

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

**Розроблення екологічного туру територією Швейцарії та
організація його ефективної реалізації на ринку України**

Студентки 4 курсу, 21 групи,
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми
«Міжнародний туризм»

підпис студента

Доломанської
Анни
Геннадіївни

Науковий керівник
к.держ.упр., доцент

підпис керівника

Кравцов Сергій
Станіславович

Гарант освітньої програми
к.держ.упр., доцент

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

Т.І. Ткаченко

« » _____ 2022 р.

Завдання
на випускн кваліфікаційну роботу студентці

Доломанській Анні Геннадіївні

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення екологічного туру територією Швейцарії та організація його ефективної реалізації на ринку України»

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

2. Термін здачі студентом закінченої роботи: 02 червня 2023 року

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: дослідження теоретичних засад і розроблення практичних рекомендації щодо формування екологічного туру територією Швейцарії та організація його ефективної реалізації на ринку України

Об'єкт дослідження: процес розроблення та ефективної реалізації екологічного туру

Предмет дослідження: теоретичні, методологічні та практичні аспекти розроблення та ефективної реалізації екологічного туру територією Швейцарії

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ

1.1. Діагностика ринку екологічного туризму

1.2. Ресурсний потенціал Швейцарії для розвитку екологічного туризму

1.3. Розроблення екологічного туру територією Швейцарії

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ШВЕЙЦАРІЇ НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. Продуктова програма

2.2. Цінова стратегія

2.3. План маркетингових комунікацій

2.4. Економічне обґрунтування туру

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання випускної кваліфікаційної 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	28.01.2022
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	Згідно з розкладом

6. Дата видачі завдання: 2 грудня 2022 р..

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ С.С. Кравцов

8. Гарант освітньої програми _____ С.С. Кравцов

9. Завдання прийняла до виконання студентка _____ А.Г. Долманська

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Долманська Анна Геннадіївна виконала випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно із затвердженим календарним планом. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає встановленим вимогам.

У випускній кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-прикладні засади формування туристичного продукту екологічного туризму, оцінено ресурсний потенціал регіону Швейцарії для розвитку екологічного туризму.

На основі отриманих результатів розроблені маршрут та програма екологічного туру, аргументовано заходи та інструменти просування розробленого на ринку України та здійснене економічне обґрунтування реалізації туру.

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 передавання до репозитарію Державного торговельно-економічного університету.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ С.С. Кравцов
(підпис, дата)

Робота пройшла попередній захист _____ С.С. Кравцов

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студентки Анни Долманської може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії

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

Завідувач кафедри _____ Т.І. Ткаченко
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2023р

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ.....	9
1.1. Діагностика ринку екологічного туризму.....	9
1.2. Ресурсний потенціал Швейцарії для розвитку екологічного туризму.....	12
1.3. Розроблення екологічного туру територією Швейцарії.....	18
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ШВЕЙЦАРІЇ НА РИНКУ УКРАЇНИ.....	22
2.1. Продуктова програма.....	22
2.2. Цінова стратегія.....	27
2.3. План маркетингових комунікацій.....	29
2.4. Економічне обґрунтування туру.....	35
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42
ДОДАТКИ.....	46

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що екологія, екологічний спосіб життя, екологічний туризм стає все дедалі популярніший на теренах розвинених країн та країнах, що розвиваються. Люди починають відповідально ставитись до ресурсів, що дала нам природа, починають цінувати та оберігати. Все більше молодих людей намагаються вести сталий спосіб життя, щоб зберегти довкілля для майбутніх поколінь. Рівень екологічного усвідомлення та культури суспільства підвищується.

Враховуючи дані обставини, закономірним є і розвиток екологічного туризму. Якщо для свідомої молодої людини вибір постає між звичайним пізнавальним туризмом в туристичні місця, мас-маркетовими турами, пляжним відпочинком, екскурсійним туризмом, та екологічним туризмом, який передбачає захист біорізноманіття, охорону культурної спадщини, покращення якості життя місцевого населення та зміцнення регіональної економіки, турист з більшою вірогідністю обере другий варіант.

Швейцарія є світовим лідером у плані екологічності, збереження природних ресурсів та екологічного туризму, тому організація екологічного туру саме в цій країні є цілком закономірним. Більш того, на сьогоднішній день в Україні немає компаній які спеціалізувалися б виключно на даному виді туризму, тому дана тема є більш ніж актуальною.

Мета роботи: дослідження теоретичних засад і розроблення практичних рекомендації щодо формування екологічного туру територією Швейцарії та організація його ефективною реалізації на ринку України.

Об'єкт дослідження: процес розроблення та ефективною реалізації екологічного туру.

Предмет дослідження: теоретичні, методологічні та практичні аспекти розроблення та ефективною реалізації екологічного туру територією Швейцарії.

