

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

« Розроблення продукту екологічного туризму територією
Житомирської області та його просування на ринку країн ЄС »

Студентки 4 курсу 18 групи,
денної форми навчання,
освітнього ступеня
«бакалавр», спеціальності 242
«Туризм»,
освітньої програми
«Міжнародний туризм»

Омельченко
Владислави
Денисівни

(підпис)

Науковий керівник
к.геогр.н., доц.

Мазурець Роман
Русланович

(підпис)

Гарант освітньої програми
к. держ. упр., доцент

Кравцов Сергій
Станіславович

(підпис)

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «бакалавр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую

Зав. кафедри

Тетяна ТКАЧЕНКО

«_____» _____ 2023р.

Завдання**на випускню кваліфікаційну роботу студентки**

Омельченко Владиславі Денисівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення продукту екологічного туризму територією Житомирської області та його просування на ринку країн ЄС»

Затверджена наказом ДТЕУ від «01» листопада 2022 р. № 2900.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: до 02.06.2023 р.**3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:**

Мета роботи: обґрунтування теоретико-прикладних засад розроблення продукту екологічного туризму Житомирської області та його просування на ринку країн ЄС.

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування продукту екологічного туризму.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти продукту екологічного туризму Житомирської області та його просування на ринку країн ЄС.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

- 1.1. Теоретичний базис екологічного туризму
- 1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку екологічного туризму
- 1.3. Ресурсний потенціал Житомирської області для розвитку екологічного туризму

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ПРОДУКТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

- 2.1. Розроблення маршруту та програми туру
- 2.2. Заходи з просування туру на ринку України
- 2.3. Економічне обґрунтування туру

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022-25.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	28.11.2022-23.12.2022	23.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	26.12.2022 - 10.02.2023	10.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023-21.04.2023	21.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023-08.05.2023	07.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	09.05.2023 – 26.05.2023	26.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	19.06.2023

6. Дата видачі завдання «23» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Мазурець Р.Р.
(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми Кравцов С. С.
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняла до виконання студентка Омельченко В.Д.
(прізвище, ініціали, підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ	10
1.1. Теоретичний базис екологічного туризму	10
1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку екологічного туризм	13
1.3 Ресурсний потенціал Житомирської області для розвитку екологічного туризму	20
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ПРОДУКТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ	27
2.1. Розроблення маршруту та програми туру	27
2.2. Заходи з просування туру на ринку України	32
ВИСНОВКИ	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	38

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасному світі зростає усвідомлення необхідності збереження природних ресурсів та збалансованого розвитку, що призводить до збільшення інтересу до екологічного туризму. Зелений туризм, зокрема, набуває все більшої популярності як серед місцевих мешканців, так і серед туристів з-за кордону. Це створює нові можливості для розвитку туристичного сектору та підтримки екологічно чистих регіонів.

Мета роботи: обґрунтування теоретико-прикладних засад розроблення продукту екологічного туризму Житомирської області та його просування на ринку країн ЄС.

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування продукту екологічного туризму.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти продукту екологічного туризму Житомирської області та його просування на ринку країн ЄС.

Досягнення мети роботи передбачає вирішення таких завдань:

- Проналізувати природні, культурні та історичні ресурси Житомирської області та їх потенціал для екологічного туризму.
- Визначити основні чинники, що впливають на розвиток екологічного туризму в регіоні.
- Розробити концепцію продукту екологічного туризму, включаючи маршрути, активності та послуги.
- Вивчити ринок Європейського Союзу та здійснити аналіз конкурентоспроможності подібних продуктів.
- Розробити стратегію просування продукту екологічного туризму Житомирської області на ринку ЄС.

Під час проведення дослідження були використані *такі методи:*

- Аналіз літературних джерел та статистичних даних для збору інформації про екологічний туризм, природні та культурні ресурси Житомирської області та ринок ЄС.
- Проведення опитувань та інтерв'ю зі зацікавленими сторонами, включаючи місцевих мешканців, туристичні організації та потенційних туристів.
- SWOT-аналіз для визначення сильних і слабких сторін продукту екологічного туризму та можливостей та загроз на ринку ЄС.
- Маркетингові дослідження для вивчення сегментації ринку та виявлення цільової аудиторії.
- Розробка стратегії просування та маркетингових заходів для привернення уваги до продукту екологічного туризму.

Для проведення дослідження було використано наступну *інформаційну базу*:

- Наукові статті та публікації, що стосуються екологічного туризму, розвитку туристичного сектору та маркетингу в туризмі.
- Статистичні дані про туристичний рух, відвідуваність регіонів та туристичні тренди в Європейському Союзі.
- Локальні документи, звіти та розробки, пов'язані з розвитком екологічного туризму в Житомирській області.
- Інформація про потенційних конкурентів та їхні продукти екологічного туризму.
- Результати опитувань та інтерв'ю з місцевими мешканцями, туристичними організаціями та потенційними туристами.

Практичне значення дослідження. Цей дослідницький проект спрямований на вирішення актуальних проблем екологічного туризму та розвитку туристичного потенціалу Житомирської області, а також на просування регіону на міжнародному ринку. Результати дослідження виявлять потенціал та можливості для створення екологічно орієнтованого продукту туризму, який

сприятиме збереженню природи та розвитку економіки регіону.



РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис екологічного туризму

Екологічний туризм є формою туризму, що спрямована на взаємодію людини з навколишнім середовищем у збалансований та екологічно відповідальний спосіб. Він базується на збереженні природних ресурсів та екосистем, а також на підтримці і сприянні охороні біорізноманіття та екологічної стійкості в рамках туристичної діяльності.

Основними характеристиками екологічного туризму є уважне ставлення до природи, підтримка збереження природних територій, пропагування екологічної освіти та свідомого споживання, врахування місцевої культури та співіснування з місцевими громадами. Він спрямований на мінімізацію негативного впливу туризму на природні ресурси та місцеве середовище, а також на сприяння розвитку сталого туризму.[1]

Екологічний туризм передбачає відвідування природних територій, які зберігаються у природному стані або підлягають охороні. Туристи мають можливість насолоджуватися природними ландшафтами, спостерігати дику природу, досліджувати різноманіття флори та фауни, а також брати участь у охоронних заходах, відновленні екосистем та наукових дослідженнях.

У контексті екологічного туризму важливо підкреслити відповідальність туристів у відношенні до навколишнього середовища. Це передбачає дотримання етичних принципів, таких як: не залишати сміття, не порушувати природу, не завдаючи шкоди її жителям та біорізноманіттю. Крім того, екологічний туризм сприяє розвитку економіки місцевих громад, стимулюючи розбудову інфраструктури та підтримуючи робочі місця.

Застосування принципів екологічного туризму вимагає співпраці між туристичними організаціями, урядовими органами, місцевими громадами та природоохоронними організаціями. Це може включати розробку та виконання

планів управління туристичними ресурсами, розробку екологічних стандартів для готелів та інших туристичних об'єктів, проведення освітніх заходів щодо екологічного туризму та розвитку екологічної свідомості серед туристів та місцевих жителів.

Загалом, екологічний туризм виступає як важлива галузь туристичної діяльності, що здатна зберігати та сприяти сталому розвитку природних ресурсів та екосистем, забезпечуючи одночасно задоволення потреб туристів та збереження навколишнього середовища для майбутніх поколінь.

