

**Державний торговельно-економічний університет  
Кафедра туризму та рекреації**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
на тему:**

**«Розроблення екологічного туру територією Норвегії та його просування  
на ринку України»**

Студента 4 курсу, 19 групи  
освітнього ступеня «бакалавр»,  
спеціальності 242 «Туризм»,  
освітньої програми  
«Міжнародний туризм»

\_\_\_\_\_

підпис студента

Куцоконя  
Кирила Олександровича

Науковий керівник  
к.е.н., доц.

\_\_\_\_\_

підпис керівника

Хлоп'як  
Сергій Васильович

Гарант освітньої програми  
к.держ.упр, доц.

\_\_\_\_\_

підпис керівника

Кравцов  
Сергій Станіславович

**Київ 2023**

Державний торговельно-економічний університет  
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу  
Кафедра туризму та рекреації  
Освітній ступінь «бакалавр»  
Спеціальність 242 «Туризм»  
Освітня програма «Міжнародний туризм»

**Затверджую**

Зав. кафедри

Тетяна ТКАЧЕНКО

«\_\_\_» грудня 2022 р.

**ЗАВДАННЯ**  
на випускню кваліфікаційну роботу студенту

Куцоконю Кирилу Олександровичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

**1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:**

«Розроблення екологічного туру територією Норвегії та його просування на ринку України»

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

**2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 02.06.2023 р.**

**3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:**

*Мета роботи:* розроблення та обґрунтування екологічного туру територією Норвегії, а також заходів з його просування на туристичному ринку України

*Об'єкт дослідження:* процес формування продукту екологічного туризму на національному ринку туристичних послуг

*Предмет дослідження:* теоретичні, методичні та практичні аспекти процесу створення екологічного туру територією Норвегії та його просування на ринку України



#### **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. Діагностика ринку екологічного туризму України.
- 1.3. Ресурсний потенціал Норвегії для розвитку екологічного туризму.

##### **РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ НОРВЕГІЇ**

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

##### **ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ**

##### **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 – 01.11.2022	01.11.2022
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.11.2022 – 02.12.2022	02.12.2022
3	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	03.12.2022-10.02.2023	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	08.05.2023
6	Представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	09.05.2023-22.05.2023	22.05.2023
7	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	23.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 02.06.2023	02.06.2023
9	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

6. Дата видачі завдання «02» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник  
випускної кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Сергій ХЛОПЯК  
(підпис)

8. Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_ Сергій КРАВЦОВ  
(підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент \_\_\_\_\_ Кирило КУЦОКІНЬ  
(підпис)



## 10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студент Куцоконь Кирил Олександрович виконав випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно із затвердженим календарним планом. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає встановленим вимогам. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

У випускній кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні та прикладні основи формування туристичного продукту екологічного туризму, проведено діагностику вітчизняного ринку екотуризму, оцінений ресурсний потенціал його розвитку в Норвегії.

На основі отриманих результатів розроблені маршрут та програма екотуру "Екологічний тур до краси Норвегії", аргументовано визначені маркетингові заходи з його просування та здійснене економічне обґрунтування реалізації на ринку України.

Після перевірки роботи на унікальність виявлені недоліки усунені.

Дослідження є самостійною авторською працею, завершеною згідно з поставленою метою та визначеними завданнями, і рекомендується до захисту в Екзаменаційній комісії.

Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передання до репозитарію Державного торговельно-економічного університету.

Науковий керівник  
випускної кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Сергій ХЛОПЯК  
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист \_\_\_\_\_  
(ПІБ, підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента \_\_\_\_\_  
(прізвище, ініціали)  
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_ Сергій КРАВЦОВ  
(підпис)

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Тетяна ТКАЧЕНКО  
(підпис)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ р.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ .....	10
1.1. Теоретичний базис екологічного туризму .....	10
1.2. Діагностика ринку екологічного туризму України .....	16
1.3. Ресурсний потенціал Норвегії для розвитку екологічного туризму .....	23
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ НОРВЕГІЇ .....	31
2.1. Розроблення маршруту та програми туру .....	31
2.2. Заходи та інструменти просування екологічного туру на ринку України .....	40
2.3. Економічне обґрунтування туру .....	49
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	54
ДОДАТКИ .....	58



## ВСТУП

**Актуальність теми.** Актуальність даної роботи свідчить те, що за останні роки туризм став однією з найбільш прибуткових галузей у світі, а екологічний туризм є одним з найшвидше зростаючих його напрямків. В Україні є попит на екологічні тури, зростає інтерес до подорожей, що дозволяють усамітнитись з природою та дізнатись більше про екологічні проблеми і сприяти їх вирішенню. Розвиток екологічного туризму у Норвегії має довгу історію та показники екологічної стабільності, що робить її однією з найбільш привабливих країн для екотуристів. Є багато можливостей для розроблення турів, які б задовольняли потреби українських туристів, що шукають екологічні маршрути в поєднанні зі спокійним та комфортним відпочинком. Однак, для просування екологічного туру на ринку України необхідно провести дослідження ринку, аналізувати конкурентні переваги, ризики та можливості, розробити стратегію маркетингу та комунікаційної діяльності. Також, важливо мати високу якість послуг та забезпечити безпеку туристів.

**Рівень дослідженості теми.** Дослідники у своїх роботах аналізують ресурсний потенціал країн, досліджують попит на екологічні тури, вивчають особливості та перспективи розвитку цієї галузі. Особливості дослідження полягають у вивченні технологій створення екологічних турів, організації транспортних засобів та проживання туристів, а також у підборі місць для відвідування, які зберігають природне довкілля та дозволяють популяризувати здоровий спосіб життя та відпочинку в користь для природи. Серед відомих українських вчених, які досліджують проблематику екологічного туризму, можна виділити: Ірину Заяць, Людмилу Сметаніну, Лесю Федоренко. Серед зарубіжних вчених можна виділити: Девіда Уівера, Анну Спенслі, Браяна Гаррода.

**Метою роботи** є розроблення та обґрунтування екологічного туру територією Норвегії, а також заходів з його просування на туристичному ринку України.

**Завдання дослідження:**

1. Аналіз основних концепцій та теоретичного базису екологічного туризму.
2. Дослідження ринку екологічного туризму в Україні.
3. Визначення ресурсного потенціалу Норвегії для розвитку екологічного туризму.
4. Розробка концепції екологічного туру до Норвегії, з урахуванням особливостей країни та потреб туристів.
5. Вивчення можливостей просування екологічного туру до Норвегії на ринку України та розробка маркетингової стратегії.
6. Аналіз економічного обґрунтування еко-туру та доцільності його розробки.

**Об'єктом дослідження** є процес формування продукту екологічного туризму на національному ринку туристичних послуг.

**Предметом дослідження** є теоретичні, методичні та практичні аспекти процесу створення екологічного туру територією Норвегії та його просування на ринку України.

**Методи дослідження:**

1. Аналіз наукової літератури - метод, який дозволив проаналізувати інформацію щодо екологічного туризму в цілому, а також ознайомитись з туристичним потенціалом Норвегії.
2. Експертні оцінки - метод, який було використано для отримання думки експертів щодо можливості розробки та просування екологічного туру до Норвегії на ринку України.
3. Опитування - метод, який було використано для збору даних щодо потенційного попиту на екологічний тур до Норвегії серед українських туристів.
4. Статистичний аналіз - метод, який було використано для аналізу статистичних даних щодо кількості туристів, які відвідують Норвегію, а також кількості екотуристів у світі.



Використання цих методів дозволило зібрати та проаналізувати достатньо інформації щодо екологічного туризму та туристичного потенціалу Норвегії, а також оцінити можливість розробки та просування екологічного туру до Норвегії на ринку України.

**Апробація результатів дослідження:** Основні теоретичні положення випускної кваліфікаційної роботи висвітлено у наукових тезах «Розвиток екологічного туризму в Україні в умовах воєнного стану», що опубліковано у збірнику матеріалів міжнародної науково-практичної конференції ВСП КТЕФК ДТЕУ.

**Структура роботи.** Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел із 35 найменувань. Основний текст роботи становить 52 сторінок, на яких представлено 18 таблиць та 9 рисунків.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

#### 1.1 Теоретичний базис екологічного туризму

Екологічний туризм поступово починає займати все вагомішу нішу в світовій індустрії туризму. Чисельність його прихильників в останні роки безперервно зростає в усьому світі, а екологічна діяльність набуває розквіту (таблиця 1.1). Експерти Всесвітньої туристичної організації твердять, що екологічний туризм найближчим часом стане одним із найпопулярніших видів туризму.

*Таблиця 1.1*

#### Рівень розвитку екологічного туризму за версіями декількох найвпливовіших видань у галузі туризму та сталого розвитку

Джерело	Характеристика
The International Ecotourism Society (TIES)	Екотуризм становить близько 20% всіх світових подорожей, і його річний зріст оцінюється в 5%.
Всесвітньої туристичної організації (UNWTO)	У 2019 році світовий туризм зріс на 4% порівняно з попереднім роком, а розширений екотуризм є одним з найбільш швидко зростаючих сегментів галузі.
GlobalData	кількість людей, які шукають екологічні опції подорожей, зросла на 10% в 2019 році порівняно з попереднім роком.
Statista	у 2021 році 59% туристів у всьому світі заявили, що для них важливо мати сталий вплив на довкілля під час подорожей, а 34% заявили, що вони намагаються вибирати екологічно чисті готелі.

Джерело: розроблено автором за матеріалами [21, 22, 23,24]

Основна мета екотуризму – захистити і оберігати природу. Це риса, яка відрізняє екологічний туризм від інших типів, які навпаки тільки вичерпують ресурси природи. Бережне і доцільне використання природних і культурно історичних пам'яток у туризмі дозволить зменшити негативні наслідки від туристичної індустрії.

Поняття екологічного туризму не має чітких меж, оскільки використовується з різними за змістом прикметниками: природний,



альтернативний, відповідальний, стійкий, м'який, природоохоронний, зелений, пригодницький тощо. Експерти Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО), визначають цей тип туризму як «туризм, що орієнтований на природні і туристичних ресурсах» або «природний туризм», куди відносять й екотуризм.

Екологічний туризм – це подорож з метою вивчення та збереження природного та культурного довілля [1].

Екотуризм, або екологічний туризм — тип туризму, що полягає у подорожах до природних недоторканих людиною та природоохоронних територій. Еко туристи намагаються не здійснювати значного впливу на територію. Еко туризм сприяє освіті туристів і дає змогу збирати гроші на заходи зі збереження природи території, допомагає розвитку ізольованих поселень. Розвиток еко туризму часто розглядають як важливий засіб збереження довілля для майбутніх поколінь [2].

Екологічний туризм – особливий сектор туристичної галузі, який враховує прагнення людини до спілкування з природою, пізнання її об'єктів і явищ, до активного відпочинку на природі. При цьому традиційні розваги, побутовий комфорт відходять на другий план і просто не беруться до уваги [3].

Еко туризм у регіонах світу трактують по-різному. Розрізняють дві його моделі: західноєвропейську й австралійську [4].

Західноєвропейська концепція екологічного туризму розроблялась в провідних країнах Європи, а саме: Франції, Італії, Іспанії, Німеччині. Основна мета - максимального комфорту для туриста. Як результат, високий ступінь урбанізації, зміни природного ландшафту, забруднення повітря й води, порушення природного балансу.

Австралійська концепція є протилежністю західноєвропейської. Основна мета – пізнання туристами природи й ознайомленні з її особливостями.