Завдання дослідження:

- провести діагностику ринку екологічного туризму;
- дослідити ресурсний потенціал Швейцарії для розвитку

екологічного туризму;

- розробити екологічний тур територією Швейцарії;
- розробити продуктову програму;
- розробити цінову стратегію;
- провести економічне обґрунтування туру;
- розробити план маркетингових комунікацій;
- провести економічне обґрунтування туру.

Методи, які були використані під час дослідження: методи узагальнення, теоретичного аналізу літературних джерел, порівняння, економічного аналізу, статистичних досліджень, розрахунку, графічного моделювання.

Структура роботи:

- кількість сторінок – 41;
- кількість таблиць - 14;
- кількість рисунків - 4;
- кількість використаних джерел - 34;
- кількість додатків - 6.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ

1.1. Діагностика ринку екологічного туризму

Перш за все, для діагностики ринку екологічного туризму потрібно визначити поняття екологічного туризму. Після проведеного дослідження україномовних, англomовних та німецькомовних ресурсів, варто зазначити, що внаслідок понятійної плутанини цей термін трактується різними групами споживачів по-різному. Проте беручи до уваги що дана робота стосується безпосередньо Швейцарії, закономірним буде орієнтуватися на англomовні та німецькомовні джерела. У німецькомовних країнах терміни "екологічний туризм" та "зелений туризм" використовують рідко. Більш розповсюджені терміни "м'який туризм" чи "екологічно та соціально відповідальний туризм" [1].

Однак для кращого розуміння даного виду туризму, розглянемо які три найбільш важливі детермінанти екологічного туризму виділяють українські науковці:

- 1) екотуризм – це форма активного і детального огляду територій з унікальними природними, ландшафтними та культурними цінностями;
- 2) екотуризм робить вагомий внесок в охорону природної та культурної спадщини, зміцнюючи місцеву ідентичність і екологічну освіту;
- 3) екотуризм – це елемент сталого розвитку регіону, який приносить реальну економічну вигоду місцевим громадам (зелені робочі місця) і поліпшує якість життя [8].

Якщо ж орієнтуватися на західні джерела, то поняття екотуризму спочатку прийшло з Великобританії. Концепція виникла там у 1980-х роках. Відповідно до The International Ecotourism Society (TIES), екотуризм — це відповідальна подорож до природних зон, яка захищає природу та сприяє добробуту

місцевого населення [5].

За даними Федерального агентства охорони природи (BfN), сьогоdnішній екотуризм означає екологічні та відповідальні подорожі. Форма туризму відноситься виключно до природних місць відпочинку. Таким чином, екотуристичні подорожі не відбуваються в містах чи культурних пам'ятках: їх метою є природні та недоторкані ландшафти, наприклад, національні парки та заповідники [7].

Основним ресурсом екотуризму виступають території, що охороняються – заповідники, національні та природні парки, унікальні та типові ландшафти.

Також варто зазначити, які види екотуризму існують сьогодні.

Екологічний туризм включає види туризму, орієнтовані на збереження природного довкілля, зокрема заповідних ландшафтів, спілкування з місцевим населенням та органами самоврядування, поліпшення фінансово-економічного благополуччя регіонів [8].

Нині існують п'ять найпоширеніших видів екотуризму й екотурів як у світі, так і в Україні (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Найпоширеніші види екотуризму та екотурів в Україні та світі

Вид екотуризму	Що в себе включає
Науковий	з освітньою метою, участь у дослідженнях природи, польові спостереження
Активний	піші походи, велопогулянки, альпінізм
Історичний	ознайомлення з етносами та їх культурою, пов'язані з пізнанням навколишньої природи (переважають на території заповідників та національних парків)
Подорож до природних резервів	відвідування парків, заповідників
Агротуризм	орієнтований на засоби для збереження землі

Джерело: складено автором за даними [1,3]

Вирішальне значення для екотуризму має вплив подорожі. Туризм має

бути максимально екологічним і соціально прийнятним. Це означає мінімальні негативні наслідки для природи та місцевого населення. Дохід від поїздки має йти не міжнародним туристичним компаніям, а мешканцям курортного регіону. Таким чином туризм може стати надійним джерелом доходу, наприклад, для країн, що розвиваються.

Проте інколи природні мальовничі місця можна захистити лише не перевантажуючи їх туристами та не завдаючи шкоди туризмом. Оскільки зі зростанням попиту на подорожі до нових локацій відпочинку неминуче зростає втручання в раніше незаймані екосистеми. Це не тільки завдає шкоди біорізноманіттю, але й збільшує навантаження на корінне населення, яке століттями жило в гармонії з природою.

Розвиток екологічного туризму в тенденцію масових подорожей може зробити протилежне тому, що насправді означає цей вид подорожей. Тому дбайливе та свідоме ставлення до природи лежить в основі екотуризму.

Розвиток сталих форм туризму має велике значення для охорони навколишнього середовища. Вони спрямовані на мінімізацію негативних наслідків туризму та максимізацію позитивних.

Екотуризм – це одна з концепцій подорожей, яка спрямована на забезпечення екологічно чистих подорожей.

