпат — важливі об'єкти в розвитку туризму: зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. конф. (Львів, 24-25 квітня 2014 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. — Львів: ЛПЕТ, 2014. 240 с.
- 36.Жирак Л.М. Івано-Франківськ - туристичний бренд Прикарпаття. *Причорноморські економічні студії*. 2020. С. 144-149
- 37.Терлецька Х., Косьмій М. Генеза та передумови формування архітектурної спадщини Прикарпаття. Сучасні проблеми Архітектури та Містобудування, 2022. № 64, С. 119–133. <https://doi.org/10.32347/2077-3455.2022.64.119-133>
- 38.Герасименко В.Г. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону. Одеса: ОНЕУ, 2016. 261 с.
- 39.Купріянич І.П., Дорош А.Й., Салюта В.А. Фактори впливу на розвиток сільського зеленого туризму як малого підприємництва в Україні. *Економіка природокористування і сталий розвиток*, 2019. Вип. 6 (25). С. 100-106.
- 40.Любіцева О. О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2019. 104 с.
- 41.Cater E. Ecotourism as a Western Construct. *Journal of Ecotourism*, 2006. Vol. 5(1-2), 23-39. doi: 10.1080/14724040608668

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Технологічна карта туру «Еко-спадщина Карпат»

Етап	Час	Опис	Відповідальний	Необхідні ресурси	Вимоги до якості
<b>День 1</b>					
1. Зустріч та трансфер	12:00 - 14:00	Зустріч групи на залізничному вокзалі м. Івано-Франківськ. Посадка в транспорт, переїзд до м. Яремче.	Гід, водій	Мікроавтобус, паливо, табличка з назвою туру, список групи, аптечка.	Вчасна зустріч, комфортний та безпечний рух, дотримання ПДР.
2. Поселення та обід	14:00 - 15:30	Прибуття до еко-готелю в Яремче, допомога з розміщенням. Організація обіду для групи.	Гід, адміністрація готелю	Заброньовані номери, узгоджене меню обіду.	Швидке поселення, відповідність умов проживання заявленим, свіжа та якісна їжа.
3. Вільний час	15:30 - 19:00	Час для відпочинку після дороги, самостійної прогулянки околицями.	Гід (консультативно)	Мапа місцевості, рекомендації щодо безпечних маршрутів.	Надання туристам повної інформації для безпечного та цікавого дозвілля.
4. Вечеря та знайомство	19:00 - 20:30	Спільна вечеря. Знайомство групи, короткий брифінг від гіда щодо програми наступних днів.	Гід, персонал готелю	Заброньовані місця, меню.	Комфортна атмосфера, смачна їжа, надання вичерпної інформації.
<b>День 2</b>					
1. Сніданок	08:00 - 09:00	Сніданок в готелі	Персонал готелю	-	Своєчасна подача, якісні продукти.
2. Вольєрне господарство	09:30 - 11:00	Переїзд до вольєрного господарства. Екскурсія, спостереження за оленями, козулями, дикими кабанам.	Гід, водій	Транспорт, вхідні квитки.	Дотримання правил поведінки на території, не турбувати тварин, цікава розповідь гіда.
3. Водоспад Пробій	11:00 - 13:00	Піша прогулянка до водоспаду Пробій. Огляд сувенірного ринку.	Гід	-	Дотримання техніки безпеки біля води та на ринку.