Екологічний туризм - порівняно нове поняття в туристичній діяльності. Основна причина виникнення екологічного туризму знаходиться у невідрегульованості відносин у системі «суспільство-природа», або в туристичній інтерпретації - «туризм-екологія». Саме орієнтацією на екологічну складову можна пояснити підвищену увагу в останні роки до відвідування місць з незмінним або мало зміненим природним середовищем. Численні опитування туристів свідчать, що серед провідних мотивів туристських подорожей на перший план все більше виступає прагнення людей до спілкування з природою. [2]

Люди через зміни умов життя у великих містах-мегаполісах усе далі відходять від природи. Незмінними супутниками проживання в таких містах є ізоляваність людини, почуття самотності, надмірні навантаження па нервову систему, що породжують постійне психологічне напруження і призводять до стресів. Мешканці великих міст усе частіше потерпають на нервові розлади та усякого роду захворювання нервової системи. У них з'являється природне і цілком зрозуміле бажання виїхати на природу, щоб у спілкуванні з нею звільнити свою нервову систему від навантажень, що накопичилися в умовах міського проживання.[3]

Наприкінці трудового тижня все більша кількість жителів міст намагається виїхати за його межі - хто на свої дачні ділянки, а хто просто прогулятися парком чи лісом. Батьки вивозять дітей у сільську місцевість, молодь з рюкзаками за плечима відправляється на береги річок і озер, у ліси і

гори. Що ними рухає? Що вони ставлять собі за мету? Найпростіша відповідь: вони бажають бути ближче до природи, скористатися з можливості подихати свіжим повітрям лісів і луків, набратися нових вражень, помилуватися красотами приміських околиць. А головне - поліпшити свій емоційний стан, зняти психологічне напруження. Якщо більш ґрунтовно проаналізувати це явище, то можна навіть говорити про те, що механізми тяжіння мешканців міста до природи та прагнення до оздоровчої дії природного середовища виявляються навіть на генетичному рівні, про що свідчать дані сучасних медичних досліджень.[4]

До екологічного туризму це має віддалене відношення, оскільки природа тут - основна умова відпочинку, а відпочиваючий - лише споживач наданих природою благ, тобто пасивно реагуючий на неї суб'єкт. Пасивно в тому розумінні, що сприйняття природи відбувається, хоч і з отриманням оздоровчого ефекту та емоційної насолоди, але без усвідомлення значення її для людини і людини для неї. Екологічний туризм обов'язково має містити в собі елементи усвідомленого позитивного ставлення до навколишнього природного середовища, а не тільки його використання, нехай навіть в активних формах.

Природа - головне джерело задоволення матеріальних і духовних потреб людини. Усвідомлення цього очевидного факту неминуче ставить людину на позиції любові й поваги до природи. Але це тривалий процес. До того ж відбувається він не автоматично. Потрібно цілеспрямовано формувати дбайливе ставлення до природи, виховувати в людях почуття вдячності до неї за те, що вона дає їм, за її роль у житті нинішнього й майбутніх поколінь. Щодо цього екологічний туризм має реальні ресурси - невичерпні, як і сама природа.

Екологічний туризм з його величезними рекреаційними і пізнавальними можливостями покликаний сформувати суспільну свідомість щодо охорони та раціонального використання природних багатств, донести до людей нагальність і важливість питань захисту навколишнього середовища. У

багатьох країнах екологічний туризм стає супутником і невід'ємною частиною всіх видів туризму, інтегрує їх у загальний процес, а завдяки своєму максимально доступному (наочному) просвітницькому та освітньому потенціалу є чи не єдиним регулятивним та формуючим поведінку важелем управління урбанізаційними процесами, раціонального природокористування та охорони природи.[3] Він дозволяє пом'якшити удари, що завдає природі бездумне ставлення до неї людини, зберігає кутки незайманої природи і сприяє примноженню природних цінностей не тільки за допомогою екологічної просвіти, але і за рахунок коштів, що спрямовуються з прибутків від екологічного туризму на вирішення цих завдань.

У найбільш загальному розумінні екологічний туризм, є формою активного відпочинку з екологічно значущим наповненням - особливий інтегруючий напрямок рекреаційної діяльності людей, що будують свої взаємовідносини з природою та іншими людьми на основі взаємної вигоди, взаємоповаги та взаєморозуміння. Туристи отримують від такого спілкування з природою певний фізичний, психологічний, інтелектуальний та емоційний запас міцності та здоров'я, а природа при цьому зазнає мінімальних оборотних впливів і втрат, місцеві мешканці отримують соціальні та економічні стимули до збереження природи та традиційного природокористування.[6]

1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку екологічного туризм

На сучасному етапі розвитку туризму в світі, одним із пріоритетних напрямків сталого розвитку територій став екологічний туризм. Розвиток екологічного туризму в Україні на початковому етапі, але завдяки існуючій природно-рекреаційним ресурсам країни, цей вид туризму має усі шанси стати одним з основних видів подорожей та створити усі умови покращення соціально-економічного становища населення. Завдяки гарному географічному положенню, Україна багата на різноманітні природні та рекреаційні ресурси, які можна використовувати в розвитку екологічного

туризму.

Розвиток туризму відіграє важливу роль у вирішенні соціальних проблем держави. В багатьох країнах світу саме за рахунок туризму створюються нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, створюються передумови для поліпшення платіжного балансу країни. Розвиток сфери туризму сприяє підвищенню рівня освіти, вдосконаленню системи медичного обслуговування населення, впровадженню нових засобів поширення інформації тощо. Туризм безпосередно впливає на соціальне, культурне й економічне життя держави. Україна має значні можливості для динамічного розвитку туристичної та рекреаційної галузі, розширення міжнародного співробітництва в цій сфері. Туристичний рух в Україні має давні історичні традиції. Після набуття Україною незалежності, туристичний рух, і особливо його приватний сектор, почав активно розвиватись.[5]

Екологічний туризм стрімко розвивається і набуває популярності у багатьох країнах, що допомагає гармонізувати відносини між природою, людьми та економікою. Розвиток екологічного туризму в Україні на сучасному етапі є перспективним в багатьох регіонах країни, завдяки їх унікальним природним ресурсам та прагненню населення до відпочинку на природі. Зважаючи на це, запровадження розвитку екологічного туризму в Україні є актуальним.

У сучасному суспільстві, згідно з концепцією категоричного імперативу І.Канта, яку він обгрунтував і сформулював, виходячи з моральних істин, виникла ідея екологічного імперативу, яка і лежить в основі глобальної тенденції до екологічного способу життя й зростаючого інтересу людей до екологічно чистих місць нашої планети. Завдяки цій тенденції виник і успішно розвивається екологічний туризм, сенс якого полягає також в прагненні і забезпеченні основного права людей на сприятливе для життя, здоров'я і достатку навколишнє середовище.

Механізми розвитку зеленого туризму в Україні :

- проєкт «Туристичні магніти». Проведення державного нагляду

(контролю) за додержанням туроператорами ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності.

- Транскордонне співробітництво у сфері зеленого туризму;
- Найбільш популярним регіоном України у сфері зеленого туризму з точки зору транскордонної;

Найбільш популярним регіоном України у сфері зеленого туризму з точки зору транскордонної кооперації залишаються Карпати.