Згідно з VfN (Bundesamt für Naturschutz), цілі екотуризму включають:

- захист біорізноманіття та охорона культурної спадщини;
- забезпечення задоволеності відвідувачів та покращення якості життя місцевого населення;
- зміцнення регіональної економіки;
- культурний обмін між туристами та місцевими жителями;
- баланс між охороною природи і туризмом [7].

Екологічний туризм має велику кількість переваг та певну кількість недоліків, розглянемо переваги:

- охорона навколишнього середовища;
- зміцнення місцевої індустрії туризму та стимуляція місцевої

економіки;

- зростання почуття відповідальності перед природою та навколишнім середовищем, а також підвищення розуміння інших культур;
- сприяння міжкультурному обміну та повазі.

До недоліків екологічного туризму можна віднести:

- зростання попиту в районах екотуризму;
- шлях до місця призначення. Викиди CO₂ від літаків, автомобілів автобусів руйнують всю концепцію екотуризму. (Це протиріччя особливо помітно в таких напрямках, як Таїланд, Коста-Ріка чи Майорка, які є одними з найпопулярніших напрямків подорожі для екологічних туристів.);
- цінова політика. Як і у випадку з органічною їжею чи екологічною електроенергією, екотуризм не є доступним кожному.

Проте, навіть якщо в концепції екологічного туризму є слабкі сторони, наразі це ефективна альтернатива звичайному туризму з дуже високим майбутнім потенціалом.

1.2. Ресурсний потенціал Швейцарії для розвитку екологічного туризму

Швейцарія має надзвичайно різноманітні ландшафти і середовища існування, починаючи від Центрального плато і закінчуючи високими вершинами Альп, багаті природні екосистеми, такі як Альпи, водно-болотні угіддя та ліси. Швейцарія хоч і відносно невелика країна, але в ній розташовано не менше 12 об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Приблизно 31% площі країни вкрито лісом. Починаючи з 20-го століття загальна площа країни, вкрита лісами, тільки зростає. Це пов'язано з заборонаю вирубки на території всієї країни та внутрішньою політикою, яка зосереджена на подальшому озелененні країни. У швейцарських лісах мешкає понад 30 000 різних видів тварин, росте більше 50 видів дерев, великий різновид рослин і грибів.

Швейцарські природні ресурси дозволяють здійснити більше ніж 1043 різноманітних хайків з різними ландшафтами (рис. 1.1.).

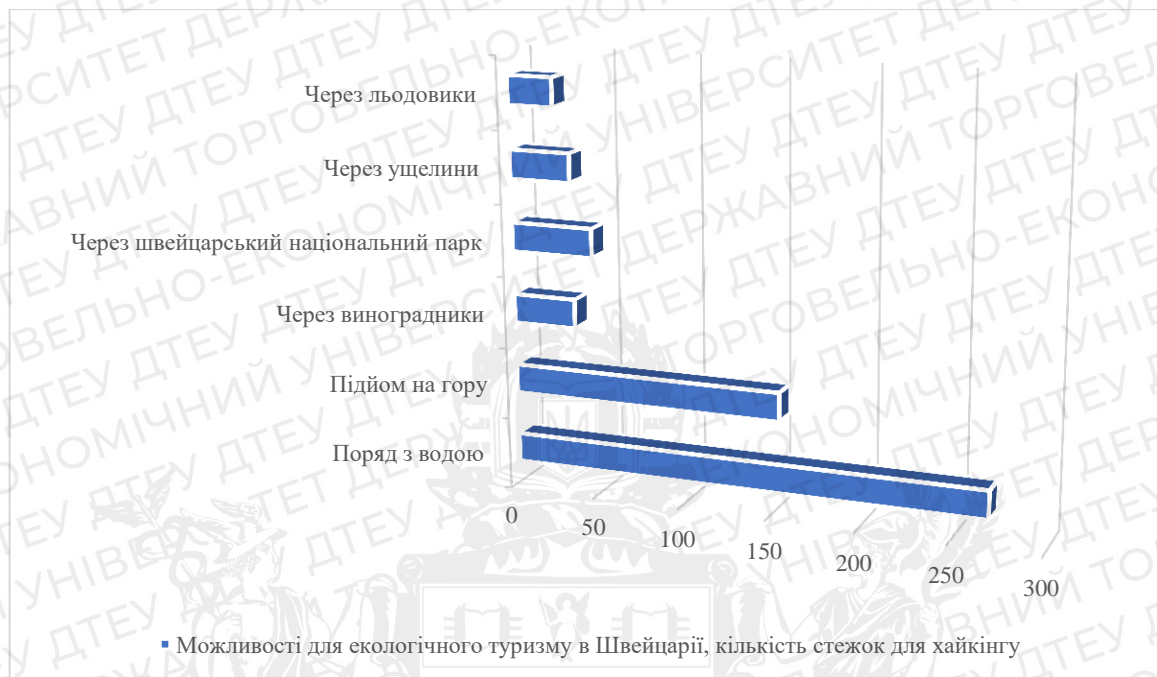


Рис. 1.1. Аналіз можливостей для хайкінгу в Швейцарії

Джерело: Складено автором за даними [10; 17]

Піднятися на вершину, прогулятися альпійськими луками, дослідити ліс, насолодитися виноградниками, озерами, річками – все можливо. Завдяки понад 65 000 кілометрам маркованих стежок. Практично кожен куточок Швейцарії готовий бути досліджений туристами. Більш того, у Швейцарії є 20 000 розмічених велосипедних і гірських доріжок, що тільки збільшує потенціал країни для поціновувачів активного екотуризму.