У Квебеку в травні 2002 р. на Всесвітньому саміті з екологічного туризму було прийнято декларацію, яка містить рекомендації щодо розвитку цього виду туризму в різних країнах світу. На цьому форумі досягнуто домовленості відносно тлумачення поняття екотуризм. Ця декларація засвідчує, що запропоноване поняття стосується тільки видів туризму, спрямованих на захист навколишнього середовища, визнання й повагу місцевого та корінного співтовариств, культурну й природоохоронну освіту туристів [5].

Екологічний туризм, у перспективі стабільного розвитку, передбачає доцільне використання та відтворення природних ресурсів, дбайливе ставлення до навколишнього середовища. Це звужує кількості природно-промислових видів діяльності і видів спорту до екотуризму таких як: рибальство, полювання, збирання грибів та ягід для продажу й заготівлі. Неконтрольоване використання природних багатств спричиняє порушення природного балансу.

На рис. 1.1 зображено принципово важливі складники та характеристики, які слугують основою для визначення сутності екологічного туризму за методичним підходом Л. М. Черчика [6].

Серед головних цілей екологічного туризму є прагнення людей до спілкування з природою.

Екологічний туризм як індустрія потрапив до «відповідальних методів ведення бізнесу» й отримав визначення «відповідальний туризм». Багатогранність рекреаційно-туристського використання території національних природних парків значною мірою віддзеркалює рівень їх цінності, визначає їхню роль у становленні соціальної свідомості людини, розвитку національної та регіональної економіки, дає можливість комплексно сформулювати цілі екологічного туризму, формуючи їх за такими підходами як: соціального, територіального, екологічного, правового, управлінського.



Соціальний підхід – це виконанням екотуризмом соціальних функцій, найголовнішою з яких є задоволення потреб туристів. Дослідження попиту на окремі види туристських послуг дає можливість формувати відповідну інфраструктуру екологічного туризму.



Рис. 1.1. Складники визначення сутності екологічного туризму

Джерело: розроблено автором

Територіальний підхід визначає локалізацію екологічного туризму. Екотуризм здійснюється й розвивається на відносно незмінених господарською діяльністю територіях (більшість серед них сьогодні є природоохоронними, зокрема національні природні парки).

Екологічний підхід - провідний, базується на взаємодії природи й людини. Екотуризм цього підходу розглядається з позиції виконання природоохоронної функції, використовуючи відповідні методики, які регламентуватимуть рекреаційні навантаження на природоохоронних територіях, відповідно до рекреаційної місткості та стійкості ландшафту.

Правовий підхід – це дотримання правової бази під час екологічного туризму в межах природоохоронних територій.

Управлінський підхід – базується на тому, що отримання прибутку від екологічного туризму поєднується з формуванням і реалізацією комплексу заходів, які дотримуються головній ідеї екологічного туризму (природоохоронні). Тому менеджмент в екотуризмі дає змогу досягти компромісу між притаманним ринковій економіці прагненням до прибутку й захистом навколишнього середовища від негативного впливу туристської діяльності.

Багатогранність екологічного туризму визначається принципами заснованими на прагненні людства досягти сталого розвитку територій і захистити і оберігати природу. До основних принципів екологічного туризму відносяться:

- відвідування добре збережених природних територій;
- раціональне використання природних ресурсів, збереження природного, соціального і культурного розмаїття;
- наявність певних, досить жорстких правил поведінки, дотримання яких є важливою умовою успішного розвитку галузі;
- відносно слабкий вплив на природне середовище, краще його відсутність;
- знайомство з місцевою культурою і звичаями та їх дотримання;
- ретельне планування екологічних турів, комплексний підхід до їх розробки та проведення;
- інтеграція екотуризму до планів регіонального розвитку територій;
- участь місцевого населення в розвитку туризму і отримання їм фінансових та інших винагород від цієї діяльності.

Виділяється три теоретико-методологічних функції екологічного туризму: природоохоронна, економічна та соціальна. Природоохоронна функція екологічного туризму полягає в запобіганні деградації природоохоронних комплексів національних природних парків, економічна –



у розвитку виробничої інфраструктури, створенні додаткових робочих місць, наповненні місцевого бюджету, а соціальна – у задоволенні потреб туристів різноманітними видами відпочинку.

Можна стверджувати, що, визначаючи сутність екотуризму, важливо дослідити такі п'ять критеріїв, які є вихідними ознаками трактування цього поняття (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Критерії визначення сутності поняття „екологічний туризм”

Джерело: розроблено автором

На підставі вищевказаних характеристик екологічного туризму можна сформулювати одне загальне визначення цього поняття. Екотуризм – це такий вид туризму, який ґрунтується на туристському попиті з урахуванням стійкості й рекреаційно-туристської місткості ландшафту, розвивається та функціонує на відносно незмінених господарською діяльністю природних територіях, зокрема природоохоронних, в умовах дотримання природоохоронних норм і технологій під час виконання екологічних турів і програм; його провідні функції – задоволення потреб туристів

різноманітними видами відпочинку, розвиток виробничої інфраструктури, створення додаткових робочих місць, наповнення місцевого бюджету, збереження цінних природних комплексів, екологічна освіта серед широких мас населення [5].

Екологічний складник, яким характеризують тільки екотуризм і його подібним типам (пригодницький, пізнавальний, біотуризм, зелений туризм), прагнення не завдати шкоди середовищу, має бути притаманним будь-якому виду туризму. Однак, коли трактується туризм у межах природоохоронних ландшафтів, екологічний складник набуває глибшого значення, оскільки ці території мають свої особливості використання. Власне тому екотуризм ми трактуємо як такий, що розвивається в межах природоохоронних ландшафтів національних природних парків, де рекреаційно-туристська діяльність має здійснюватися тільки в тих місцях і в такому обсязі, наскільки це гарантує збереження виділених для заповідання об'єктів.

## **1.2. Діагностика ринку екологічного туризму України**

Розвиток екологічного туризму в Україні знаходився на початковому етапі, а під час повномасштабної війни України проти росії розвиток як і сам екотуризм призупинився.

Для становлення екологічного туризму необхідною умовою є природно-рекреаційні ресурси, що будуть привертати увагу туристів. Завдяки гарному географічному положенню, Україна багата на різноманітні природні та рекреаційні ресурси, які можна використовувати для розвитку екологічного туризму [27, с. 248].

Територія України поділяється на 3 природні зони: Полісся, лісостеп та степ, де наявні унікальні природні території, які привабливі для екотуристів. Особливими рекреаційними регіонами країни є або були Карпатські гори та Чорне і Азовське моря. В Україні унікальне біорізноманіття, що становить більше 70 тис. видів, з яких – понад 27 тис. видів налічує флора, та понад 45



тис. має фауна. Територія лісів становить 10,6 млн. га, тобто 17,6 % території країни [9].

В Україні пріоритетною моделлю розвитку екотуризму на внутрішньому ринку туристичних послуг є західноєвропейська.

В Україні в свою чергу, безліч різноманітних об'єктів природно-заповідного фонду, які впливали на розвиток та перспективи екологічного туризму. Станом до 24.02.2022 р. природно-заповідний фонд України налічував близько 8296 території та об'єктів, загальна площа якого 4,318 млн га в межах території України, де фактична площа становить 3,985 млн га, інша частина 0,403 млн га в межах акваторії Чорного моря [10].

Важливою подією для України і для розвитку екологічного туризму стало створення п'ятого біосферного заповідника 26.04.2016 р. – Чорнобильського радіаційно-екологічного біосферного заповідника площею 226964,7 га в межах Київської області [10].

Ресурсна база об'єктів природно-заповідного фонду України достатньо велика, як на місцевому рівні, так і на національному (рис. 1.3). Лідерами за кількістю природно-заповідних територій є Чернігівська область, до повномасштабної війни налічувала 665 одиниць, Тернопільська обл. – 639 од., Черкаська обл. – 540 од., Хмельницька обл. – 522 од. та Закарпатська обл. – 468 од. [11].

Україна мала потужну інфраструктурну базу для розміщення екотуристів у всіх регіонах країни. Станом на початок 2023 року велика кількість засобів розміщення зруйнована, значна частина під окупацією. Продовжують функціонувати засоби розміщення лише у західних регіонах країни у довоєнному режимі [29, с.46].

До повномасштабної війни, Україна була учасником міжнародної сертифікаційної програми «GreenKey» та посідала місця поряд із Швейцарією, Іспанією, Тунісом та Домініканською Республікою, маючи до 10 сертифікованих еко-готелів.



*Рис. 1.3. Кількість природно-заповідних територій та об'єктів ПЗФ України, станом на 01.01.2017 рік в одиницях*

Джерело: розроблено автором за матеріалами [25]

Розвиток екологічного туризму в Україні – один із головних стратегічних напрямків, згідно стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року.

На сьогодні туризм в країні значно обмежений. До повномасштабних військових дій, екологічний туризм не користувався значною популярністю серед внутрішніх туристів. Тому, більша кількість туристичних фірм та туроператорів не організували екологічні тури, деякі надавали екскурсії до природно-заповідного фонду країни і частково чи повністю спеціалізуються саме на екотуризмі, з них слід виокремити наступні: «Терра Інкогніта», «Українська Асоціація активного та екологічного туризму», «Добре поїхали», «Вилково-Пелікан-Тур», «Active Ukraine», «Унікальна Україна», слід зауважити, що більшість продовжує працювати в умовах війни.

Екологічний туризм в Україні організують переважно в межах природно-заповідних територій та біля річок, тож розвивають наступні форми екологічного туризму:



- екскурсії екологічними стежками;
- піший спортивно-оздоровчий екотуризм;
- подорожі на велосипедах;
- пізнавальні подорожі;
- водний екотуризм (сплав на байдарках, рафтинг, прогулянки на човнах та ін.);
- спостереження за птахами (birdwatching);
- фотополювання;
- спостереження за тваринами;
- краєзнавчі, зоологічні, ботанічні, археологічні подорожі;
- наукові тури;
- гірські подорожі.

Впровадження екологічно безпечних турів на туристичному ринку добре сприяє збереженню природного середовища, яке і так сильно постраждало від військових дій.

Екотуризм – особливий напрям туризму для України, так як може успішно розвиватися на туристичному ринку навіть при економічному спаді, головною умовою розвитку є допомога та гарантії безпеки з боку держави і еколого-просвітницька діяльність серед населення.

Що стосується нормативно-правового регулювання екотуризму в Україні, то упорядковано декілька законів щодо діяльності екологічного туризму, з них Закони України: «Про туризм», «Про природно-заповідний фонд України», «Про підприємництво», «Про охорону рослинного світу», «Про тваринний світ», «Про охорону навколишнього середовища». Проте найбільший внесок в розвиток нормативно-законодавчої бази роблять національні організації: Національний екологічний центр України, Українська Асоціація активного та екологічного туризму, Всеукраїнська екологічна ліга; та міжнародні: Міжнародний союз з охорони природи, Міжнародна екологічна організація, Всесвітній фонд дикої природи, Всесвітня туристична організація [26, с. 432-433].

В Україні центральним органом виконавчої влади щодо питань екотуризму є Міністерство екології та природних ресурсів України. Саме цей орган виконавчої влади забезпечує нормативно-правове регулювання:

- охорони та використання природно-заповідного фонду;
- раціонального використання, відтворення і збереження об'єктів рослинного та тваринного світу, ландшафтного та біорізноманіття;
- формування та використання екологічної мережі;
- відтворення та охорони водних об'єктів та інших природних ресурсів.

Мінприроди керує необхідними положеннями щодо екологічної діяльності та створює умови для організації екологічного туризму.