Для більшості людей екологічний туризм зводиться до вузького поняття відпочити за містом, проте екологічний туризм - це величезне напластування напрямків у вивченні історії природи, етнографії, екстремальних видів туризму.

За визначенням В.Ф. Семенова, до екологічного туризму «належать усі види туризму, які мінімально або взагалі не впливають на природне довкілля і забезпечують рівновагу між туристами, природою та господарською діяльністю. Такими екологічно безпечними видами туризму вважаються серфінг, пішохідні, велосипедні прогулянки дорогами, альпінізм, спостереження за природою, плавання на байдарках та каное, спортивну морську рибалку, лижні мандрівки в горах тощо».[8]

За визначенням Всесвітнього фонду дикої природи, «екологічний туризм - це туризм, що включає в себе подорожі в місця з відносно незміненою природою з метою отримати уявлення про природні і культурно-етнографічні особливості даної місцевості, який не порушує при цьому цілісності екосистем і створює такі економічні умови, за яких охорона природи і природних ресурсів стає вигідною для місцевого населення».[10]

Екологічний туризм, за оцінкою аналітиків охоплює вже понад 10% туристичного ринку, а темпи його росту перевищують відповідні темпи у всій індустрії туризму. Головною рушійною силою бурхливого розвитку екологічного туризму є швидко зростаючий попит на рекреацію на природі, який визначається збільшенням невідповідності середовища проживання сучасної людини її фізіологічним і психологічним потребам. Природно-

рекреаційні ресурси та заповідні території Житомирської області мають особливу цінність та відіграють особливу роль у подоланні сучасних соціально-економічних проблем і забезпеченні оптимальної для проживання людей якості середовища. Відновлення фізичних і духовних сил людини, здоровий відпочинок позитивно впливають на економічний ефект у сфері матеріального виробництва та розумової праці. Тому рекреаційна сфера розглядається економістами як складова частина єдиного народногосподарського комплексу. Хоча екологічний туризм в Україні ще не набув значного поширення, зважаючи на існуючий ресурсний потенціал, перспективним регіоном його організації є Українське Полісся, до складу якого входить Житомирська область. Житомирщина приваблює екотуристів насамперед тим, що має достатню кількість природних ресурсів, які можуть зацікавити найрізноманітніші запити відпочивальників. На території міста Житомир діє близько 30 туристичних агенцій. (таблиця 1.1)

Таблиця 1.1.

Екологічно-орієнтовані турів, що пропонуються туристичними підприємствами

Назва туристичного підприємства	Назва туру, маршруту	Маркетингові характеристики туру (цільові споживачі, тривалість, період року, ціна і т.д.)
Туристична агенція «Патріот», м. Житомир	«Багатство корисних копалин» (м. Житомир – м. Овруч – м. Житомир) «Легенди Нору» (м. Житомир – Овруч-Бондарі – Сорокопень – Нові Велідники – Старі Велідники – Кошечки – Листвинське лісництво – Нова Рудня – Словечно	Молодь, літні люди, які люблять активний відпочинок. Тривалість туру – 3 дні. Період – кінець травня-початок вересня. Ціна – 1150 грн. Молодь, шанувальники природи. Тривалість туру – 1 день. Період року – з травня по вересень. Ціна – 320 грн.

Продовження таблиці 1.1.

«ВІТА»	«Водний рай»	Молодь до 40 років. Тривалість туру – 2 дні. Період туру – квітень-жовтень. Ціна – 850 грн.
«Єка-тур»	«Райський відпочинок»	Молодь, літні люди, які люблять активний відпочинок. Тривалість туру – 2 дні. Період – кінець травня-початок вересня. Ціна – 920 грн.
Туристична агенція «СМАЙЛ», м. Житомир	с. Буки+ Олександрія (м. Біла Церква	Дорослі, школяри, студенти. Тривалість – 1 день (8-9 год.) Ціна – 350 грн. Додатково оплачуються вхідні квитки, харчування.
Житомирський обласний інформаційно-туристичний центр	«Український стоунхендж» (м. Житомир – м. Олевськ – Заказник	Для людей всіх вікових категорій, які надають перевагу активному відпочинку.

*Джерело: складено автором за даними [12]

Для визначення наявності туристичних пропозицій на ринку міста та області екологічно-орієнтованих турів, ми проаналізували інформацію на інтернетсайтах цих фірм. Із всіх досліджених туристичних агенцій лише чотири, а також Житомирський обласний туристичний інформаційний центр, можуть запропонувати своїм споживачам тури, де об'єктами показу виступають об'єкти природно-заповідного фонду. Причому туристична агенція «Патріот», «ВІТА», «Єка-тур» пропонують туристам активний еколого-орієнтований відпочинок по Житомирщині, а туристична агенція «Карпати щотижня», яка функціонує у м. Новоград-Волинський, пішохідний гірський похід у Карпати. До програми туру «Український стоунхендж», який пропонується Житомирським обласним інформаційно-туристичним центром входить відвідування як природних об'єктів, так й історичних пам'яток. Туристична агенція «СМАЙЛ» пропонує відвідування дендрологічного парку «Олександрія», який знаходиться у м. Біла Церква, Київської області. Щодо цільової аудиторії на яку орієнтовані тури, то це – і молодь, і люди середнього та старшого віку. Головна умова – воони надають перевагу активному

відпочинку, знаходитися в гарній фізичній формі та любити і поважати природу.[12]

За допомогою екологічного туризму можна взаємозбагатити культури різних народів, зміцнити взаємну довіру, налагодити міжнародні відносини та обмін туристами, покращити умови розвитку внутрішнього туризму і надати країні гарний імідж та конкурентоспроможність

Екологічний туризм - достатньо новий напрям туристичної діяльності в світі. Саме в 2002 році, в рамках міжнародного року екологічного туризму, на Всесвітньому саміті була затверджена Квебекська декларація з екологічного туризму, що стала одним з основних документів у світі щодо екотуристичної діяльності, що започаткувало його стрімкий розвиток.[2]

Позитивний ефект факторів на розвиток та становлення екотуризму забезпечує країні високі економічні результати: стабільний розвиток економічної діяльності та успішне вирішення соціальних питань.

Наслідуючи приклад європейської туристичної практики у країні почали з'являтися нові форми екотуризму, такі як природні парки, еко-курорти, еко-котеджі, екостежки, глемпінги та інші.

- Еталонна модель еко-комплексу має добре підготовлений персонал та професійних путівників, які спілкуються з гостями закладу. Розташовані на незайманих природних територіях, часто мають значне екологічне значення та потужні програми захисту навколишнього природного середовища.

Застосовують найкращі технології для зменшення використання енергії та раціонального поводження з відходами.

- Еко-курорт - візуально та за конструкторським рішенням схожий на еталонну модель, однак відрізняється за призначенням і зазвичай розташований біля водних об'єктів і орієнтований на надання розважальних послуг та інших особистих послуг (природні оздоровчі спа-центри, заняття йогою тощо).