У Федеральному переліку ландшафтів і природних пам'яток національного значення (ILNM) внесено 162 об'єкти. Вони займають 19% території країни. Охоронювані території національного значення займають близько 23% території Швейцарії [18]. Додаткову інформацію та карту національних парків можна знайти в додатку Д.

В Швейцарії є безліч дестинацій, які відповідають потребам екологічного туризму – парки, озера, ліси, гори, водоспади, віддалені поселення, заповідники (табл.1.2).

Таблиця 1.2

Ресурси для розвитку екологічного туризму Швейцарією

Дестинація	Об'єкт показу	Короткий опис	Джерело інформації
Зернез, Енгадін	Найстаріший національний парк в Альпах.	Усі пішохідні стежки національного парку Швейцарії зближують з природою. Національний парк, заснований ще в 1914 році, є раєм для туристів із 80 км позначених пішохідних стежок.	[10]
Бернський Оберланд	Серце пішохідного маршруту Віа Альпіна.	Є однією з найстаріших та класичних швейцарських пішохідних стежок на великі відстані. Найвизначнішими місцями є перевал Хохтюрлі, затишний Блюмлісальфютте та ідилічне озеро Ешінен.	[10]
Великий Каньйон Швейцарії	Кре дю Ван, Юрта та Три озера	У Кре дю Ван знаходиться природний амфітеатр розміром 1 км. Піднявшись рівно на 725 метрів, можна стояти над цією вражаючою скельною ареною. Також на скелях заввишки 160 метрів проживають гірські антилопи.	[10]
Центральна Швейцарія	Озеро Люцерн (Фірвальдштетське озеро)	Мальничне озеро оточене вражаючими горами. Околиці Фірвальдштетського озера — колиска Швейцарії. Тут розміщуються три перші кантони Швейцарії — Урі, Швіц й Унтервальден.	[10]
Лаво, регіон Женевського озера	Виноградники найбільшого виноробного району	Лаво є найбільшим суміжним виноробним регіоном у Швейцарії та є об'єктом Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.	[10]
Тічино	Хребет Монте Тамаро – Монте Лема	Прогулянка хребтом від Монте-Лема до Монте-Тамаро є класичною серед високогірних походів. Панорамні краєвиди простягаються з регіону Левентіна на навколишні долини та вгору до Альп Вале на заході та Альп Граубюнден на сході.	[10]
Долина Лаутербруннен	Водоспад Штауббах	Водоспад Штауббах висотою майже 300 метрів є одним із найвищих водоспадів у Швейцарії; впадає в річку Лютшине. Це надзвичайно приголомшливий водоспад, розташований над селом Лаутербруннен у Бернських горах. Водоспад Штауббах — один із 72 водоспадів у долині Лаутербруннен, і він вартий того, щоб пройти крутою короткою стежкою, щоб побачити вражаючий краєвид за водоспадом.	[11]

Дестинація	Об'єкт показу	Короткий опис	Джерело інформації
Валь Бавона (біля Локарно)	Водоспад Форогліо	Водоспад Форогліо — це дивовижний водоспад, що падає з скелі заввишки 80 метрів у долину Валь-Кальнегія, до якої можна дістатися з містечка Фороліо, розташованого в регіоні Тічино в Швейцарії. Стежка веде через альпійські луки на висоті понад 2000 метрів.	[11]
Шаффгаузен	Рейнський водоспад	Водоспад Рейну є найбільшим у Європі та знаходиться в 45 хвилинах на північ від Цюріха біля міста Шаффгаузен. По обидва боки водоспаду, а також на скелі, що стоїть високо посеред водоспаду, є кілька оглядових майданчиків. Є можливість взяти човен, який перевезе на інший берег, щоб зробити круговий маршрут навколо водоспаду.	[11]
Гріндельвальд, Бернські Альпи	Гріндельвальдські льодовики	Два льодовика Гріндельвальда, льодовик Верхній Гріндельвальд і льодовик Нижній Гріндельвальд з язиками приблизно на 1400 метрів над рівнем моря є двома найнижчими льодовиками в Альпах. Нижній Гріндельвальдський льодовик має довжину близько 6 км і займає площу майже 10 км ² . Верхній льодовик Гріндельвальд живиться зі снігового поля між Шрекхорном і Веттерхорном.	[12]

Джерело: складено автором за даними [10 – 12]

Аналізуючи вище наведені дані, зрозуміло, що Швейцарія володіє неабияким потенціалом для екологічного туризму. В країні це розуміють, та роблять все можливе для розвитку цього потенціалу та збереження й примноження ресурсів країни. Як приклад, парки є винятковими місцями, де місцеві жителі віддано зберігають свої чудові ландшафти, живі традиції та стійку регіональну економіку.