У 2015 році відбувся саміт ООН, присвячений сталому розвитку, де були затверджені нові орієнтири та оголошені 17 глобальних цілей сталого розвитку до яких приєдналась і Україна (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Глобальні цілі сталого розвитку у світі, схвалені ООН у 2015 році

Джерело: [10]

17 глобальних цілей є закликом до захисту планети, забезпечення миру та процвітання і подолання бідності. Міністерством екології спільно з



Європейським Союзом розробили стратегію державної екологічної політики України до 2030 року на основі 17 глобальних цілей сталого розвитку, завдяки якій країна повинна забезпечити здійснення стратегії розвитку сталого туризму, включно екологічного туризму, що сприяє створенню додаткових робочих місць, виробництву місцевих товарів та продукції, розвитку місцевої культури. Також, забезпечити населення необхідною інформацією про сталий розвиток та спосіб життя в гармонії з природою, сприяти розширенню та захисту лісів та природно-заповідного фонду, забезпечити збереження гірських екосистем та стале використання прибережних та морських екосистем, створити нові екологічні мережі. Все це свідчить про перспективність розвитку екологічного туризму.

З кожним роком до 24 лютого 2022 року, держава впроваджувала нові методи боротьби із забрудненнями навколишнього середовища. Цікавим рішенням боротьби із забрудненнями стало створення сервісу [Ecomara.gov.ua](http://Ecomara.gov.ua) у 2016 році, інтерактивної електронної мапи зі сміттєзвалищами по всіх регіонах України. Кожний бажаючий може надіслати звернення про виявлене сміттєзвалище та указати його місцезнаходження, прибиранням якого в подальшому буде займатись місцева влада, а користувач сервісу, що надіслав повідомлення, може контролювати виконання робіт дистанційно. Відносно нещодавно був створений додаток «ЕкоЗагроза», Це офіційний веб-ресурс і мобільний додаток Міндовкілля, завдяки якому кожен зможе дізнатись достовірну інформацію про стан повітря, води, ґрунту та інші дані про стан довкілля. Наприклад, якщо телеграм-канали лякають радіаційним забрудненням – можна перевірити, чи радіація зараз у нормі.

Аналізуючи ці дії з боку держави, можна зробити висновок, що тема сталого розвитку країни дійсно важлива в усіх сферах діяльності, тож розвиток екологічного туризму як допомога сталого розвитку країни в цілому є одним із пріоритетних напрямків після стратегічної перемоги над противником. Через розвиток екологічного туризму, можна досягти значних

переваг в соціальній сфері країни, завдяки чому можуть змінитися погляди громадян на свій спосіб життя, збереження навколишнього середовища, тож, покращиться загальний рівень якості життя як місцевих так і сільських жителів.

В Україні є достатня кількість природно-заповідних територій, водних об'єктів, печер, Карпатські гори, різноманітні рослини і тварини. В кожній області є свої особливі рекреаційні ресурси, тому екотуризм може бути розвинений по всій території України [28, с. 115].

Аналізуючи ресурсну базу України до повномасштабної війни, можна зазначити основні регіони розвитку екотуризму: Одеська, Черкаська, Полтавська, Тернопільська, Миколаївська, Закарпатська, Запорізька, Херсонська області та Полісся, а також річки: Південний Буг, Дністер, Дунай, Случ, Десна, Гірський Тікич, Дніпро, Чорний Черемош [1, с. 67].

У країні відбуваються значні зміни у свідомості громадян – це люди, які пережили окупацію, постраждали внаслідок російського терору, травмовані захисники України і після перемоги велика кількість ветеранів, які будуть потребувати відновлення, а рекреація за допомогою екологічного туризму, як найкраще пришвидшить процес відновлення і природних ресурсів, і населення.

Перспективи розвитку екологічного туризму в Україні наступні:

- зростання туристичного потенціалу країни;
- взаємодія державних та приватних структур;
- доступність туристичних послуг для всього населення, незалежно від віку, статті, доходу;
- підвищення екологічної свідомості населення через еколого-просвітницьку діяльність;
- сприяння розвитку сфери послуг в регіонах;
- розробка нових туристичних маршрутів;
- виробництво та поширення місцевої продукції;
- поновлення етнічних традицій;



- сприяння розвитку малого та середнього бізнесу в сільській та приміській місцевості;
- організація зайнятості місцевого населення регіонів розвитку екотуризму;
- забезпечення раціонального використання природно-рекреаційних та культурно-історичних ресурсів.

Головними чинниками, що стримують розвиток екологічного туризму є повномасштабна війна, організаційні та економічні. Слід наголосити на неточність розуміння екотуризму населенням, погану рекламу та застарілість матеріальних ресурсів, а також популяризацію туроператорами виїзного туризму та скорочення в'їзних туристів, що не дають змоги розвиватись внутрішньому туристичному ринку.

### **1.3. Ресурсний потенціал Норвегії для розвитку екологічного туризму**

Норвегія – це дивовижна країна, розташована в північній частині Європи, на заході Скандинавського півострова. Це земля суворих вікінгів і північних саяв, величних фіордів і білосніжних льодів, смарагдової зелені і гостинних людей. Норвегія володіє значним ресурсним потенціалом для розвитку екологічного туризму. Серед основних ресурсів можна виділити:

- природні краєвиди: Норвегія відома своїми незайманими ландшафтами, включаючи гори, ліси, озера, ріки та фьорди. Це дозволяє туристам насолоджуватися красою природи та займатися активним відпочинком, таким як велосипедні прогулянки, піший туризм, гірськолижний спорт та багато іншого;
- екологічна інфраструктура: Норвегія володіє добре розвинутою екологічною інфраструктурою, включаючи систему національних парків та резерватів, де заборонено розробку та промисловість.

Також, у Норвегії є добре розвинуті системи відновлюваної енергетики та сміттєзвалищ;

- культурна спадщина: Норвегія відома своєю багатою культурною спадщиною, включаючи традиції народного мистецтва та ремесел, історичні пам'ятки, музеї та галереї;
- екологічно чисте харчування: Норвегія славиться своїми екологічно чистими продуктами харчування, такими як морепродукти та органічне молоко, що може зацікавити туристів, які цінують здорове харчування;
- місцевий клімат: субарктичний – на півночі, морський – в прибережних областях і континентальний – в гірських районах носить помірний характер. Влітку температура коливається в межах плюс шести-п'ятнадцяти градусів, взимку – опускається до мінус дванадцяти, але може триматися і в районі нуля.

Представники WTM London охарактеризували Норвегію як цілорічний напрямок для любителів активного відпочинку і пригод, що включає екологію в повсякденне життя нації [12].

Наприкінці ХХ століття в Норвегії розгорнула активний рух партія "зелених", до складу якої входили відомі екологи і філософи країни. Основним їхнім завданням було привернення уваги суспільства і влади до природних ресурсів країни, а також створення національних парків. Охоронні зони створювалися в першу чергу для захисту рідкісних і зникаючих видів тварин і рослин, але перед активістами не стояло мети закрити ці території. Навпаки, політикою партії передбачалася доступність відвідування цих місць, розробка екологічних і туристичних маршрутів.

Першим здобутком партії "зелених" стало створення Національного парку Рондані в 1962 році.

Робота уряду в галузі еко просвітництва дала свій позитивний результат: стійкість лежить в основі способу життя норвежців, що люди, які



живуть в цих місцях, які хочуть зберегти своє природне багатство, заохочують туристів також бути екологічно і соціально відповідальними [12].

У Норвегії 47 національних парків, з них 40 (рис. 1.5) - на материку, а 7 (рис. 1.6) – на норвезькому архіпелагу Шпіцбергені.

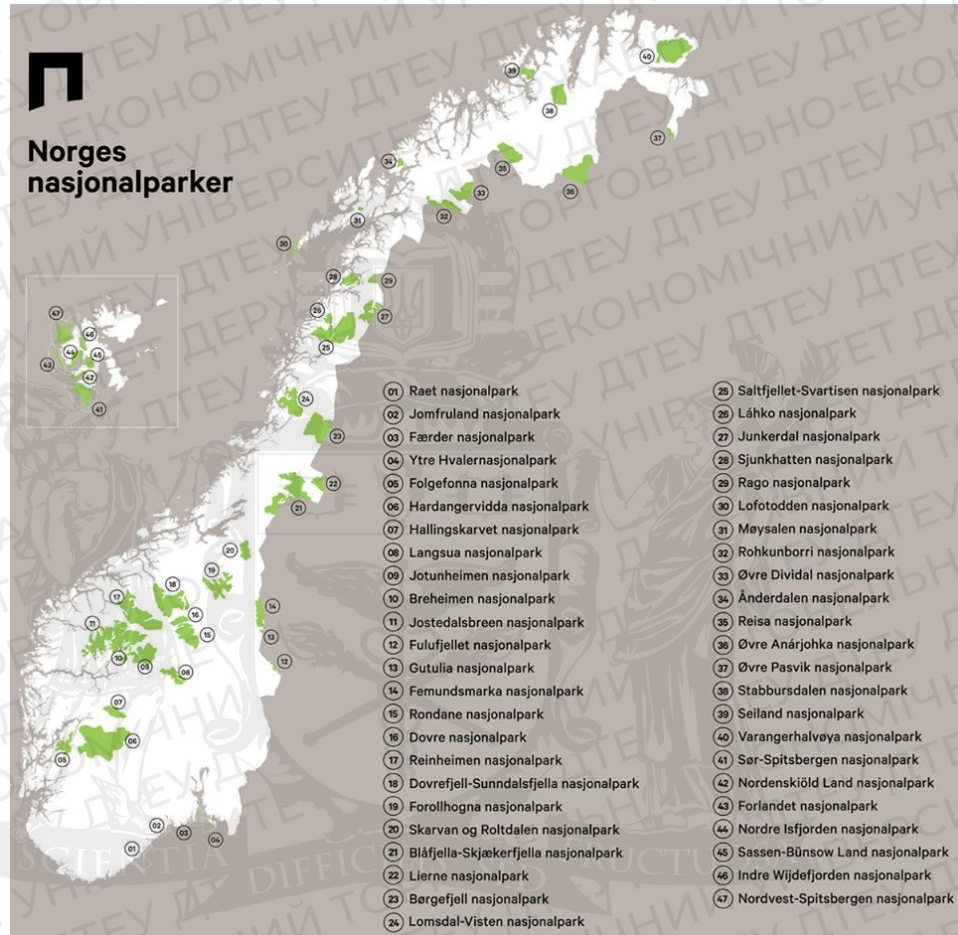


Рис. 1.5. Карта материкових національних парків Норвегії

Джерело: [13]

У національних парках в Норвегії діють суворіші правила, ніж у багатьох інших країнах, і майже всі моторизовані транспортні засоби заборонені. Поширюється свобода кочувати, таким чином, дозволяється піші прогулянки, катання на лижах і кемпінги по всьому парку. Дороги розташовані за межами національних парків. Парки перебувають під управлінням Норвезького директорату з питань природокористування та місцевого губернатора округу [13].