- Еко-котеджі та кемпінги - невеликі будиночки або кемпінги, які розташовані в природних районах, з мальовничими краєвидами, зазвичай

побудовані доволі давно та для певних цілей, не пов'язаних з туризмом. Багато з них адаптовані та утримуються для проживання. Протягом останніх кількох років «кемпінг» став одним із тих популярних брендів туристичної галузі, що набув великої популярності серед мандрівників. Поєднуючи слова «гламур» та «кемпінг», ця тенденція зростає, оскільки підйом масового туризму змусив більше людей сприйняти екологічний дух відповідальних подорожей.

- Сільські еко-комплекси - прості приватні помешкання, розташовані у сільській місцевості або в невеликих селах поблизу природного заповідника. Обслуговуючий персонал та гіді - місцеві жителі, що не мають професійних навичок. Надають можливість побачити екзотичну дику природу, однак не зовсім ізольовано від цивілізації.

- Еко-ферми сільські проекти, що використовують фермерські будинки, та інші приміщення ферм. Деякі з них є пристосованими або побудованими за призначенням. Ці проекти мають на меті отримання додаткового доходу для фермерів та малих громад. Головною ідеєю екологічного туризму є піклування та збереження природного навколишнього середовища, що використовується для туристичних цілей та реалізується в його завданнях та функціях.[13]

Розвиток екологічного туризму в Україні знаходиться на початковому етапі. Для його становлення необхідною умовою є природно-рекреаційні ресурси, будуть привертати увагу туристів.

На сьогодні, екологічний туризм не користується значною популярністю серед внутрішніх туристів. Тому, більша кількість туристичних фірм та туроператорів не організовують екологічні тури, а лише проводять екскурсії до природно-заповідного фонду країни, але назвати їх екологічними не завжди можна, адже не всі дотримуються принципів екологічного туризму, та відносяться до пізнавальних турів.

Головними чинниками, що стримують розвиток екологічного туризму є організаційні та економічні.

Світові стратегії соціально-економічного й екологічного розвитку визначають значну роль туристичної галузі, як однієї з найважливіших сфер життєдіяльності. Все більшої популярності і розповсюдженості серед населення, набуває зелений туризм. З переходом України на засади самоврядування та самозабезпечення, в результаті процесів децентралізації, зелений туризм стане стимулюючим фактором підвищення ефективності економічного розвитку сільських територій.[2]

1.3 Ресурсний потенціал Житомирської області для розвитку екологічного туризму

Природно-кліматичні та історичні умови створили в Україні потужну ресурсну базу для розвитку туристично-рекреаційної індустрії та розбудови відповідної інфраструктури. Основними чинниками привабливості рекреаційно- туристичних ресурсів є природа, клімат, мистецтво, історія, харчування, архітектура, релігія. Усі наведені елементи гармонійно взаємодіють між собою, створюючи неповторну атмосферу Житомирщини як одного з найпривабливіших для туристів регіону України.

За наявністю рекреаційних ресурсів Житомирщина посідає одне з провідних місць у державі. Курортно-рекреаційні ресурси області визначаються як ефективний інструмент впливу на поліпшення економічної, соціальної й екологічної ситуації.[3; 4]

Полісся – це край озерних, річкових і лісових ландшафтів. Поверхневі водні ресурси в Житомирській області формуються в основному із місцевого стоку у річковій мережі переважно на власній території, за рахунок атмосферних опадів, а також транзитного стоку, який надходить із суміжних областей. Середня величина річкового стоку складає 3300 млн. куб. м, з них на території області формується 2800 млн. куб. м. В області нараховується 2822 річки загальною протяжністю 13,7 тис. км, із них 329 – довжиною більше 10

км, протяжністю 6692 км і 2493 – довжиною менше 10 км, протяжністю 7062 км.

В структурі гідрографічної сітки великих річок немає, середніх річок вісім: Тетерів, Случ, Ірша, Уборть, Ствига, Словечна, Уж та Ірпінь. Водність рік області досить нерівномірна по сезонах року та кліматичних зонах. Так водність рік в північних районах в 1,5-2 рази вище ніж у південних, до 70 % стоку річок припадає на весняну повінь, або літні паводки і лише до 30% – на решту періоду року.

Водозабезпеченість в області в середній по водності рік становить 2,6 тис.м³ /чол., в маловодний рік – 0,9 тис. м³/чол. В літню межень значна частина рік в південних районах області пересихає, що робить неможливим забір води без будівництва підпірних споруд, ставків та водосховищ. В області нараховується 54 водосховища, загальною площею 7,6 тис. га та сумарним об'ємом 174,671 млн.м³.

Загальна кількість озер в області –10, площа дзеркала яких 323,8 га.

На території Житомирської області налічується три гідрологічні заказники. Бальнеологічні ресурси представлені радоновими лікувальними водами, торфовими та сапропелевими лікувальними грязями.

Житомирська область займає провідне місце в Україні за запасами лісових ресурсів. Загальний запас стовбурової деревини становить понад 200 млн. м³. На кожного жителя області припадає 0,7 га лісів, по Україні – 0,2 га.

Варто зазначити, що землі природно-заповідного та іншого природоохоронного призначення складають 136751,63га.

Основними постійними лісокористувачами є держлісгоспи Житомирського обласного управління лісового та мисливського господарства загальною площею 796,4 тис. га, лісгосподарські підприємства АПК – 299,79 тис. га.

Рослинний світ Житомирщини характеризується великою різноманітністю флористичних комплексів і має велике народногосподарське значення.

Усього він налічує близько 1600 видів, із яких підлягають особливій охороні за Бернською конвенцією (1979) 13 видів; занесені до Європейського червоного списку рідкісних видів, які зникають у Всесвітньому масштабі (1991) – 4 види (які зникають у всесвітньому масштабі); занесені до Червоної книги України (2009) – 99 видів; регіонально рідкісні види судинних рослин, які потребують охорони у Житомирській області – 154 види тощо. Отже, є змога розробити пізнавальні ботанічні еколого-орієнтовані маршрути.

Загальна кількість видів тварин, занесених до Червоної книги України станом на 2017 р. складала – 98 видів.[12]

Загальна кількість видів тваринного світу на території області, що охороняються – 24 види.

Область володіє багатими природними ресурсами. На її території виявлено понад 250 родовищ корисних копалин: мармуру, самоцвітів та ін. На території області видобувається напівдорогоцінне каміння – берил, топаз, кварц. З лікувальною метою використовуються радонові води, рідше – радоново-радієві.

Наявні природно-рекреаційні ресурси Житомирської області є гідною основою для активного розвитку екологічного туризму та його інфраструктури на основі врахування регіональних особливостей. Раціональне та ефективне використання природно-рекреаційних ресурсів Житомирської області надасть можливість значно збільшити прибутковість туристичних підприємств і, у свою чергу, сприятиме наповненню бюджету регіону.

Завдяки поєднанню природних красот, культурного спадку та історичних пам'яток, Житомирська область має потенціал стати популярним місцем для екологічного туризму, привертаючи туристів, які цінують природу, культуру та історію.

Область володіє багатими природними ресурсами. На її території виявлено понад 250 родовищ корисних копалин: мармуру, самоцвітів та ін. На території області видобувається напівдорогоцінне каміння – берил, топаз,

кварц. З лікувальною метою використовуються радонові води, рідше – радоново-радієві.