## Продовження додатку А

4. Обід у колибі	13:00 - 14:00	Обід у традиційній колибі з автентичними стравами гуцульської кухні.	Гід, персонал колиби	Заброньовані місця, меню.	Свіжість продуктів, автентичність страв, якісне обслуговування.
5. Скелі Довбуша або скеля Слон	14:30 - 16:30	Піша прогулянка до скельного комплексу, розповідь гіда про історію та легенди.	Гід	Зручне взуття у туристів, вода.	Безпека на маршруті, дотримання маркованих стежок.
6. Вечеря	19:00 - 20:00	Вечеря в готелі	Гід, персонал готелю	-	Якісна їжа, комфортні умови.
<b>День 3</b>					
1. Сніданок	07:30 - 08:00	Ранній сніданок перед виїздом.	Персонал готелю	-	Своєчасна подача.
2. Трансфер до НПП «Синевир»	08:00 - 11:00	Тривалий переїзд з Яремче до Міжгірського району Закарпаття.	Гід, водій	Мікроавтобус, паливо, аптечка.	Комфортний та безпечний рух, дотримання ПДР.
3. Екскурсія озером Синевир	11:00 - 12:30	Піша екскурсія навколо озера. Розповідь гіда про екосистему, легенди, правила поведінки в НПП.	Гід	Вхідні квитки до НПП, карти, вода.	Дотримання маркованих стежок, безпека на маршруті.
4. Обід біля Синевиру	12:30 - 13:30	Обід у місцевому ресторані або колибі	Гід, ресторан	Заброньовані місця, меню.	Свіжість продуктів, якісне обслуговування.
5. Водоспад Шипіт	14:30 - 16:30	Переїзд до водоспаду Шипіт. Огляд водоспаду. Організація кінних прогулянок для бажаючих.	Гід, водій, інструктори з кінної їзди	Транспорт, кошти на кінні прогулянки.	Дотримання техніки безпеки біля водоспаду та під час кінних прогулянок.
6. Повернення до Яремче	16:30 - 19:30	Тривалий переїзд до місця проживання.	Гід, водій	Мікроавтобус, паливо.	Комфортний та безпечний рух.
7. Вечеря	20:00 - 21:00	Пізня вечеря в готелі	Гід, персонал готелю	-	Якісна та гаряча їжа після довгого дня.
<b>День 4</b>					
1. Сніданок	08:00 - 09:00	Сніданок в готелі	Персонал готелю	-	Якісні страви.
2. Трансфер до Коломиї	09:00 - 10:30	Переїзд з Яремче до м. Коломиї.	Гід, водій	Мікроавтобус, паливо.	Безпечний рух.

## Закінчення додатку А

3. Відвідування музеїв	10:30 - 13:00	Експерсії в Музеї народного мистецтва Гуцульщини і Покуття та музею «Писанка»	Гід, музейні екскурсоводи	Вхідні квитки, замовлення екскурсій.	Цікава та інформативна подача матеріалу.
4. Обід	13:00 - 14:00	Обід у закладі в центрі Коломиї.	Гід, ресторан	Заброньовані місця, меню.	Смачна їжа, швидке обслуговування.
5. Майстер-клас	14:30 - 16:00	Участь у заздалегідь обраному майстер-класі (гончарство або лялька-мотанка).	Гід, майстер	Домовленість з майстром, матеріали для майстер-класу.	Залученість усіх учасників, створення власного виробу, позитивні емоції.
6. Дегустація	17:30 - 18:30	Відвідування місцевої сироварні або крамниці для дегустації сирів та настоянок.	Гід, власник закладу	Домовленість про дегустацію, дегустаційний сет.	Висока якість продукції, цікава розповідь про виробництво.
7. Повернення та вечеря	18:30 - 20:30	Повернення до Яремче. Вечеря.	Гід, водій, персонал готелю	Транспорт, меню вечері.	Безпечне повернення, якісна їжа.
<b>День 5</b>					
1. Сніданок	08:30 - 09:30	Сніданок в готелі	Персонал готелю	-	Своєчасна подача.
2. Вільний час	09:30 - 11:30	Час для зборів, купівлі сувенірів, короткої прощальної прогулянки.	-	-	-
3. Трансфер до Івано-Франківська	11:30 - 13:00	Збір групи з речами. Переїзд до залізничного вокзалу м. Івано-Франківськ.	Гід, водій	Мікроавтобус, паливо.	Вчасне прибуття на вокзал, з урахуванням запасу часу.
4. Завершення туру	13:00	Прощання з групою, допомога з багажем.	Гід	-	Позитивне завершення подорожі, збір зворотного зв'язку.