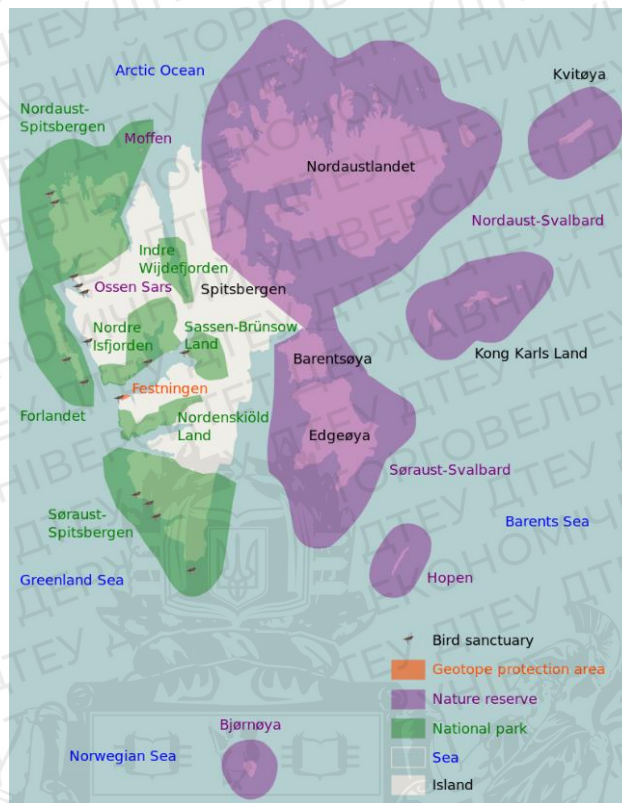


Рис. 1.6. Національні парки (зелені), природні заповідники (фіолетові), зони охорони геотопів (помаранчеві) та заповідники для птахів Шпіцбергену

Джерело: [13]

На додаток до національних парків, уряд Норвегії визначив для охорони більші території. У ці райони входять 153 ландшафти, що охоплюють 14071 км<sup>2</sup>; 1701 заповідник, що охоплює 3418 км<sup>2</sup>; 24 національних парки, що охоплюють 21 650 км<sup>2</sup>; 102 природні меморіали та 98 менших заповідних територій. Це становить 12,1% материкової площі Норвегії.

Мета норвезького уряду – збільшити цю площу з часом щонайменше до 15%. Уряд продемонстрував зацікавленість у збереженні морських екосистем, включаючи фіорди західних частин Норвегії та архіпелаг на південний захід від Осло.

Здебільшого національні парки відкриті для піших прогулянок, бігових лиж та кемпінгу. Більшість з них мають обмежену кількість нічних зупинок, на більшості ділянках діють суворі правила поведінки, для прикладу



заборона запуску дронів, всі заборони дублюються на табличках, які неодноразово зустрічаються протягом всього туристичного маршруту.

Приблизно 60% площі Норвегії займають гори, озера або болота (неорні землі, частина з них використовується як пасовища); 37% - ліси різних видів; і лише 3% ріллі.

Відвідування національних парків - один з найпопулярніших туристичних напрямків у Норвегії. Ці національні парки приваблюють відвідувачів своєю природною красою, гірськими ландшафтами, водоспадами, льодовиками та унікальними екосистемами. Вони є важливими центрами екологічного туризму в Норвегії, де туристи можуть насолодитися природними пам'ятками та відкрити для себе багатство біорізноманіття країни (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2

### Найвідоміші національні парки Норвегії

Назва національного парку	Розташування	Площа (км <sup>2</sup> )	Рік заснування
Йотунхеймен	Південна Норвегія	1,151	1980
Довреф'йелл – Суннморсалпане	Західна Норвегія	1,693	2002
Рошолмсноа	Південна Норвегія	1,288	2002
Луреф'йелл – Стоггейммен	Центральна Норвегія	2,630	2004
Рендел – Севергівле	Центральна Норвегія	3,413	2003
Хардангервіда	Південна Норвегія	3,422	1981
Йостедальсбреа	Західна Норвегія	1,310	1991
Дофінен – Квітсой	Північна Норвегія	1,979	2003
Ролдальскампен	Східна Норвегія	1,442	2003
Лофотенские острова	Північна Норвегія	1,227	2004

Джерело: розроблено автором за матеріалами [14]

На континентальній частині Норвегії також є менш популярні національні парки, які пропонують унікальні природні ландшафти та можливості для екологічного туризму (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

### Менш відомі національні парки Норвегії

Назва національного парку	Розташування	Площа (км <sup>2</sup> )	Рік заснування
Гутгухеймен	Тромс-Фінмарк	715	2004
Рушетсока	Тромс-Фінмарк	183	1976
Сахолльсанет	Тромс-Фінмарк	413	2009
Бьєрнсей-Свендсбюнет	Море-і-Ромсдал	729	2008
Гютевіка-Свартизсейт	Тромс-Фінмарк	239	2003
Блекнукоен	Вестланд	224	2003
Хальдейншкунгей	Вестланд	684	2005
Сорсенскейлен	Море-і-Ромсдал	126	2003
Сваргенсен	Тромс-Фінмарк	370	2003
Хархеймен	Вестланд	684	2005

Джерело: розроблено автором за матеріалами [14]

Природоохоронні зони на норвезькому архіпелагу Шпіцбергені [14]:

- Индре-Війдеф 'орден;
- Нордвест-Шпіцберген;
- Норденшельд Ланд;
- Нордре Ісфьорде;
- Сассен-Бюнсов Ланд;
- Сер-Шпіцберген;
- Форландет.

Найбільше місто Норвегії – це столиця країни Осло, на відміну від інших європейських мегаполісів, Осло приваблює не тільки історичним і культурно-торговим спектром розваг, але і приголомшливою екологією, створеною завдяки численним природним паркам і заповідникам.



Норвегія відрізняється не лише своїми пейзажами, що манять екотуристів. У Норвегії велика кількість еко-готелів, які по-справжньому вартують слова «еко», тому часто для мандрівників Норвегія стає справжнім відкриттям та справляє враження на все життя.

Норвегія є безпечною країною для туристів, і має низький рівень злочинності. У Норвегії високий рівень медичної допомоги та надійних систем пожежного захисту. Туристи можуть бути впевнені, що їхнє перебування у країні буде безпечним та комфортним.

Норвегія має ефективну систему безпеки на дорогах, а також на гірських маршрутах. Також існує система моніторингу небезпек у гірських районах, яка дозволяє туристам зробити безпечний вибір маршруту. Також в країні діє програма "Туризм у безпеці", яка регулює діяльність туристичних компаній та забезпечує безпеку туристів.

Багатство туристичного потенціалу Норвегії підтверджує кількість туристів, які відвідують країну щорічно (рис. 1.7). Як можна побачити, з 2012 року кількість іноземних туристів в Норвегії зростає майже на 2,5 мільйони людей. Однак, через пандемію COVID-19, кількість іноземних туристів зменшилася у 2020 році, але у 2021 році відновилося зростання.



Рис. 1.7. Загальна статистика кількості іноземних туристів, які відвідували Норвегію за кожен рік від 2012 до 2021

Джерело: розроблено автором за матеріалами [20]

Отже, ресурсний потенціал Норвегії для розвитку екологічного туризму надзвичайно великий і з кожним роком буде тільки збільшуватися за підтримки уряду країни і її мешканців. Норвегія має всю необхідну інфраструктуру для розміщення великої кількості туристів, яка збільшується з кожним роком.





## РОЗДІЛ 2

### ПРОЄКТ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ НОРВЕГІЇ

#### 2.1 Розроблення маршруту та програми туру

Розробка екологічного туру територією Норвегії передбачає не тільки вибір туристичних місць, а й збір необхідної інформації про екологічну складову туру.

Початковим етапом розробки туру є вибір туристичних місць. Основним критерієм вибору є екологічна чистота території та наявність там принципів екотуризму. Також ми враховуємо наявність природних парків, заповідників та національних парків, де можна ознайомитися з місцевими видами тварин та рослин, а також прогулятися по екологічно чистих лісах та гірських хребтах (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

#### Культурні та екологічні пам'ятки Норвегії, які представлені в програмі туру "Екологічний тур до краси Норвегії"

<p><b>Язык Троля</b></p> <p>Цей кам'яний виступ на горі Ск'еггедаль - мрія чи не кожного мандрівника, закоханого в Норвегію. Космічні пейзажі, відкритість вітрам, сувора неприступність і нереальна фотогенічність - ось заради чого піднімаються туристи на виступ скелі Ск'еггедаль, що нагадує за формою язык могутнього велетня. Але норвежці не були б норвежцями, якби не приписали цю «частину тіла» символу країни - казковому троллю.</p>	
<p><b>Кьєрагболтен ("камінь-горошина")</b></p> <p>Х'єрагболтен, також «Камінь-горошина» — геологічна пам'ятка природи в Норвегії. Величезний валун об'ємом приблизно 5 м<sup>3</sup>, що застряг між двома вертикальними скельними стінками над Люсе-фіордом, плато Х'єраг. Популярне туристичне місце, доступне без спеціального спорядження. Камінь застряг над ущелиною, глибина якої близько 984 метри. Популярне місце для бейс-джампінгу.</p>	




## Продовження таблиці 2.1

<p><b>Водоспад "Сім сестер"</b></p> <p>Це головна родзинка Гейрангер-фіорду. І з назвою пов'язана красива легенда: кажуть, суворий вікінг прийшов з фатою свататися в сім'ю, де було сім сестер. Всі дівчата були такі прекрасні, що чоловік просто скам'янів, не зумівши вибрати одну з них. Красуні від довгого стояння перетворилися в потоки води. Так і красуються сім потужних струменів з фатою із зелені і каменів перед неприступними скелями. Найрозкішніший водоспад навесні і влітку, коли тане льодовик робить його більш повноводним.</p>	
<p><b>"Кафедра проповідника" (скеля Прекестулен)</b></p> <p>Уявіть собі височенну скелю, вершина якої рівна, квадратної форми. З неї відкривається нереальний вигляд на гори і море. Розміри дозволяють зіграти в екстремальний міні-футбол - 25*25 метрів. Саме так виглядає Прекестулен - ще одна визначна пам'ятка Люсі-фьорда.</p>	
<p><b>Осло</b></p> <p>У Норвегії навіть столиця, Осло, оточена фантастичною природою. З будь-якої точки міста до найближчого парку ви дійдете менш, ніж за чверть години.</p> <p>Фортеця Акерсхус, міська Ратуша і Королівський палац, Національний норвезький театр - побачивши їх, ви ще більше перейметеся любов'ю до цієї дивовижної країни.</p> <p>Жителі Осло цінують науку, сучасну архітектуру і мистецтво, а як же інакше: все це гармонійно вписується в життя на берегах чудових фіордів!</p>	
<p><b>Дорога тролів</b></p> <p>9% висоти підйому, 11 крутих поворотів, трохи більше 3 метрів ширини - це про одну з норвезьких доріг, прокладену через гори. Вінчає інженерну пишноту оглядовий майданчик з видом на серпантин, водоспад Стігфоссен і скелі.</p>	
<p><b>Тронгейм</b></p> <p>Тронгейм – місто розташоване біля гирла річки Нідельва. Третє за населенням місто країни після Осло і Бергена. На вибір туристів можна відвідати декілька визначних місць міста і насолодитися вишуканими стравами із морепродуктів в одному із ресторанів міста.</p>	



## Продовження таблиці 2.1

<p><b>Олесунн</b></p> <p>Олесунн – це місто, яке побудоване в одному стилі.          Причина тому сумна: в 1904 році місто згоріло дотла. Відбудувати вирішили в популярному тоді європейському стилі модерн ("ар-нуво").          А ще тут приголомшлива риболовля і все ті ж прекрасні гори, море і фьорди.</p>	
---	--

Джерело: розроблено автором за матеріалами [15]

Проект екологічного туру до Норвегії має за мету показати красу і непересічність норвезької природи, зокрема гірських масивів, водоспадів та пам'яток культури. Маршрут розроблений з максимальною увагою до екологічних аспектів, що дозволить зберегти природні ресурси та знизити негативний вплив на навколишнє середовище (рис. 2.1).