Територіально екологічний туризм в Україні концентрується саме на землях об'єктів природно-заповідного фонду, до складу якого входять численні та різноманітні за статусом об'єкти.

Природоохоронні, пізнавальні, наукові, рекреаційні функції на Житомирщині здійснюються на 222 об'єктах природно-заповідного фонду. Серед них: Поліський та Древлянський природні заповідники, заказники загальнодержавного значення «Часниківський», «Забарський», «Дідове озеро», пам'ятка природи загальнодержавного значення «Модрина» на території ДП «Городницьке лісове господарство», де зберігаються та охороняються насадження модрини європейської віком 140-180 років. Середня висота дерев – 50 м, окремі екземпляри – 56 м, середній діаметр – 60 см, а окремі дерева мають 120 см.[11]

Одним з головних і найдієвіших методів збереження біорізноманіття є створення природоохоронних територій. Саме вони забезпечують умови, необхідні для зменшення шкідливого антропогенного впливу на біологічні об'єкти, сприяють збереженню екологічних систем, у яких можуть підтримуватися природні механізми відносин між біологічними видами, конче потрібними для існування екосистем Житомирщини.

Станом на 01.01.2018 р. до складу природно-заповідного фонду Житомирської області входить 222 об'єкти загальною площею 136, 75 тис. га, з них загальнодержавного значення – 20 об'єктів площею 57,94 тис. га, місцевого значення – 202 об'єкти площею 78,81 тис. га. Відсоток заповідності становить 4,6 % (додаток Б).

В області знаходяться водно-болотні угіддя міжнародного значення «Поліські болота» загальною площею 2,145 га. На території Олевського та Овруцького районів розміщується найбільший в Україні за площею Поліський природний заповідник. Його загальна площа – 20104 га.

На території області нараховується 23 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, у тому числі п'ять загальнодержавного і 18 місцевого значення. Загальна площа – 361,84 га. Три дендропарки займають площу 14,9 га.

За результатами рейтингової оцінки об'єктів природно-заповідного фонду Житомирської області загальнодержавного значення найбільше балів серед заповідників загальнодержавного значення має Поліський природний заповідник (Олевський та Овруцький райони); серед ботанічних заказників загальнодержавного значення – урочище «Модрина» – ботанічна пам'ятка природи (Новоград-Волинський район); серед лісових заказників загальнодержавного значення – Туганівський (Новоград-Волинський район).

Серед гідрологічні заказники загальнодержавного значення – Дідове озеро (заболочене озеро та прилеглі болота) (Овруцький район) та Червоновільський (заболочений сосновий ліс) (Новоград-Волинський район); серед зоологічних заказників – Орнітологічний загальнодержавний заказник «Часниківський» (Смільчинський район); серед інших природних об'єктів – Ботанічний сад Житомирського національного агроекологічного університету.

В цілому, % використання об'єктів природно-заповідного фонду Житомирської області загальнодержавного значення за показником «Туристична значущість» складає 83 % , вважаємо, що це доволі високий рівень. За показником «Доступність» % використання склав 67 %. Це означає, що об'єкти природно-заповідного фонду Житомирської області загальнодержавного значення потребують від туристів відповідних зусиль, щоб до них достатися (транспортна інфраструктура, необхідність залучення спеціального автомобільного транспорту, отримання відповідних дозволів для потрапляння на територію, залучення спеціально підготовлених гідів, використання відповідних інформаційних показників та знаків тощо). Стан збереження об'єктів є високим та складає 81 %. Загальний рейтинг – 77 %, що цілком доводить актуальність включення об'єктів природно-заповідного фонду Житомирської області загальнодержавного значення, в якості атрактивних, до програм екологічно-орієнтованих турів по Житомирській області..

Екомережа Житомирської області виконує провідні функції щодо покращення біорізноманіття, сприяє збалансованому та невиснажливому використанню біоресурсів регіону. Станом на 01.01.18 площа екомережі області становить 1836,1 тис. га, в тому числі ліси та лісовкриті площі – 1094,3 тис. га (59,6%), пасовища, сіножаті – 315,1 тис. га (17,2%), відкриті заболочені землі – 101,0 тис. га (5,5%)

Таблиця 1.2.

Структура природно-заповідного фонду Житомирської області

Категорії територій та об'єктів ПЗФ	Кількість, од	Площа, га
Природні заповідники загальнодержавного значення	2	50976,84
Заказники загальнодержавного значення	10	6757,0
Заказники місцевого значення	146	78474,33
Пам'ятки природи загальнодержавного значення	2	51,0
Пам'ятки природи місцевого значення	35	93,69
Ботанічні сади загальнодержавного значення	1	35,4
Дендрологічні парки місцевого значення	3	14,9
Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення	5	119,8
Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва місцевого значення	18	228,67
Разом	222	136751,63
Фактична площа ПЗФ**		136751,63
% фактичної площі ПЗФ від площі АТО		4,6

*Джерело: [12; 13; 14]

Загрозами, що можуть стати на заваді розвитку екологічного туризму в Житомирській області, можуть бути:

- конкуренція з боку суб'єктів рекреаційної господарської діяльності з інших регіонів і країн;
- низький попит на рекреаційні послуги, що надаються в регіоні;
- незадовільний рівень інформованості потенційних споживачів та інвесторів про рекреаційні можливості регіону;

- подальше зниження рівня платоспроможного попиту з боку населення, обсягів фінансування та інвестування галузі, погіршення екологічної ситуації в регіоні;
- спад атрактивності рекреаційних ресурсів природного й антропогенного походження внаслідок нераціонального їх використання та організації недостатньо ефективних заходів щодо їх охорони;
- недостатність підприємницької ініціативи в рекреаційній галузі регіону [9].

Отже, Житомирська область має природно-рекреаційні ресурси та потужний потенціал природно-заповідного фонду, які є придатним для використання у туристичній діяльності та, відповідно, є передумовою для розвитку екологічного туризму. Раціональне та ефективне використання цих природних багатств надасть можливість значно збільшити прибутковість туристичних підприємств і, у свою чергу, сприятиме наповненню бюджету регіону.

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТ ПРОДУКТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

Розроблення маршруту та програми туру є важливим етапом в організації екологічного туру по території Житомирської області. Цей пункт передбачає створення оптимального маршруту, який охоплює найбільш цікаві природні об'єкти та екологічно чисті місця області, а також розроблення детальної програми туру з вказівкою на час проведення, активності, екскурсії, відпочинок та інші елементи.

Для розроблення маршруту та програми туру слід враховувати наступні критерії:

1. Визначення цілей туру: перед початком роботи необхідно визначити, які цілі ставляться перед туром. Наприклад, популяризація екологічних питань, освіта про природу та її охорону, підтримка місцевого екотуризму тощо. Це допоможе сформулювати основну концепцію туру та вибрати підходящі об'єкти для відвідування.

2. Дослідження природних об'єктів: проведення детального дослідження території Житомирської області для виявлення природних об'єктів, які мають екологічну цінність та є привабливими для відвідування. Це можуть бути заповідники, національні парки, лісові масиви, озера, річки та інші природні об'єкти.

3. Вибір оптимального маршруту: на основі дослідження природних об'єктів необхідно скласти маршрут туру, який забезпечить охоплення найбільш цікавих місць. При виборі маршруту варто враховувати доступність об'єктів, розташування готелів або місць для ночівлі, наявність транспортного зв'язку та інші фактори.