Доцільним буде розглянути ситуацію на українському ринку екологічного туризму, щоб визначити чи популярний даний вид туризму серед українців. Завдяки гарному географічному положенню, Україна багата на різноманітні природні та рекреаційні ресурси, які активно використовуються в розвитку екологічного туризму. [21] (рис. 1.2).

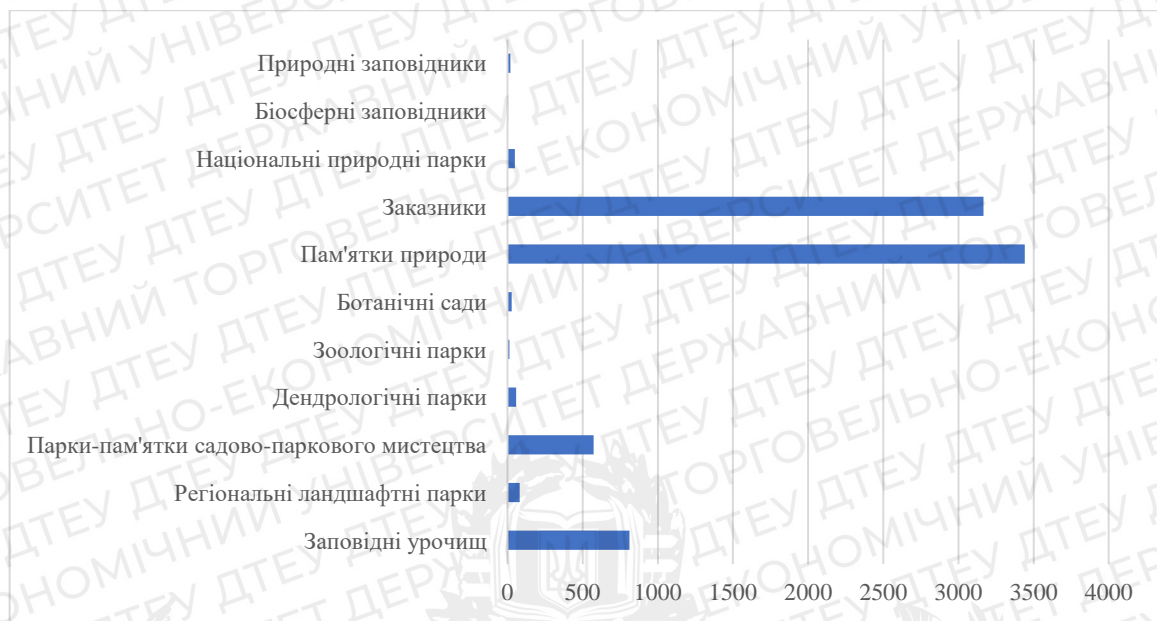


Рис. 1.2. Природні та рекреаційні ресурси в Україні

Джерело: Складено автором за даними [21]

Український туристичний ринок пропонує велику кількість екологічних турів. Під час дослідження було виявлено 17 турагенцій, що пропонують екологічні тури вихідного дня, або тижневі тури. Існує певна кількість туроператорів, що пропонують автобусні тури Швейцарією. Але вони зосереджені на культурно-пізнавальному виді туризму, та включають відвідування й сусідніх країн (табл.1.3).

Таблиця 1.3

Пропозиція турів в Швейцарію від українських туроператорів

Туроператор	Маршрут	Короткий опис	Ціновий діапазон, грн
«Адріатік Тревел»	Київ - Львів, Стрий – Мукачево – Ужгород – Ньїредьгаза – Будапешт – район Відня – район Лінца – Зальцбург	7-ми денний автобусний тур. Проїзд автобусом єврокласу Супровід керівником групи Проживання по маршруту: готель 3* Харчування - сніданки Оглядові екскурсії по Відню, Люцерну і Цюриху Екскурсія у Львові - «Вулицями старого міста»	11288 грн