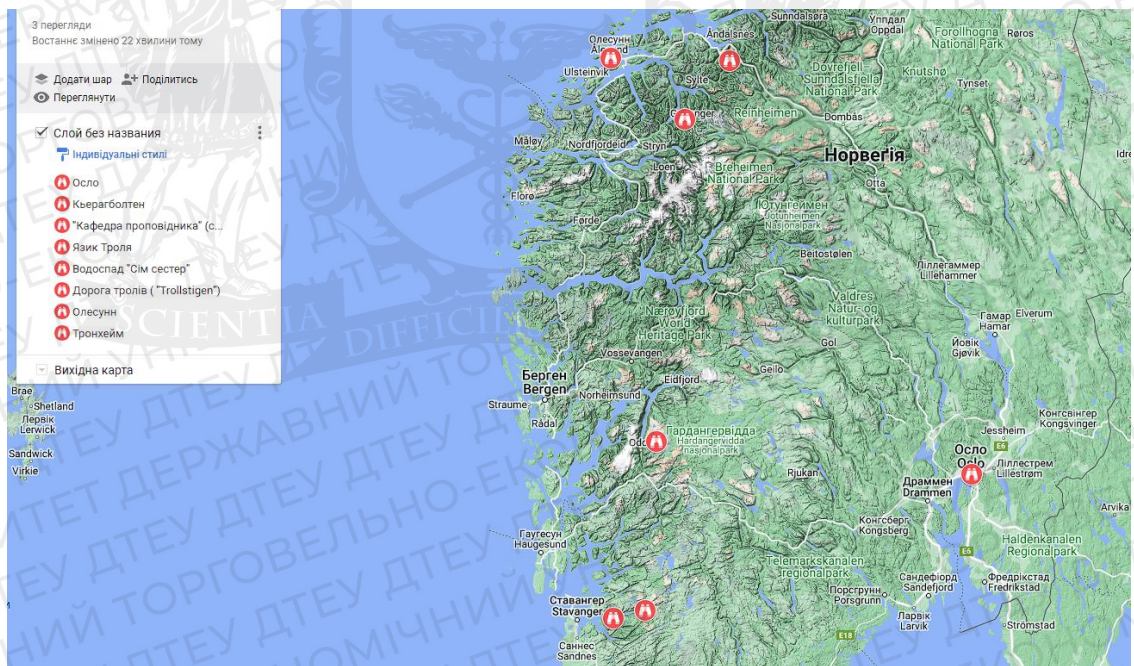


Рис. 2.1. Географічне розміщення культурних та екологічних пам'яток Норвегії на мапі

Джерело: розроблено автором за матеріалами [16]

Основаючись на маршруті туру та його основній ідеї екологічності, можна запропонувати таку назву: "Екологічний тур до краси Норвегії". Ця назва відображає основну мету туру, яка полягає в об'єднанні подорожі зі



збереженням довкілля та допомогою у збереженні природної краси Норвегії.

Маршрут (рис 2.2):

Київ – Варшава - Осло - Кьерагболтен ("камінь-горошина") - "Кафедра проповідника" (скаля Прекестулен) - Язык Троля - Водоспад "Сім сестер" - Дорога тролів - Олесунн – Тронгейм – Варшава – Київ.

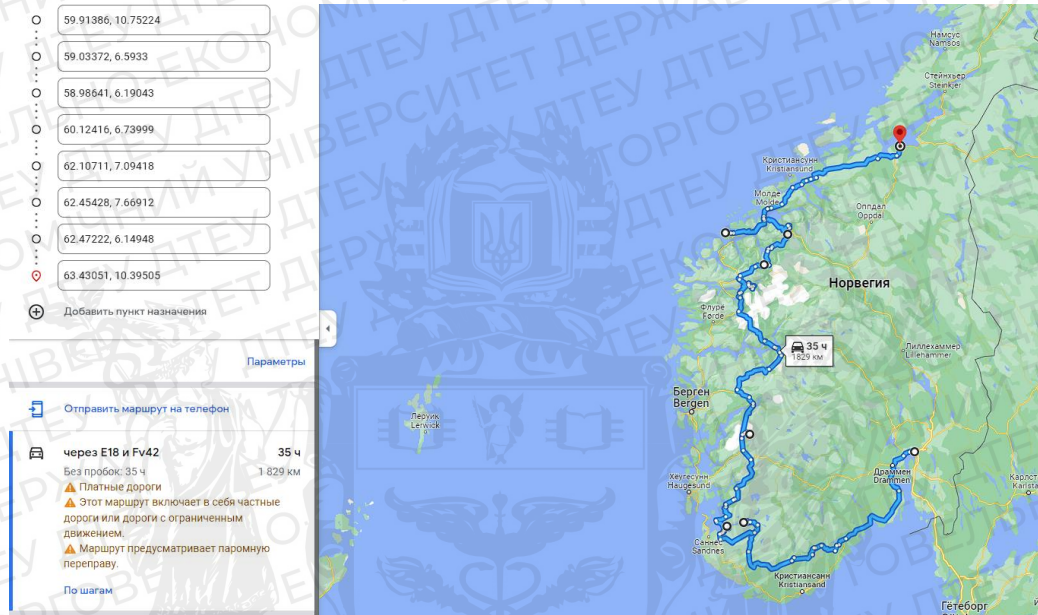


Рис. 2.2. Карта туристичного маршруту

Джерело: [17]

Екологічний тур Норвегією на будинку на колесах є відмінним способом насолодитися природними красами країни, зменшити екологічний вплив та дослідити різні регіони. Головні переваги такого туру:

1. Мобільність.
2. Екологічна сталість.
3. Природні пейзажі.
4. Самостійність.
5. Близькість до природи.

Вибір екологічного туру на будинку на колесах дає можливість поєднати подорожі та збереження природи, забезпечуючи незабутні враження та досвід екологічного туризму (таблиця 2.2).



Таблиця 2.2

**Маршрут (основні точки): пересування здійснюється будинком на колесах**

Осло - Кьерагболтен ("камінь-горошина")	505 км 7 год 29 хв
Кьерагболтен ("камінь-горошина")-"Кафедра проповідника" (скеля Прекестулен)	137 км 2 год 55хв
"Кафедра проповідника" (скеля Прекестулен)-Язык Троля	230 км 5 год 25 хв
Язык Троля- Водоспад "Сім сестер"	452 км 9 год 28 хв
Водоспад "Сім сестер"- Дорога тролів ("Trollstigen")	60 км 1 год 22 хв
Дорога тролів ("Trollstigen")- Олесунн	124 км 1 год 51 хв
Олесунн- Тронгейм	299 км 5 год 27 хв

Джерело: розроблено автором

Час, який потрібно проводити на туристичних локаціях в Норвегії, залежить від багатьох факторів, таких як інтереси туриста, доступний час та бюджет. Однак, для насолоди та повноцінного досвіду рекомендується дотриматися часових рамок на кожен локацію запланованою програмою туру (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3

**Запланований час перебування на туристичній локаціях**

Локація	Скільки часу провести	На карті
Осло, Норвегія	25 год	59.91386, 10.75224
Кьерагболтен "камінь-горошина"	8 год	59.03372, 6.5933
"Кафедра проповідника" (скеля Прекестулен)	9 год	58.98641, 6.19043
Язык Троля	17 год	60.12416, 6.73999
Водоспад "Сім сестер"	10 год	62.10711, 7.09418
Дорога тролів ("Trollstigen")	10 год	62.45428, 7.66912
Олесунн	26 год	62.47222, 6.14948
Тронхейм	20 год	63.43051, 10.39505

Джерело: розроблено автором

Тур розрахований на 5 мандрівників. Тривалість: 10 дні 10 ночей (таблиця 2.4).

Таблиця 2.4

## Програма туру "Екологічний тур до краси Норвегії"

### День 1

18:14 – відправлення потягом зі станції Київ-Пасажирський.

### День 2

10:12 – прибуття на залізничну станцію Варшава-Центральна.

10:30-11:10 – сніданок у кафе «Cava Golden Terraces» (на території залізничної станції)

11:15-11:40 – трансфер із залізничної станції Варшава-Центральна до Аеропорту імені Фридерика Шопена.

13:50 – виліт із «Шопена».

15:45 – прибуття в аеропорт «Осло-Гардермуен».

16:15-17:20 – зустріч із співробітником компанії «Touring Cars» з оренди автобудинків поряд із стійкою інформацією у залі прибуття терміналу; трансфер до станції прокату, на якому почнеться процес ознайомлення з автобудинком, дооформлення документів.

17:20 – від'їзд на автобудинку з «Touring Cars» в Осло.

18:10 – приїзд до продуктового супермаркету «REMA 1000 Torggata» в Осло (закупка продуктами харчування).

19:00-19:25 – дорога із Осло до кемпінгу «Torscamp Bogstad».

З 19:25 підготовка автобудинку для кемпінгу, приготування вечері, відпочинок на природі.

### День 3

8:00 – підйом, приготування сніданку, підготовка автобудинку для відновлення подорожі.

9:45-10:05 – дорога із кемпінгу до Парку скульптур Вігеланна.

10:05-11:30 – прогулянка Парком Скульптур.

11:35-12:55 – переїзд до Норвезької національної опери і балету.

13:10 – обід в ресторані «Engbret Cafe».

14:20 – прогулянка околицями на розсуд туристів.

15:50-16:45 – відвідування громадської лазні напроти опери і балету, купання у фіорді.

17:10 – перекус у ресторані «Virra».

17:55 – вирушення із Осло до кемпінгу «Preikestolen camping AS».

### День 4

2:40 – прибуття до кемпінгу; приготування авто до кемпінгу; відпочинок.

9:00 – туристи прокидаються.

9:30 – приготування сніданку, підготовка до підйому на "Кафедру проповідника".

10:00 – хайкінг на скелю Прекестулен. насолодження пейзажами.

17:00 – орієнтовний час повернення до кемпінгу; відпочинок, приготування лососевих стейків, насолодження вечером; відпочинок.

### День 5

7:30 – підйом, приготування сніданку, підготовка автобудинку для відновлення подорожі.

8:30 – дорога до Кьерагболтена ("камінь-горошина").

11:10 – прибуття до підніжжя Кьерагболтена.

11:30 – хайкінг.

18:25 – орієнтовний час повернення до автобудинку.

19:00 – вечеря, відпочинок.

19:45 - вирушення із Кьерагболтена до кемпінгу «Røldal Hyttegrend Camping & Caravanning».



## Продовження таблиці 2.4

## День 6

00:15 – прибуття до кемпінгу «Røldal Hyttegrend Camping & Caravanning».  
 00:30 - підготовка автобудинку для кемпінгу, відпочинок.  
 9:30 – підйом, приготування сніданку, підготовка автобудинку для відновлення подорожі.  
 10:45 – заїзд у продуктовий магазин «Coop Prix Røldal» у Ролдал.  
 11:30 – вирушення до підніжжя Язика Троля.  
 13:10 – приїзд до скелі Скъеггедаль, підготовка до хайкінгу.  
 13:30 - початок хайкінгу.  
 19:20 - орієнтовний час повернення до автобудинку.  
 19:40 – вечеря, відпочинок.  
 20:10 - вирушення до кемпінгу «Gudvangen Camping».

## День 7

00:15 – прибуття до кемпінгу «Gudvangen Camping».  
 9:30 - підйом, приготування сніданку.  
 11:30 - підготовка автобудинку для відновлення подорожі.  
 11:50 – вирушення до кемпінгу «Løstad».  
 21:30 – прибуття до «Løstad», приготування авто до кемпінгу; вечеря; відпочинок.