4. Розроблення програми туру: на основі обраних природних об'єктів та маршруту слід розробити детальну програму туру. Вона має включати розклад активностей, екскурсій, відпочинку, харчування та інші складові. Програма повинна бути зрозумілою для учасників туру та забезпечувати оптимальне використання часу.

5. Підготовка необхідної інформації: для успішної реалізації туру важливо зібрати та підготувати необхідну інформацію про об'єкти, які будуть відвідуватися. Це можуть бути інформаційні брошури, карти, описи маршруту та об'єктів, поради щодо поведінки в природі та інша корисна інформація.[15]

Розроблення маршруту та програми туру вимагає ретельного планування та оцінки усіх аспектів подорожі. Команда організаторів може залучати експертів з екології, туризму та логістики для оптимізації процесу та забезпечення високої якості туру.

Хоча екологічний туризм в Україні ще не набув значного поширення, зважаючи на існуючий ресурсний потенціал, перспективним регіоном його організації є Українське Полісся, до складу якого входить Житомирська область. Житомирщина приваблює екотуристів насамперед тим, що має достатню кількість природних ресурсів, які можуть зацікавити найрізноманітніші запити відпочивальників.

Запропонований маршрут культурно-пізнавального туру передбачає відвідування таких міст:

Київ – Ландшафтний заказник «Плотниця» – Ловечанськоовруцький кряж – Камінне село – Коростень – Коростишівський кар'єр – кар'єр «Глубочок» - Київ

- Пересування до точок маршруту на автобусі, огляд об'єктів –пішки.

Можливий збір ягід.

- Загальна протяжність маршруту – 257 км.
- Тривалість маршруту:

- Київ – Ландшафтний заказник «Плотниця» – Ловечанськоовруцький кряж – Камінне село – Коростень – Коростишівський кар'єр – кар'єр «Глубочок» - Київ 3 год. 30хв.
- Загальна тривалість маршруту – 3 год. 30 хв.

Програма культурно-пізнавального туру територією Каліфорнії

Таблиця 2.1.

День перший	08:00	Виїзд з Центрального вокзалу м.Київ.
	12:15	Прибуття в с. Кованка (Житомирська область).
	12:30	Початок великої пішохідної екскурсії «Краса Полісся» з гідом на місцевості по Ландшафтному заказнику загального державного значення «Плотниця», Ловечанськоовруцькому кряжу та Камінному селу.
	14:30	Обід на польовій кухні гречана каша, стейк з свинини та свіжий овочевий салат.
	18:00	Кінець екскурсії в с. Рудня-Замисловецька, автобус буде чекати вже там. Виїзд в м. Коростень.
	20:30	Прибуття в готель «Монако Коростень». Вечеря: спагетті, сосиска та венігред. Ночівля.

Продовження таблиці 2.1.

День другий	07:30	Сніданок в готелі: омлет, чай та яблуко.
	08:00	Виїзд до Коростишівського кар'єру.
	10:15	Прибуття до кар'єру. Купання, засмагання та інше на протязі 3 годин.
	13:00	Обід на природі: борщ, пампушки та огірки.
	14:00	Виїзд до кар'єру «Глубочок»
	14:30	прибуття на кар'єр. Пішохідна екскурсія навколо.
	16:00	Виїзд в м.Київ
	17:45	Прибуття на Центральний вокзал м.Київ

*Джерело: складено автором

Плотниця — ландшафтний заказник загальнодержавного значення (з 1980 р.). Розташований в Олевському районі Житомирської області, на північний схід від села Замисловичі, межує з Перганським лісництвом Поліського природного заповідника. Площа 460 га. Перебуває у віданні Білокоровицького лісгоспзагу.

Являє собою комплекс сфагнового болота і прилеглих заболочених лісів. Тут виявлено рідкісні для України пухівково-сфагнові та багново-сфагнові угруповання зі сфагнами бурим та червоним і пригніченою сосною. У мочарах — рідкісні шейхцерієво-сфагнові ценози. Ліси заболочені, соснові та березово-соснові; у трав'яно-чагарниковому підрослі зростає журавлина

дрібноплода, яка занесена до Червоної книги України. Своєрідний ландшафт Плотниці створює сприятливі умови для гніздування лісових і водноболотних птахів, таких як: сова, дятел, лунь очеретяний, кулик, качка та інші.

З ссавців водяться лось, свиня дика, куниця лісова, куниця кам'яна, бобер та ондатра. [Додаток А]

«Кам'яне село», що розташоване у Житомирській області, на схід від села Рудня-Замисловицька Олевського району. Його називають українським Стоунхенджем не лише на батьківщині, а й по всьому світу. Відноситься «Камінне село» до пам'яток природи України, славиться невимовною красою та містичною атмосферою, що витає у кожному куточку урочища. Заказник займає 15 га. [Додаток Б]

Коростишівський кар'єр – затоплений гранітний кар'єр у місті Коростишів. У наш час Коростишів є одним із головних центрів гранітодобувної промисловості України, де граніт почали добувати ще в 19 столітті. Кар'єр майже повністю оточений крутими скелями. Якщо вам і вдасться спуститися до води, то поплавати навряд, бо береги не облаштовані. Але все ж таки не все так погано і там є два пологих заходи у воду. Вода там прозора та ідеально видно дно. Також місцеві знають місця, де можна пригати зі скель, проте, це дуже небезпечно. Там можуть бути гранітні брили або потоплені дерева і можна легко скалічитися. Там дуже гарно й ми радимо вам обійти кар'єр повністю. З кожної точки вам будуть відкриватися нові чудові краєвиди. Крім високих скель, лісу та прозорої води, сильно заворожує колір води, який трохи схожий на колір блакитної лагуни. Особливо виразний він у місці з пагорбами із глини. Хоча в деяких місцях колір води може бути зовсім звичайним [Додаток В].

2.2. Заходи з просування туру на ринку України

Для просування екологічного туру на ринку країн Європейського Союзу (ЄС) важливо використовувати різноманітні заходи та інструменти маркетингу.

У рамках дипломної роботи можна розглянути наступні підходи:

1. Цільове сегментування: перед початком просування туру слід визначити цільову аудиторію серед країн ЄС. Це можуть бути еко туристи, природолюбів, люди, які прагнуть активно відпочити в природі, екологічні організації та інші зацікавлені групи. Враховуючи потреби та інтереси цільової аудиторії, можна налаштувати ефективну комунікацію.

2. Веб-сайт та соціальні медіа: розробка привабливого та інформативного веб-сайту є необхідною умовою успішного просування туру. Веб-сайт повинен містити детальну інформацію про тур, фотографії, відеоматеріали, відгуки попередніх клієнтів та зручну систему бронювання. Соціальні медіа, такі як Facebook, Instagram, Twitter, можуть використовуватися для активної комунікації з потенційними клієнтами, публікації фото та відео з екскурсій, проведення конкурсів та промо-акцій.

3. Партнерство з туристичними агентствами та туристичними операторами: співпраця з місцевими туристичними агентствами та операторами ЄС може значно полегшити просування туру. Укладання партнерських угод та спільне маркетингове спрямування можуть забезпечити більший охоплення цільової аудиторії та збільшити продажі.