Туроператор	Маршрут	Короткий опис	Ціновий діапазон, грн
«Tangotravel»	Венеція – Цюрих – Зальцбург	Величні Альпи, поміж якими сусідять ці країни, - мрія багатьох мандрівників, незалежно від віку і пори року. Прогуляйся рідним містом Моцарта - Зальцбургом, насолодися мальовничими пейзажами альпійських озер у Гальштаті, Цюриху, відчуй смак життя і вкотре закохайся у романтичній Венеції!	280 €
«Феєрія мандрів»	Мукачево - Будапешт (лазні Сечені) - Відень - Мюнхен - Цюрих (Рейнський водоспад - Шаффхаузен - Штайн ам Райн) - Базель - Берн - Женева - Швейцарська Рив'єра - Лозанна - Шильонський замок - Інтерлакен - Рейхенбахський водоспад - гора Пілатус - Люцерн - перевал Сен Готард - Беллінцона - перевал Сан Бернардіно - Вадуц, Ліхтенштейн - Інсбрук - Зальцбург - Мішкольц-Тапольца - Мукачево	14-ти денний автобусний тур На вас чекає знайомство з Цюрихом, Женевою, Базелем, Берном. Найбільший водоспад у Європі, князівство Ліхтенштейн, Шильонський замок. Найцікавіші пам'ятки країни, казкові пейзажі, мальовничі долини та перевали, знамениті міста та колоритні гірські села, водоспади, дегустації, прогулянки - насолоджуйтесь красою природи, відкривайте для себе чарівні міста Швейцарії, Австрії та Німеччини!	Від 1199 €
«Accordtour»	Львів - Мукачево - Будапешт - Мюнхен - Цюрих - Люцерн - Женева - Берн - Нойшвайнштайн - Егер - Мукачево - Львів	7-ми денний автобусний тур автобусний тур, 5 екскурсій у вартості туру Мюнхен, Цюрих, Берн, Фюссен, Будапешт	346 €
«Accordtour»	Львів - Краків - Прага - Нойшванштайн - Цюрих - Люцерн - Берн - Женева - Інтерлакен - Зальцбург - Зальцкаммергут - Брно - Львів	8-ми денний автобусний тур, 7 екскурсій вже у вартості туру, без нічних переїздів. Цюрих, Берн, Прага, Зальцбург, Краків, Брно Прогулянка долиною Ношванштайн	383 €

Джерело: складено автором за даними [9, 22, 23]

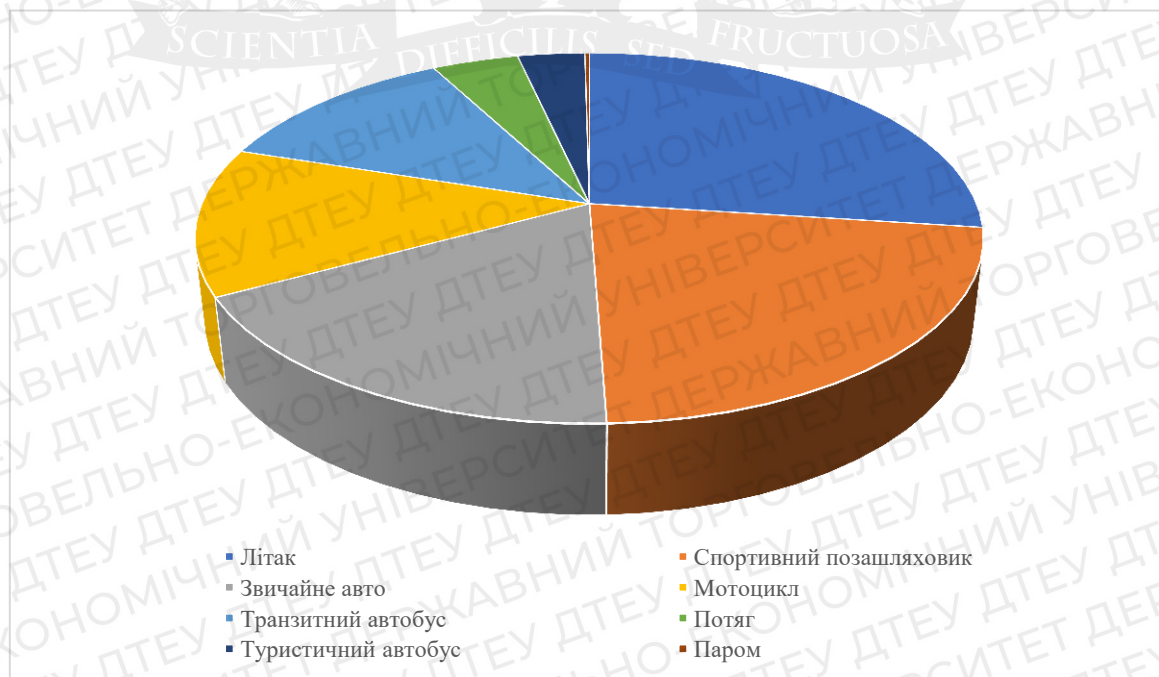
Можна зробити висновок, що цей екологічний вид туризму користується попитом в українського туриста, адже існує порівняно велика кількість локальних пропозицій, проте наразі не було виявлено туроператорів, які спеціалізувалися б на екологічних турах Швейцарією, тому ця ніша наразі вільна.

1.3. Розроблення екологічного туру територією Швейцарії

Безперечно, що сьогодні туризм значною мірою сприяє зміні клімату.

На туризм припадає приблизно 8% світових викидів вуглецю. Із зростанням кількості людей, які можуть дозволити собі подорожувати, зростає й екологічний слід туризму.