## День 8

Відпочинок у «Løstad»; у продовж дня відвідування водоспаду Сім сестер.

## День 9

8:00 – підйом, приготування сніданку, підготовка автобудинку для відновлення подорожі.  
 9:00 – вирушення до Олесунн.  
 12:25 – прибуття в Олесунн, відвідування ресторанку Vinni bar og restaurant.  
 13:50 – прогулянка містом: Арт Нуво Олесунд, Ålesund Harbour, міський парк Ålesund; відвідування Олесундський акваріум.  
 16:30 – вирушення до Дороги тролів ("Trollstigen").  
 17:50 – початок руху до Тронгейм.  
 21:50 – приїзд у Тронгейм, вечеря у Troll Restaurant.  
 23:15 – рух до Touring Cars Trondheim, повернення автобудинку.  
 23:50 – трансфер до аеропорту на таксі.

## День 10

00:15 – прибуття аеропорту.  
 6:35 – виліт до Варшави.  
 13:10 – посадка у «Шопені».  
 13:50-14:15 - трансфер із Аеропорту імені Фридерика Шопена залізничної до станції Варшава-Центральна.  
 14:30 – обід у кафе «Cava Golden Terraces» (на території залізничної станції).  
 15:20-17:20 – вільний час туристів.  
 17:45 - відправлення потягом зі станції Варшава-Центральна.

## День 11

12:05 - прибуття на залізничну станцію Київ-Пасажи́рський.

Джерело: розроблено автором

Першим пунктом нашого маршруту є Варшава – місто з багатою історією та культурою. Довго не затримуючись у столиці Польщі, ми продовжимо наш шлях до Осло - столиці Норвегії.

Далі наш маршрут пролягає до Кьерагболтен, який знаходиться на південному заході Норвегії. Це відома скеля, що має форму каменю-горошина. Після цього ми відвідаємо скелю Прекестулен, відому також як "Кафедра проповідника". Це одна з найвідоміших природних пам'яток Норвегії, яка приваблює мільйони туристів щорічно.

Наступним нашим пунктом буде Язык Троля - гранітна скеля, яка надзвичайно популярна серед туристів. Після цього ми відвідаємо Водоспад "Сім сестер", що складається з семи окремих водоспадів. Для нашого туру ми обрали цей водоспад через його неповторну красу та мальовничу локацію.

Наступним етапом нашого маршруту є Дорога тролів - серпантин, який пролягає через гірські масиви, і є однією з найбільш небезпечних доріг в Норвегії. Незважаючи на це, вона дуже популярна серед туристів і приваблює багато людей з усього світу.

Після Дороги тролів ми продовжимо наш маршрут до Олесунну - мальовничого міста, розташованого на заході Норвегії. Тут ми відвідаємо різні пам'ятки, такі як Олесуннський музей, пам'ятник "Рука" та різноманітні крамниці та кав'ярні.

Далі ми продовжимо до Тронгейму - міста на заході Норвегії, відомого своєю культурою та історією. Тут ми відвідаємо Норвезький музей науки та техніки, Фортресс Свартізен та різноманітні крамниці та кав'ярні.

Останнім пунктом нашого маршруту є Варшава, де ми зможемо насолодитися останніми днями нашого туру, відвідавши різні пізнавальні місця.

Програма нашого туру включає в себе екскурсії та відвідування найбільш відомих місць кожного пункту маршруту. Також, ми будемо мати



достатньо вільного часу, щоб насолодитися природою та культурою Норвегії, відпочити та насолодитися місцевою кухнею.

Весь наш тур буде організований з максимальним дотриманням екологічних принципів, що дозволить зберегти природні ресурси та знизити негативний вплив на навколишнє середовище. Ми будемо дотримуватися правил відходів та сортування сміття, використовуватимемо транспорт з низьким рівнем викидів та намагатимемося мінімізувати використання пластикових товарів.

Ми також забезпечимо турботу про здоров'я наших туристів, забезпечивши медичне страхування та медичну допомогу у разі потреби. Також, ми будемо рекомендувати нашим туристам здійснювати певні фізичні вправи перед туром, щоб забезпечити найкращу підготовку до поїздки.

Для громадян України, які планують туристичну подорож до Норвегії, потрібно враховувати наступні візові формальності:

1. Віза: Громадяни України зазвичай потребують візи для в'їзду в Норвегію. Існує кілька типів віз, залежно від того, як тривало і з якою метою планується перебування в країні. Для туристичних подорожей за зазвичай короткотерміною метою може вимагатися туристична віза.
2. Документи: Для отримання візи до Норвегії зазвичай потрібно подати наступні документи: паспорт, заповнену та підписану анкету, фотографії, докази фінансової стабільності, бронювання готелю або інших житлових приміщень, страховий поліс медичного страхування та інші документи, вимоги до яких можуть змінюватися.
3. Посольство або консульство: Для отримання візи до Норвегії необхідно звернутися до норвезького посольства або консульства в Україні. Там можна отримати повну інформацію щодо вимог, процедури та документів, необхідних для подання на візу.

4. Терміни: Рекомендується подати заяву на візу заздалегідь, оскільки обробка заяв може зайняти певний час. Зазвичай, вартість та терміни видачі візи визначаються консульством або посольством Норвегії.

При плануванні туристичної поїздки до Норвегії важливо дотримуватися певних правил безпеки, щоб забезпечити комфорт та безпеку під час подорожі. Ось декілька рекомендацій:

1. Зберігайте документи в безпечності.
2. Уникайте показу значних сум грошей.
3. Будьте обережні з особистою безпекою.
4. Дотримуйтесь правил природоохоронних зон.
5. Слідкуйте за погодою.
6. Дотримуйтесь правил дорожнього руху.

## **2.2. Заходи та інструменти просування екологічного туру на ринку України**

Для успішного просування туристичного продукту на ринок України спершу необхідно сформулювати чітку мету та очікуваний результат рекламної кампанії (таблиця 2.5). Також враховувати різні фактори, які можуть вплинути на його привабливість та ефективність, включаючи структуру та якість продукту, етапи його життєвого циклу.

Визначення цільової аудиторії є критично важливим кроком у просуванні туру (таблиця 2.6). Пошук цільової аудиторії для туру до Норвегії обирався за методом 5W.

Метод 5W (Who, What, Where, When, Why) – це методологія аналізу та планування, яка допомагає систематично розглядати та визначати ключові аспекти певної ситуації чи планування.



Таблиця 2.5

### Мета рекламної кампанії туру "Екологічний тур до краси Норвегії", очікуваний результат і дедлайн

Мета рекламної кампанії	Очікуваний результат	Дедлайн
Збільшення зацікавленості екотуризмом, просування туру до Норвегії	Збільшити кількість бронювань туру на 20%	2 місяці
Залучення нових клієнтів	Збільшення розпізнаваності турагенції серед цільової аудиторії на 25%	2 місяці

Джерело: розроблено автором

Основні переваги методу 5W:

- збільшення ефективності комунікації;
- вибір найкращих каналів комунікації;
- підвищення конверсії та продажів;
- економія ресурсів.

Таблиця 2.6

### Цільова аудиторія туру до Норвегії за методом "5W"

Основні запитання за методом «5W»	Опис цільової аудиторії
Хто ?	Активні туристи, які цінують природу, пригоди і нові враження. Це люди з активною життєвою позицією. Вік: від 18 до 45 років. Сімейний стан: одинокі, одружені, бездітні або з дітьми. Туристичний досвід: від початківців і вище.
Що ?	Екологічний тур до Норвегії, який включає відвідування національних парків, гірськолижних курортів, риболовлю, каякінг, піші прогулянки та інші пригодницькі активності.
Коли ?	Тури можуть проводитися протягом року, але найкращий час для подорожей до Норвегії - літо, коли погода сприятлива для активного відпочинку на відкритому повітрі.

## Продовження таблиці 2.6

Основні запитання за методом «5W»	Опис цільової аудиторії
Де ?	Тури відбуваються в різних регіонах Норвегії, включаючи національні парки, гірськолижні курорти, фьорди та мальовничі пейзажі.
Чому ?	Ця цільова аудиторія зацікавлена в екологічному туризмі, дослідженні природних красот Норвегії, активному відпочинку та відчутті пригоди. Вони прагнуть відкрити нові місця, насолодитися природою та отримати незабутні враження.

Джерело: розроблено автором

Для кожної цільової аудиторії визначено плановані носії маркетингових комунікацій разом з обґрунтуванням їх вибору та показниками ефективності, які були використані для оцінки (таблиця 2.7).

Таблиця 2.7

## Носії реклами для цільових аудиторій для туру до Норвегії

Цільова аудиторія	Носії маркетингових комунікацій	Обґрунтування вибору носіїв	Показники ефективності
Студенти останніх курсів, молоді спеціалісти, підприємці	Блогери, групи, канали за інтересами. Соціальні медіа (Instagram, YouTube, TikTok і тд)	Молодь проводять багато часу в онлайні. Цільова аудиторія активно користується соціальними мережами	Кількість учасників, рейтинги та відгуки, залучення нових користувачів.
Люди середнього віку. Спеціалісти вищої категорії, бізнесмени. Сім'янини	Офлайн події, радіо, соціальні медіа (Facebook, Twitter, YouTube і тд)	Люди середнього віку більше часу проводять на роботі або вдома. Ця аудиторія більш традиційна у своїх звичках	Кількість глядачів, популярність соціальних медіа, реакція аудиторії. Кількість учасників, рейтинги та відгуки
Люди старшого віку (35-45). Бізнесмени, топ спеціалісти у своїх галузях. Сім'янини	Офлайн події. Лояльність клієнтів (маркетинг із уст в уста)	Старша аудиторія частіше схильна прислуховуватися чийсь рекомендаціям	Рейтинги та відгуки, лояльність клієнтів

Джерело: розроблено автором



Контент-план для кампанії в соціальних мережах може допомогти організувати та планувати контент, який буде розміщуватися на цих платформах.

Цілі в соціальних мережах під час розробки маркетингової кампанії:

- залучення уваги;
- підвищення свідомості;
- взаємодія з аудиторією;
- створення позитивного іміджу;
- моніторинг та аналітика.

Враховання цілей в соціальних мережах під час побудови маркетингової стратегії допоможе забезпечити ефективну присутність в цих мережах, залучити цільову аудиторію та досягти поставлених метрик ефективності (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

### Цілі в соціальних мережах для туру до Норвегії

Соціальна мережа	Мета	Теми публікацій	Формати публікацій
YouTube	Збільшити усвідомленість про екотуризм, реклама туристичної агенції	Вражаючі пейзажи Норвегії, цікаві факти про туризм в країні. Контент із «життя турагенції»	Преролл-реклама: короткі рекламні ролики, які відтворюються перед початком основного відео. Спливаюча реклама: рекламні банери або відеоролики, які з'являються у верхній частині вікна відтворення в момент перегляду вмісту.
Twitter	Залучення уваги цільової аудиторії до туру. Збільшення свідомості про тур та його особливості.	Вражаючі фотографії та відео пейзажів Норвегії. Культурні та історичні аспекти туру до Норвегії. Активний відпочинок та екскурсії в природних резерватах Норвегії.	Текстові твіти з використанням хештегів, що відображають тематику туру. Відеоролики з кадрами туру та свідченнями задоволених клієнтів. Карусельні публікації з декількома фотографіями різних аспектів туру.