4. Участь у виставках та конференціях: важливим інструментом просування екологічного туру є участь у спеціалізованих туристичних виставках та конференціях, які проводяться у країнах ЄС. Це дозволить представити свій тур широкому колу професіоналів туристичної галузі, встановити контакти та підписати угоди з потенційними партнерами.

5. Освітній контент та PR-кампанії: створення освітнього контенту, такого як блоги, статті, відео-блоги, може допомогти підвищити свідомість про екологічну цінність туру та привернути увагу цільової аудиторії. PR-кампанії,

прес-релізи, спільні проекти з екологічними організаціями та медіа можуть допомогти отримати публічне визнання та привернути увагу до туру.

Для просування свого туру, я обрала такий спосіб як таргетована реклама у Фейсбук.

Для просування свого туру "Дива Житомирщини" за допомогою реклами у Facebook в рамках дипломної роботи можна розглянути такі аспекти:

1. Цільова аудиторія: перед розпочатком рекламної кампанії важливо визначити цільову аудиторію, яка має інтерес до екотуризму та відвідування природних місць. Це можуть бути мандрівники, екологи, любителі активного відпочинку, а також туристи, які цікавляться культурою та історією.

2. Розроблення рекламної стратегії: перед створенням рекламних матеріалів варто визначити стратегію просування туру. Наприклад, ви можете підкреслювати унікальність та красу природи Житомирщини, надавати інформацію про цікаві місця та пам'ятки, а також підкреслювати екологічні принципи вашого туру.

3. Створення привабливих рекламних матеріалів: для привернення уваги потенційних клієнтів важливо створити привабливі та інформативні рекламні матеріали. Це можуть бути фотографії красивих природних пейзажів, відеоекскурсії, описи цікавих місць, відгуки попередніх клієнтів тощо.

4. Використання таргетованої реклами: Facebook надає можливість налаштувати таргетовану рекламу, спрямовану на певну цільову аудиторію. Ви можете вибрати параметри, такі як вік, місцезнаходження, інтереси, щоб ваші рекламні повідомлення були показані лише тим користувачам, які можуть бути зацікавлені у вашому турі.

Запровадження реклами у Facebook може бути ефективним інструментом для просування нашого туру "Дива Житомирщини". Варто пам'ятати про постійний моніторинг результатів та аналіз їх для досягнення кращих результатів у просуванні туру.

2.3 Економічне обґрунтування туру

Ціноутворення в туризмі - це міра, обумовлена різноманітністю продукту, високим рівнем конкуренції та складністю чіткої оцінки майбутнього попиту.

Політика ціноутворення в туризмі визначається різними факторами, тому перелік методів, що використовуються є дуже великим. Але автор хотів би зупинитися на тих методах, які частіше всього використовуються не тільки в вітчизняній практиці, а й і на міжнародному рівні.

Витрати-плюс. Це метод ціноутворення, суть якого полягає в додаванні на витрати деякого відсотка з метою отримання прибутку після покриття витратна створення продукту і його представлення на ринку. Цей метод відносно легкий, але має недоліки, особливо в сфері готельного бізнесу з-за високих постійних витрат. Цей метод не враховує попит, а також ціни, які пропонують на ринку конкуренти.

Норма рентабельності. Цей метод пов'язаний з фінансовим аналізом і визначає наскільки туристична фірма діє для повернення вкладених інвестицій. На відміну від попереднього методу, якій базувався на витратах бізнесу, це метод керується рівнем прибутку, який генерується капіталом, що інвестували. Але в той же час він не враховує деякі фактори, які впливають на ціноутворення, наприклад, об'єм продажу.

Середня тривалість турів від 1 до 3 днів. Переважно всі подорожі є актуальними у період із квітня по жовтень.

Таблиця 2.2.

Калькуляція вартості туру

№	Стаття витрат	Сума витрат	
		Ціна, €	Ціна, грн
	Умовно змінні витрати		
1.	Паливні витрати 85 л.	105,7	4250
2.	Витрати на обслуговування автобусу під час рейсу	24,8	1000
	А) миття автобусу	14,9	600
	Б) платні стоянки		

Продовження таблиці 2.2.

Умовно постійні витрати			
3.	<i>Заробітна плата водіїв</i>	39,8	1600
4.	<i>Витрати на страхування автотранспорту</i>	74,6	3000
5.	<i>Накладні витрати</i>	62	2500
	Всього собівартість	282,33	11350
	<i>Прибуток</i>	857	34450
	<i>Податок на прибуток</i>	154,26	6201
	<i>ПДВ</i>	171,5	6890
	<i>Всього вартість транспортування на маршруті</i>	1182,76	47541
	На 1 особу	43	1690

*Джерело: розраховано автором

Отже, вважаємо, що запропонований нами туристичний продукт у сфері екологічного туризму може бути включений до пропозицій туристичних операторів України. Відвідавши основні об'єкти подорожі, туристи різного віку, які цікавляться природою, екологією та здоровим способом життя – зможуть поєднати пізнавальні цілі подорожі з активним відпочинком, покращити свою фізичну форму та здоров'я всього організму загалом.

ВИСНОВКИ

В рамках дипломної роботи було проведено розроблення продукту екологічного туризму територією Житомирської області та його просування на ринку країн Європейського Союзу. Основними об'єктами туру стали ландшафтний заказник "Плотниця", геологічний заказник "Камінне село", Поліський природний заповідник та Словечансько-Овруцький кряж.

У процесі розроблення продукту було проведено комплексний аналіз потенціалу екологічного туризму Житомирської області. Виявлено, що ця територія має значний потенціал для розвитку екологічного туризму, завдяки своїм природним та культурним ресурсам. Об'єкти, обрані для туру, є унікальними і привертають увагу як місцевих жителів, так і туристів з-за кордону.

Важливим етапом розроблення було визначення цільової аудиторії, що має інтерес до екотуризму та відвідування природних місць. Було виявлено, що це можуть бути мандрівники, екологи, любителі активного відпочинку, а також туристи, які цікавляться культурою та історією.

Для просування екологічного туру на ринку країн Європейського Союзу було обрано рекламу у Facebook як ефективний інструмент маркетингової комунікації. Застосування таргетованої реклами та використання привабливих рекламних матеріалів, таких як фотографії красивих природних пейзажів та відеоекскурсії, допоможуть привернути увагу цільової аудиторії та зацікавити їх участю у турі "Дива Житомирщини".

Моніторинг та аналіз результатів рекламної кампанії на Facebook відіграють важливу роль у досягненні успіху просування туру на ринку Європейського Союзу. Постійне відстеження ефективності рекламної кампанії дозволить виявити успішні елементи та змінити підхід у разі необхідності.