## Додаток Б

### Рекомендовані канали просування туру «Еко-спадщина Карпат»

Канал	Тип каналу	Опис та переваги	Релевантність для туру «Еко-спадщина Карпат»	Приклади застосування
Контент-маркетинг	Цифровий	Створення цінного контенту (статті, блоги, фото, відео) для залучення аудиторії. Будує довіру, позиціонує як експерта.	Фундаментальний для демонстрації унікальності еко-спадщини, навчання аудиторії про сталий туризм.	Блог про флору/фауну Карпат, відео-екскурсії культурними об'єктами, історії успіху збереження природи.
Соціальні мережі (SMM)	Цифровий	Пряма взаємодія з аудиторією, формування спільнот, візуальна презентація.	Ідеально для візуально привабливого екотуру. Сприяє залученню молодіжної аудиторії.	Публікація фото/відео з турів, сторіс з гірських маршрутів, опитування про екологічні звички.
Таргетована реклама	Цифровий	Точне націлювання на аудиторію за інтересами (екотуризм, активний відпочинок, культура).	Висока ефективність для досягнення цільових сегментів, зацікавлених у відповідальних подорожах.	Реклама в Facebook/Instagram для користувачів, які цікавляться походами, природою, культурною спадщиною.
Відеомаркетинг (YouTube)	Цифровий	Захопливий візуальний контент, що передає атмосферу та емоції.	Найкращий спосіб показати красу Карпат, активності туру, автентичні відгуки.	Промо-ролики туру, відео-щоденники учасників, документальні міні-фільми про місцеві традиції.
Пошукова оптимізація (SEO)	Цифровий	Підвищення видимості сайту в пошукових системах за релевантними запитами.	Залучення органічного трафіку від користувачів, які активно шукають екотури.	Оптимізація сайту за ключовими словами «екотур Карпати», «зелений туризм», «культурна спадщина».

## Закінчення додатку Б

Контекстна реклама (PPC)	Цифровий	Швидке залучення трафіку та потенційних клієнтів через платні оголошення.	Для швидкого охоплення аудиторії та генерації лідів, особливо під час сезонних піків.	Google Ads на запити «екотури в Україні», «відпочинок у Карпатах», «походи в гори».
Інфлюенсер-маркетинг	Цифровий	Співпраця з блогерами та лідерами думок для автентичних рекомендацій.	Забезпечує довіру та охоплення нішевої аудиторії, яка цінує думку експертів.	Запрошення еко-блогерів або тревел-інфлюенсерів у прес-тур, публікація їхніх відгуків.
Email-маркетинг	Цифровий	Пряма комунікація з потенційними та наявними клієнтами, персоналізовані пропозиції.	Для вибудовування лояльності, інформування про нові дати турів, спеціальні пропозиції.	Розсилка новин про Карпати, ексклюзивні пропозиції для підписників, нагадування про незавершені бронювання.
Месенджери	Цифровий	Швидка комунікація, підтримка клієнтів, автоматизовані відповіді.	Зручний канал для оперативних відповідей на запитання, підтвердження бронювань.	Чат-боти для відповідей на поширені питання, розсилка інформації про тур у Telegram/Viber.
Платформи відгуків та маркетплейси	Цифровий	Збільшення довіри через відгуки реальних клієнтів, розширення каналів продажу.	Важливо для формування позитивної репутації та залучення нових клієнтів через соціальний доказ.	Розміщення туру на TripAdvisor, Google Travel, заохочення клієнтів залишати відгуки.
Ознайомчі візити (прес-тури)	Традиційний	Організація турів для журналістів, блогерів, туроператорів для безпосереднього ознайомлення з продуктом.	Забезпечує високоякісний контент та професійні відгуки, що підвищують довіру.	Запрошення журналістів екологічних видань або тревел-агентів на ознайомчий тур.
Друк (брошури, каталоги)	Традиційний	Створення іміджу, візуальна презентація послуг.	Доповнює онлайн-просування, корисно на виставках, у туристичних центрах.	Друк якісних брошур з детальним описом маршруту, фотографіями та інформацією про сталість.