## Продовження таблиці 2.8

Соціальна мережа	Мета	Теми публікацій	Формати публікацій
TikTok	Збільшити усвідомленість про екотуризм, реклама туристичної агенції	Відео із пейзажами Норвегії, цікаві факти про туризм в країні. Контент із «життя турагенції»	Короткі відео (15-60 секунд) з використанням різноманітних ефектів та фільтрів. Відео-огляди туру з використанням захоплюючих монтажних прийомів та музики. Відео-челенджі або трендові виклики, пов'язані з тематикою туру до Норвегії. Брендовані фільтри або ефекти, які дозволяють користувачам взаємодіяти з туроператором.
Facebook / Instagram	Залучення уваги цільової аудиторії до туру до Норвегії. Збільшення свідомості про тур та його особливості. Стимулювання дії, наприклад, реєстрація на тур або перехід на веб-сайт туроператора.	Вражаючі фотографії та відео пейзажів Норвегії. Культурні та історичні аспекти туру до Норвегії. Активний відпочинок та екскурсії в природних резерватах Норвегії. Комфорт та якість обслуговування під час туру.	Фотографії та зображення з привабливими туристичними видами. Відео-огляди туру з вражаючими краєвидами та дійовими особами. Карусельні публікації з декількома фотографіями, що розкривають різні аспекти туру. Рекламні пости з промо-акціями та спеціальними пропозиціями. Промо-відео з показом основних вигод туру та переваг його організатора.

Джерело: розроблено автором

У контент-плані важливо врахувати специфіку кожної соціальної мережі, її аудиторію та можливості розміщення рекламного контенту. Для вимірювання метрик ефективності кожної соціальної мережі рекомендується



використовувати вбудовані аналітичні інструменти платформи, які надають дані про перегляди, лайки, коментарі, кліки та інші показники (таблиця 2.9).

Таблиця 2.9

### Контент-план публікацій для туру до Норвегії

Тема / вид контенту	Соцмережа	Час виходу публікації							
		Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Нд	
Фото із неймовірними пейзажами Норвегії, цікаві дописи під постами, спеціальні пропозиції для бронювання туру до Норвегії	Instagram	12:00		10:00			14:00	18:00	16:00
Промо-пости з викликом на участь у конкурсі та можливістю виграти знижку на тур до Норвегії. Цікаві публікації про Норвегію	Facebook		10:00			13:00	16:00	20:00	18:00
Твіти зі свіжими новинами про тури до Норвегії. Запитання та відповіді про туристичні атракції у Норвегії. Твіти з фото природи Норвегії	Twitter		15:00			16:00		19:00	18:00
Відео з рекламою туру до Норвегії. Комічні відеоскетчі на різні теми.	TikTok	15:00	17:00	13:00	19:00	09:00	13:00	14:00	
Відео-ознайомлення із Норвегією та інший контент пов'язаний із екологічним туризмом.	YouTube					17:00			

Джерело: розроблено автором

Медіа-план рекламної кампанії включає в себе стратегію розміщення реклами на різних медіаносіях з метою досягнення цілей кампанії (таблиця 2.10). Основні етапи медіа-планування включають аналіз цільової аудиторії, вибір медіаносіїв, визначення розміщення та бюджету.

Основні етапи медіа-планування:

- аналіз цільової аудиторії;
- вибір медіаносіїв;
- визначення розміщення;
- визначення бюджету;
- метрики та оцінка ефективності.

Таблиця 2.10

### Медіа-план рекламної кампанії для туру до Норвегії

Медіаносій	Формат реклами	Час розміщення	Бюджет (у гривнях)	Метрики ефективності
Соціальні мережі	Рекламні пости	з 10:00 до 20:00	22 000	Перегляди, лайки, коментарі, конверсії
Друкована реклама	Буклети, банери	Банер - цілодобово Буклет	12 000	Кількість розданих буклетів, конверсія, відвідуваність веб-сторінок
Інтернет-реклама	Банерна реклама	з 09:00 до 22:00	20 000	Клікабельність, конверсії, ROI

Джерело: розроблено автором

Загальний бюджет рекламної кампанії для туру до Норвегії складає 51 000 грн на період двох місяців. Кожен канал реклами має вартість однієї послуги та плановану кількість послуг за місяць, що дозволяє розрахувати вартість для кожного каналу реклами (таблиця 2.11).

Показники ефективності можуть бути виміряні засобами аналітики соціальних мереж, даними служб телекомунікацій, опитуваннями аудиторії, аудиторськими дослідженнями та іншими джерелами.



Таблиця 2.11

## План-кошторис рекламної кампанії

Канали реклами	Ціна 1 шт Послуги у грн	К-ть за місяць	Всього
Соціальні мережі	250	44	22000
Друкована реклама	Банер – 4000 Буклет – 62,5	Банер: один на весь час маркетингової кампанії Буклети: 40	9000
Онлайн-реклама	280	35	20000

Джерело: розроблено автором

Відповідно до специфіки кожного носія комунікацій, показники можуть включати кількість переглядів, лайків, коментарів, показники взаємодії, кількість учасників, рейтинги, відгуки, охоплення, лояльність, повторність використання та інші метрики, відповідно до конкретних цілей та стратегій рекламної кампанії.

На ранніх етапах продукту реклама та PR-акції є важливими інструментами просування, які можуть бути поєднані з прямим маркетингом. На пізніших етапах, просування може бути спрямоване на залучення повторних клієнтів та поновлення продукту. Важливо пам'ятати, що просування туристичного продукту має бути частиною маркетингової стратегії, а не доповненням до неї. Крім того, якщо просування проводиться разом з рекламою відомого продукту, це може підвищити авторитет організації на ринку.

У стратегічному плані багато організацій (компаній, фірм) при розробці своїх планів беруть у розрахунок методи і прийоми, які використовують їхні конкуренти. При необхідності можливе змагання з конкурентами або використання інших методів просування.

При здійсненні тієї чи іншої програми просування туристичного продукту необхідно визначити точний час початку її реалізації і тривалість. Якщо програма не довготривала, то досягнути її ефективності досить

складно, і навпаки, якщо програма розрахована на досить тривалий період часу, то ступінь виливу її буде поступово зменшуватись і це може зашкодити іміджу організації [18].

Програми для просування туристичного продукту зазвичай розробляються у комплексі з іншими комунікаційними засобами, включаючи рекламну підтримку та запрошення торговельних представників. Якщо компанія вкладає значні кошти у такі програми, то важливо періодично оцінювати їх ефективність, проте не за обсягами продажів за короткий час.

Для оцінки ефективності просування туристичного продукту, проводять дослідження до і після маркетингової програми. Часто опитування проводять з клієнтів туристичних центрів, щоб вивчити їхнє ставлення до заходів з просування. Але не всі програми можуть бути оцінені таким чином.

Отже, заходи та інструменти просування екологічного туру Норвегією на ринку України можуть включати такі елементи, як рекламні кампанії в соціальних мережах, залучення відомих блогерів та відеоблогерів для популяризації туру, участь у виставках та конференціях з тематики туризму та екології, співпрацю з туристичними агентствами та партнерами в Україні та інші. Правильно спроектований та реалізований план просування може допомогти залучити більше туристів до екологічного туру Норвегією та сприяти збереженню довкілля в туристичних регіонах.

### **2.3. Економічне обґрунтування туру**

Економічне обґрунтування туру до Норвегії полягає у визначенні всіх витрат та потенційних доходів, що пов'язані з організацією туру. Розглянемо основні аспекти економічного обґрунтування туру:

- визначення вартості туру. Для цього потрібно врахувати всі витрати на переліт, проживання, харчування, транспортування, екскурсії та інші послуги, які надаються в рамках туру. Від цієї суми буде залежити розмір прибутку туроператора;



- розрахунок мінімального розміру групи. Необхідно визначити мінімальну кількість людей, яка потрібна для організації туру, щоб покрити всі витрати. Якщо кількість людей буде меншою, ніж мінімальна, то туроператор може не отримати прибуток;
- розрахунок потенційного прибутку. Це можна зробити, визначивши ціну туру та множину потенційних клієнтів. Чим більша кількість людей буде зацікавлена в турі, тим більшим буде прибуток;
- оцінка ризиків. При плануванні туру необхідно враховувати можливі ризики, такі як зміна курсу валют, політична нестабільність, погіршення кліматичних умов тощо;
- пошук спонсорів. Для зменшення витрат можна знайти спонсорів, які будуть фінансово підтримувати тур у обмін на рекламу свого бренду або продукту під час екскурсії. Наприклад бренд одягу і аксесуарів для активного відпочинку (у цьому турі не використовується).

SWOT-аналіз туру "Екологічний тур до краси Норвегії" допомагає виявити сильні і слабкі сторони туру, а також можливості та загрози, з якими він зіткнеться (таблиця 2.12).

Таблиця 2.12

### SWOT аналіз туру «Екологічний тур до краси Норвегії»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)	Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Унікальна екологічна привабливість країни	Висока вартість на послуги	Зростаючий попит на екологічні тури	Конкуренція з іншими екотурами
Можливість дослідження природних чудес Норвегії	Обмежений сезон для відвідування Норвегії для розробленого туру	Розширення промоційних каналів	Непередбачувана погода
Зручна інфраструктура для екотуризму	Обмежені можливості для людей з обмеженими фізичними можливостями	Розвиток партнерських зв'язків	Залежність від особливих побажань туриста

Продовження таблиці 2.12

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)	Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Професійні гідів знайомі з екологічною історією та природою Норвегії		Використання цифрових медіа для просування туру	

Джерело: розроблено автором

Додатково необхідно проаналізувати ринок туристичних послуг в Україні та в Норвегії, оцінити попит на подібний тур, конкурентоспроможність на ринку та можливість отримання прибутку від туру. Окрім того, важливо провести аналіз ризиків та можливих витрат на непередбачувані ситуації, які можуть виникнути під час туру. Всі ці фактори необхідно враховувати для того, щоб визначити рентабельність туру та розробити оптимальну стратегію його продажу на ринку України (таблиця 2.13).

Таблиця 2.13

### Калькуляція вартості туру «Екологічний тур до краси Норвегії»

№	Вид послуги	Назва	Вартість на одного туриста	
			₴	€
1	Консульські послуги	Консульський збір	1001.5	25
2	Послуги перевезення	Квиток на поїзд №67 Київ — Варшава, Варшава — Київ	2764.1	69
3	Послуги перевезення	Трансфер із залізничної станції Варшава-Центральна до Аеропорту імені Фридерика Шопена; із Аеропорту імені Фридерика Шопена до Варшава-Центральна	180.3	4.5
4	Послуги перевезення	Переліт Варшава – Осло, Тронгейм - Варшава	4526.8	113
5	Послуги перевезення/розміщення	Оренда автобудинку у компанії «Touring Cars»	17626.4	440
6	Супутні витрати пов'язані з перевезенням	Вартість пального на весь тур (орієнтовно), страхування авто	7411.1	185
7	Послуги розміщення	Кемпінг «Torpcamp Bogstad»	781.2	19.5
7.1		Кемпінг «Preikestolen camping AS»	721.1	18
7.2		Кемпінг «Røldal Hyttegrend Camping & Caravanning»	881.3	22



Продовження таблиці 2.13

№	Вид послуги	Назва	Вартість на одного туриста	
7.3		Кемпінг «Gudvangen Camping»	781.2	19.5
7.4		Кемпінг «Løstad»	921.4	23
8	Просування туру	Соціальні мережі	140.2	3.5
8.1		Рекламні матеріали (буклети, листівки, постери)	160.2	4
8.2		Контент-маркетинг	280.4	7
8.3		Відео-маркетинг	280.4	7
9	Страховання	Страховання	2503.8	62.5
10	Накладні витрати	10%	4096.1	102.25
11	Прибуток	10%	4505.6	112.47
12	Прибуток на додану вартість (ПДВ)	20%	4956.3	123.72
<b>Загальна вартість туру на 1 особу</b>			<b>54519.3</b>	<b>1360.94</b>
<b>Загальна вартість туру на 5 осіб</b>			<b>272596.3</b>	<b>6804.7</b>

Джерело: розроблено автором

Вартість туру «Екологічний тур до краси Норвегії» складає 54 519.3 грн на одного туриста при розрахунку офіційного курсу НБУ станом на 21.04.2023 (таблиця 2.14).