Результати дослідження свідчать про великий потенціал розробленого продукту екологічного туризму територією Житомирської області та можливість його просування на ринку країн Європейського Союзу. Це

дозволить залучити нових туристів, сприяти розвитку туристичної інфраструктури та позитивно вплинути на економіку регіону.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрейцев А.К. Основи екології: Підручник. — К.: Вища шк., 2001. — 358 с.
2. Анісімова С., Риболова О.В., Поддашкін О.В. Екологія. — К.: Грамота, 2001.— 136с.
3. Білявський Г.О., Падун ММ., Фурдуй Р.С. Основи загальної екології. — К.: Либідь, 1995. — 368 с.
4. Білявський Г.О., Фурдуй Р.С., Костіков І.О. Основи екологічних знань. — К.: Либідь, 2000. — 334 с.
5. Білявський Г.О., Падун М.М., Фурдуй Р.С. Основи екології. — К.: Либідь, 1993.
6. Бойчук Л Д., Соломенно Е.М., Бугай О.В. Екологія і охорона навколишнього середовища: Навч. посіб. — Суми: Університетська книга, 2003. — 284 с.
7. Гайнріх Д., Герат М. Екологія: dtv — Atlas. Пер. з 4-го нім. вид. — К.: Знання — Прес, 2001. — 287 с.
8. Екологічний паспорт Житомирської області 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ecology.zt.gov.ua/EcoPasport2018.pdf>
9. Голубець МА. Від біосфери до соціосфери. — Львів: Поллі, 1997. — 256 с.
10. Голубець М А., Кучерявий В.П., Генсіру к СА. таін. Конспект лекцій з курсу "Екологія та охорона природи** (теоретичні основи загальної екології, охорони природи, комплекс природоохоронних заходів). — К.: УМКВО, 1990. — 216 с.
11. Міжнародне регулювання туристичного бізнесу – URL : <https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/tool/print/index.php?id=108641&chapterid=39>

12. Рунців О.І. Проблеми розвитку екологічного туризму в Україні // Вісник наукових досліджень. Сер.: Туризм / Галицький ін-т ім. В. Чорновола. – Тернопіль, 2006. – Вип. 1. –С. 180–183.
13. Гетьман В.І. Концептуальні питання екотуризму в контексті збереження ландшафтного різноманіття. – Рідна природа, № 2, 2001.- С.34-35
14. Воробйова О.А., Харічков С.К. Розвиток рекреаційно-туристичної діяльності на територіях природно-заповідного фонду України / Воробйова О.А., Харічков



ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. 1.2 Урочище «Модрина»

Додаток Б



Рис. 1.2 Загальнодержавний заказник «Часниківський»

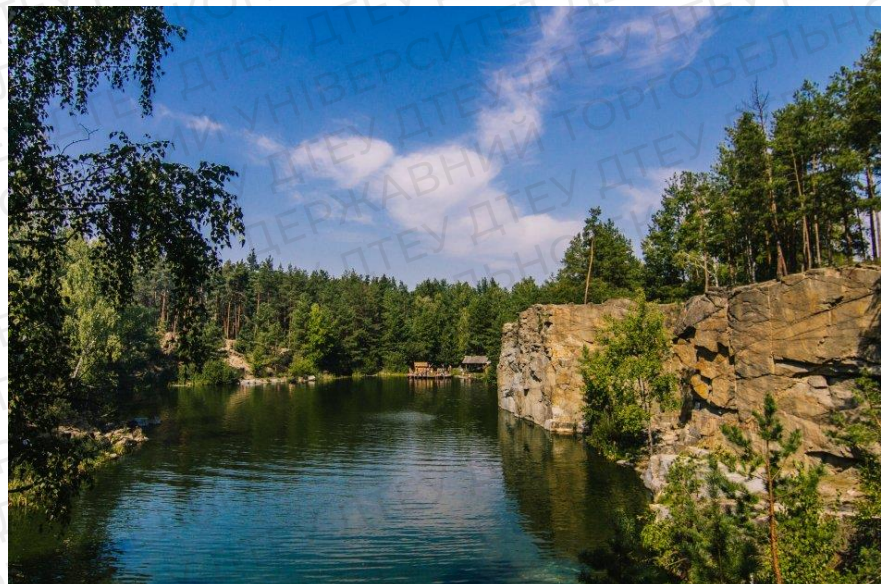
Додаток В



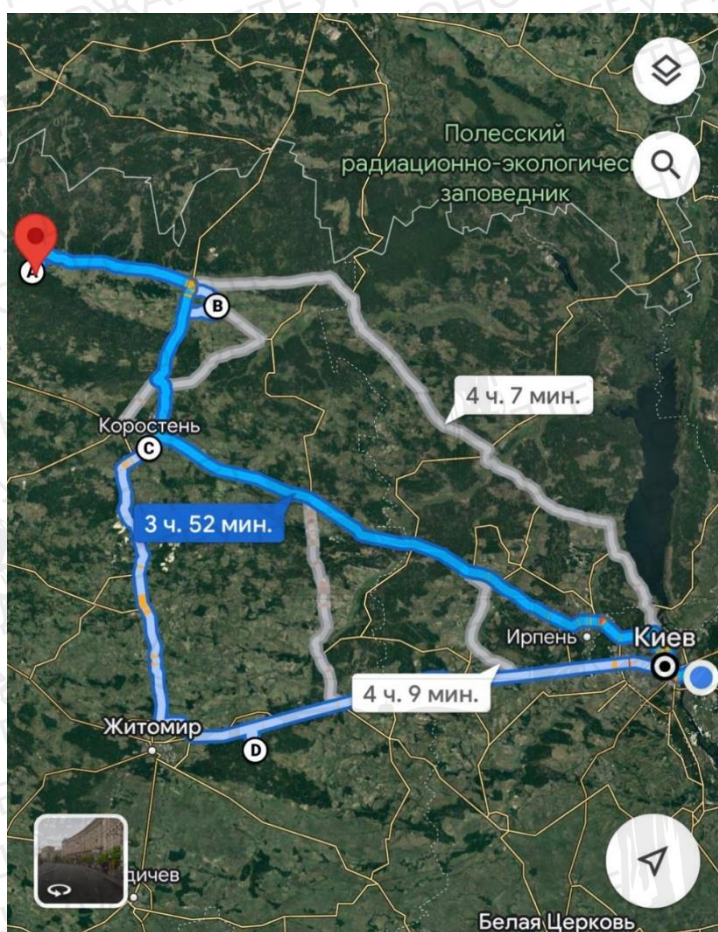
Додаток Г



Додаток Д



Додаток Е



Додаток Є

TOUR "MIRACLES OF ZHYTOMYRSHCHYNY"

We invite you on an exciting journey to the most magical places of Zhytomyr region! Join the "Wonders of Zhytomyr region" tour!

Explore the landscape reserve "Plotnytsia" and the geological reserve "Kamine selo", immerse yourself in the unparalleled beauty of the Polissky Nature Reserve and master the secrets of the Slovakian-Ovrutsky Range.



Рис. 2.2 Розроблений банер для рекламування туру

Додаток Ж

Опис
Discover the secrets of Zhytomyr region: Excursion to natural wonders!

Медіафайл 1/5 · Виберіть кілька зображень або відео, щоб створити рекламу формату «карусель».

Вибрати медіафайли

Заголовок
MIRACLES OF ZHYTOMYR

Рис. 2.3 Налаштування реклами

Додаток З

Редагувати аудиторію

Belgium + 25 км ×
United Kingdom
England + 25 км ×

Поставити шпильку

Детальний таргетинг

Визначення аудиторії
Вибрана аудиторія досить широка.

Вузька Широкa

Приблизний розмір аудиторії: 113,6 млн–133,7 млн

Рис. 2.4. Налаштування країн та аудиторії