Між 2005 і 2016 роками викиди, пов'язані з туризмом, зросли більш ніж на 60%. В останні роки кількість людей, які подорожують за кордон, різко зросла, оскільки авіаквитки стали доступнішими. Особливо викиди парникових



газів, спричинені повітряним рухом. (рис. 1.3.).

Рис. 1.3. Викиди вуглецю за видами транспорту

Джерело: складено автором за даними [20]

У середньому літаки та автомобілі виробляють найбільше CO₂ на пасажиро-км, а туристичні автобуси, пороми та поїзди значно менше.

Потрібно зазначити що Швейцарія є світовим лідером у сфері сталого розвитку, і основною причиною є саме Швейцарська туристична система. Швейцарія має найефективнішу у світі систему громадського транспорту - повністю інтегровану систему повітряного транспорту, поїздів і автобусів, яка живиться переважно від чистих джерел гідроелектроенергії. Країна є активним прихильником громадського транспорту не лише тому, що він швидкий і надійний, але й для мінімізації негативного впливу в альпійських районах.

Для прикладу, подорож потягом у Швейцарії генерує в 20 разів менше CO₂, ніж подорож автомобілем за аналогічним маршрутом. А завдяки екологічно чистим транспортним рішенням Швейцарські федеральні залізниці (нім. Schweizerische Bundesbahnen, SBB) та її прагненню перевести основні потоки туристів на залізницю, Швейцарія заощаджує п'ять мільйонів тонн викидів CO₂ на рік, що еквівалентно 10% загальних викидів країни.

Враховуючи до уваги цей фактор та західноєвропейське розуміння екологічного туризму, яке ми детально розглянули в 1.1., закономірним буде мінімізація використання автомобіля під час туру. Проте для того щоб дістатись власне Швейцарії, задля економії часу, буде двічі використаний авіатранспорт.

Маршрут туру комбінований: Київ – Варшава – Цюрих – Аппенцель – Рігі – Озеро Люцерн – Кляйне Шайдегг – Гріндельвальд – Бріензер Роторн – Лаутербруннен – Райншлухт – Швейцарський національний парк – Цюрих – Варшава – Київ . Загальна протяжність маршруту Швейцарією складає 1016 км

Детальний маршрут туру наведений в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Маршрут екологічного туру територією Швейцарії

Країна/місто	Час, год/хв	Відстань, км	Транспортний засіб
Київ Пасажирський – Варшава Східна	15 год 46 хв	817	Потяг

Продовження табл. 1.4

Країна/місто	Час, год/хв	Відстань, км	Транспортний засіб
Варшава Східна – Варшава-Шопен	30 хв	7	Потяг
Варшава-Шопен – Цюрих	2 год	1330	Літак
Цюрих - Аппенцель	1 год 48 хв	95	Потяг
Аппенцель - Цюрих	2 год	97	Потяг
Аппенцель - Цюрих	2 год	97	Потяг
Цюрих – Люцерн (гора Рігі)	1 год 58 хв	60	Потяг
Гора Рігі - Озеро Люцерн	1 год	17	Потяг
Озеро Люцерн - Кляйне Шайдегг	4 год 20 хв	129	Потяг
Кляйне Шайдегг - Гріндельвальд	34 хв	10	Потяг
Гріндельвальд - Бріензер Роторн	1 год 25 хв	46	Автобус
Бріензер Роторн – Лаутербруннен	1 год	39	Автобус
Лаутербруннен - Філмс, Райншлухт	4 год 30 хв	241	Потяг
Філмс, Райншлухт - Швейцарський національний парк	2 год 50 хв	108	Потяг
Швейцарський національний парк – Цюрих	3 год	174	Потяг
Цюрих – Варшава- Шопен	1 год 55 хв	1330	Літак
Варшава-Шопен – Варшава Східна	30 хв	7	Потяг
Варшава Східна – Київ Пасажирський	17 год 22 хв	816	Потяг

Джерело: складено автором

Аналізуючи таблицю, можна побачити що в даному турі не буде постійного місця проживання туристів, не будуть здійснюватися зупинки під час шляху з однієї точки в іншу, адже дистанції між місцями відвідування доволі короткі та потяги швейцарської залізниці обладнані за найвищими стандартами.

Даний тур відноситься до категорії персональних, туристи будуть супроводжуватись гідом, тому їм не потрібно буде планувати та думати як

дістатись з одного місця в інше, достатньо буде лише дотримуватись рекомендацій гідів та насолоджуватись туром.

Оптимальний сезон та дати для організації екологічно туру – пізня весна, з 15 по 25 травня, оскільки весняні місяці приносять альпійське цвітіння, квітучі дерева та звуки дзвіночків на шийі корів, які виходять на пасовище.