Таблиця 2.14

### Офіційний курс ₴ щодо €

Код літерний	Кількість одиниць валюти	Назва валюти	Офіційний курс
EUR	1	Євро	40,0664

Джерело: розроблено автором за матеріалами [19]

Сезонність найбільшого попиту на тур "Екологічний тур до краси Норвегії" визначається погодними умовами та природними особливостями Норвегії. Основний попит спостерігається протягом літніх місяців, зокрема з травня по вересень. У цей період Норвегія має більш теплу та приємну погоду, а також більше годин світла, що дозволяє насолоджуватися красою природи, активними відпочинком та заняттями на відкритому повітрі (таблиця 2.15).

За отриманими підрахунками, ціна для одного туриста складає 1360.94 євро, а реалізовано 65 туристам цей тур на рік. Таким чином, загальний обсяг доходу від туру складає:

1360.94 євро/турист \* 65 туристів/рік = 88460.1 євро/рік.

Таблиця 2.15

**Продуктова програма туру «Екологічний тур до краси Норвегії»**

	Місяці												Всього
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Кількість туристів	0	0	0	5	5	10	20	20	5	0	0	0	65

Джерело: розроблено автором

Прибуток від одного туриста складає 112.47 євро, що свідчить про високу рентабельність туру. За таких умов, реалізація туру до Норвегії є доцільною, оскільки прогнозований прибуток є достатньо високим, щоб покрити витрати на організацію туру та забезпечити певний рівень прибутку для компанії.

Зробити висновок про високу рентабельність туру можна, якщо враховуються такі фактори, як велика маржинальність, стабільний попит на екологічні тури, ефективне управління витратами та оптимізація процесів, задоволення потреб цільової аудиторії та забезпечення якісного обслуговування. Окрім цього, аналіз конкуренції та ринкової ситуації може підтвердити потенціал успіху туру.



## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Екологічний туризм є актуальним напрямом туристичної індустрії, який відповідає вимогам сучасного розвитку суспільства і зацікавленості людей у збереженні природних ресурсів та культурної спадщини. Екотуризм – це не тільки вид відпочинку, але й спосіб розвитку територій та підтримки місцевих громад.

2. Діагностика ринку екологічного туризму України показала, що країна має чудовий потенціал для розвитку екотуризму, але через повномасштабні військові дії, економічну нестабільність та екологічні проблеми, унеможлиблюється розвиток екотуризму територією України.

3. Норвегія має величезний ресурсний потенціал для розвитку екологічного туризму завдяки своїй природній красі, яка приваблює туристів з усього світу. Також Норвегія має розвинуту екологічну свідомість і культуру, якій сприяє місцевий уряд, що стимулює розвиток екотуризму. Разом з тим, Норвегія також має високі стандарти екологічної безпеки та стійкого розвитку, що забезпечує збереження дикої природи та унікальних екосистем.

4. Під час дослідження було розроблено маршрут та програму екологічного туру територією Норвегії. Були враховані основні екологічні аспекти та місцеві особливості країни, які можуть бути цікавими для туристів, що цінують екологічну чистоту та неповторність природних ландшафтів.

5. Для просування туру на ринку України були розглянуті різні заходи та інструменти, такі як рекламні кампанії у соціальних мережах, співпраця з туристичними агентствами та інші. Було враховано специфіку цільової аудиторії та її інтереси щодо екологічного туризму.

6. Економічне обґрунтування туру показало, що розроблений тур має потенційно високу прибутковість. Під час калькуляції враховувались витрати на всі види послуг, також маржа підприємства і податки.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Екотуризм у світі. URL: <https://we.org.ua/rizne/ekoturyzm-u-sviti/>  
(дата звернення: 20.01.2023).
2. Екотуризм. URL:  
<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC> (дата звернення: 20.01.2023).
3. Екологічний туризм: принципи, функції, завдання. URL:  
[https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/719441/mod\\_resource/content/1/zm1-lek-2.pdf](https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/719441/mod_resource/content/1/zm1-lek-2.pdf) (дата звернення: 20.01.2023).
4. Розвиток туристичного бізнесу регіону : навч. посіб. / за ред. І. М. Школи. – Чернівці : Книги–XXI, 2007. – 292 с.
5. Теоретичні основи визначення сутності екологічного туризму. URL:  
<https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/9577/1/Mishchenko.pdf> (дата звернення: 21.01.2023).
6. Черчик Л. М. Формування ринкових відносин у рекреаційному природокористуванні : монографія. – Луцьк : ЛДТУ, 2006. – 352 с.
7. Biosphere Reserves. The Seville Strategy and the Statutory Framework of the World Network : International Conference, Seville, Spain, 1995. URL:  
<http://www.mab.cas.cn/ryswqjh/swqhbq/201411/W020141113678526165131.pdf>
8. Ceballos-Lascurain H. Tourism, ecotourism, and protected areas: The state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development. 1996. URL: <https://portals.iucn.org/library/node/7006>
9. Червона книга України. URL: <https://redbook-ua.org/> (дата звернення: 25.01.2023).
10. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України. URL: <https://mepr.gov.ua/> (дата звернення: 25.01.2023).
11. Природно-заповідний фонд України. URL: <https://wownature.in.ua/>  
(дата звернення: 25.01.2023).



12. Норвегію визнали найбільш екологічно відповідальним туристичним напрямком. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/top-10-naybilsh-ekologichno-vidpovidalnih-turistichnih-napryamkiv-u-2022-roci-12041085.html> (дата звернення: 26.01.2023).

13. Природно-заповідний фонд Норвегії. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%BE-%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%B9\\_%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B4\\_%D0%9D%D0%BE%D1%80%D0%B2%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%BE-%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B4_%D0%9D%D0%BE%D1%80%D0%B2%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97) (дата звернення: 26.01.2023).

14. Національні парки Норвегії. URL: <https://publish.com.ua/podorozhi/natsionalni-parki-norvegiji.html> (дата звернення: 26.01.2023).

15. ТОП - 10 місць Норвегії - Туроператор Nordic Travel. Туроператор Nordic Travel. URL: <https://nordictravel.ua/ua/vdohnovlenie/norvegija/top-10-mest-norvegii> (дата звернення: 21.04.2023).

16. Норвегія – Google My Maps. Google My Maps. URL: <https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1YARTPqR247vhap1VbhKBj0USYKkAaw&ll=61.287013765252524,8.450863700000003&z=6> (дата звернення: 21.04.2023).

17. Bevor Sie zu Google Maps weitergehen. Google Developers Blog: Transitioning Google URL Shortener to Firebase Dynamic Links. URL: <https://goo.gl/maps/RAhKCKKJkvjNcRvy5> (дата звернення: 21.04.2023).

18. Формування туристичного продукту та його просування на ринку. URL: <https://buklib.net/books/31461/> (дата звернення: 20.04.2023).

19. Джерело: Офіційний курс гривні щодо іноземних валют. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerates> (дата звернення: 21.04.2023).

20. Туризм у Норвегії – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Туризм\\_у\\_Норвегії](https://uk.wikipedia.org/wiki/Туризм_у_Норвегії) (дата звернення: 25.04.2023).
21. The International Ecotourism Society. The International Ecotourism Society. URL: <https://ecotourism.org/> (дата звернення: 25.04.2023).
22. UNWTO | World Tourism Organization a UN Specialized Agency. UNWTO | World Tourism Organization a UN Specialized Agency. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 25.04.2023).
23. ShieldSquare Captcha. ShieldSquare Captcha. URL: <https://www.globaldata.com/> (дата звернення: 25.04.2023).
24. Екотуризм – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Екотуризм> (дата звернення: 25.04.2023).
25. Маркетингові стратегії туристичних підприємств. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/myronov17.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/myronov17.htm) (дата звернення: 25.04.2023).
26. Шикіна О.В., Олійник В.В. Сучасний стан і перспективи розвитку подієвого туризму на території України. Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. 2016. No 12. С. 432–433.
27. Топорницька М. Місце фестивального туризму класифікаційній схемі масових видів туризму. Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. 2012. Вип. 29(2). С. 246–253.
28. Молодецький А., Пташнік А. Значення фестивального туризму у розвитку міст та регіонів. Історія української географії. 2012. С.113–118.
29. Бейдик О.О., Гончарук А.О. Розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фестивального туризму). Географія та туризм. 2010. С. 45–49.
30. Campervan Hire Norway - RV Rental With Free Miles. RV Rent A Camper Van. URL: <https://www.rvrentacampervan.com/motorhome-hire/norway/> (дата звернення: 25.04.2023).



31. Camping.no - Camping site: Topcamp Rustberg. Camping.no - Velkommen. URL: <https://camping.no/en/campingplasser/410542> (дата звернення: 25.04.2023).

32. Camping.no - Camping site: Preikestolen Camping. Camping.no - Velkommen. URL: <https://camping.no/en/campingplasser/239421> (дата звернення: 25.04.2023).

33. Camping.no - Camping site: Røldal Hyttegrend og Camping. Camping.no - Velkommen. URL: <https://camping.no/en/campingplasser/1406867> (дата звернення: 25.04.2023).

34. Camping.no - Camping site: Gudvangen Camping. Camping.no - Velkommen. URL: <https://camping.no/en/campingplasser/2097092> (дата звернення: 25.04.2023).

35. Camping.no - Camping site: Geiranger Camping. Camping.no - Velkommen. URL: <https://camping.no/en/campingplasser/142345> (дата звернення: 25.04.2023).

## ДОДАТКИ

## Додаток А

**Будинок на колесах для пересування і проживання туристів передбачений програмою туру «Екологічний тур до краси Норвегії»**



**LARGE | 5**

23990,32 NOK (27108,32 NOK)

2202,90 EUR - 2371,52 USD - 1949,86 GBP



Місткість:	1-5
Трансфер від до аеропорту:	Включено
Категорія прав:	B (до 3500 kg)
Клас:	Альків
Пробіг:	Без обмежень
Цілодобова підтримка:	Включено 24/7

Джерело: [30]



**Екологічно чисті кемпінги для ночівель та відпочинку туристів  
передбачених програмою туру «Екологічний тур до краси Норвегії»**

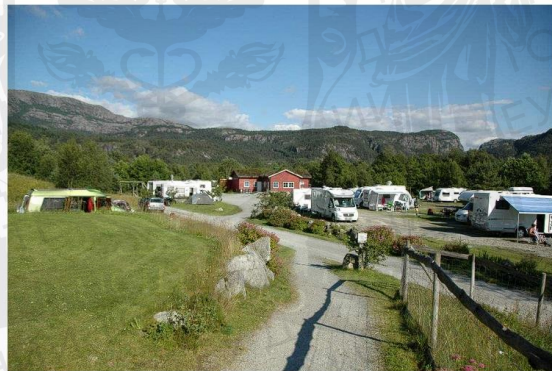
Topcamp Rustberg



Джерело: [31]



Preikestolen Camping



Джерело: [32]

Røldal Hyttegrend og Camping



Джерело: [33]



### Gudvangen Camping



Джерело: [34]

### Geiranger Camping



Джерело: [35]