Програма туру з обґрунтуванням – місця зупинки на ночівлю, хайків, відвідування оглядових майданчиків тощо, розміщена в додатку Б. Програма екологічного туру поєднує в собі не лише відвідування природних об'єктів, таких як озера, водоспад, ліси, парк, річки, гори але і ознайомлення з місцевою культурою, активний відпочинок. Загалом, програма туру насичена, зосереджена на відновленні зв'язку між туристом і природою. Технологічні документи туру представлені у додатках В та Г. Харчування туристів одноразове: сніданки в готелі. Обіди та вечері здійснюватимуться окремо в обраних туристами місцях.

РОЗДІЛ 2

ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ШВЕЙЦАРІЇ НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. Продуктова програма

Екологічний тур Швейцарією дозволить туристам відпочити від шуму великих міст, залишитись на одинці з власними думками та природою.

Детальна продуктова програма екологічного туру Швейцарією наведена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Продуктова програма екологічного туру Швейцарією

Час	Зміст програмних заходів
14.05.2023 День 1	
18:00-19:00	Збір групи на залізничному вокзалі Київ-Пасажирський та виїзд до м. Варшава.
19:26-10:12	Потяг з м. Київ до м. Варшава.
15.05.2023 День 2	
10:30-11:20	Швидкий сніданок на Центральному залізничному вокзалі в Варшаві.
11:30-12:20	Переїзд із залізничного вокзалу до аеропорту імені Фридерика Шопена.
14:35-16:35	Літак з м. Варшава до м. Цюрих.
17:30-19:30	Потяг до м. Аппенцель.
19:30-22:30	Заселення в готель «Arpenzell» в м. Аппенцель, вільний час,вечеря у закладі за вибором туристів.
16.05.2023 День 3	
9:00-10:00	Сніданок в готелі «Arpenzell» в м. Аппенцель.
10:00-13:00	Підйом на гору Ебенальп по підвісній канатній дорозі, прогулянка, відвідування печер де колись проживали неандертальці.
13:00-14:30	Обід в гірському ресторані на горі Ебенальп.
14:30-16:30	Хайк геологічною стежкою вздовж Альпштайну.
16:30-19:00	Повернення в м. Аппенцель. Вільний час, вечеря в обраному туристами місці, забираємо речі туристів з готелю «Arpenzell», купуємо снеки в дорогу.
19:00-21:00	Потяг Аппенцель – Цюрих.
21:20-23:20	Потяг Цюрих – Люцерн.
23:40-00:00	Заселення в гостьовий будинок в м. Люцерн «Gasthaus zur Waldegg; BW Signature Collection», відпочинок.
17.05.2023 День 4	
9:00-10:00	Сніданок в гостьовому будинку в м. Люцерн «Gasthaus zur Waldegg; BW Signature Collection».
10:00-14:00	Підйом на гору Рігі Панорамавег гірським потягом Rigi до Rigi Kulm, прогулянка панорамною стежкою, повернення в Люцерн.
14:00-16:30	Вільний час, обід в закладі за вибором туристів, купуємо продукти для пікніку біля озера та забираємо речі з готелю.
16:00-17:00	Потяг до озера Люцерн.
17:30 – 19:00	Прогулянка та пікнік на заході сонця з видом на озеро Люцерн.
19:30-23:50	Потяг Озеро Люцерн - Кляйне Шайдегг.
23:50-00:00	Заселення в готель на перевалі Кляйне Шайдегг «Hotel Regina», відпочинок.
18.05.2023 День 5	
9:00-10:00	Сніданок в готелі на перевалі Кляйне Шайдегг «Hotel Regina».
10:00-15:00	Вільний час, туристи відпочивають після декількох насичених днів, прогулюються перевалом, обідають в закладі за власним вибором.

Продовження табл. 2.1

Час	Зміст програмних заходів
15:30-19:30	Хайкінг вздовж озера Бахальпзе.
19:30-23:00	Повернення до Кляйне Шайдег, вечеря у закладі за вибором туристів, ночівля в «Hotel Regina» на перевалі Кляйне Шайдег.
18.05.2023 День 6	
8:00-10:00	Сніданок в готелі на перевалі Кляйне Шайдег «Hotel Regina».
10:00-13:00	Прогулянка до оглядового майданчика First Cliff Walk.
13:00-16:30	Повернення на перевал Кляйне Шайдег, обід в закладі за вибором туристів, потяг до гірського села Гріндельвальд.
16:30-17:30	Заселення в готель «Alpenblick».
17:30-23:00	Вільний час, прогулянка у гірському селі Гріндельвальд, вечеря у закладі за вибором туристів.
19.05.2023 День 7	
8:00-10:00	Сніданок в готелі «Alpenblick» в с. Гріндельвальд.
10:00-11:00	Купуємо снеки в похід, вирушаємо автобусом до попчатку маршруту.
11:00-18:00	Похід Бріенцер-Ротхорн (The Brienzler Rothorn Hike)
18:00-19:30	Повернення в с. Гріндельвальд.
19:30-23:00	Вечеря в закладі за вибором туристів, відпочинок в готелі «Alpenblick» в с. Гріндельвальд.
20.05.2023 День 8	
9:00-10:00	Сніданок в готелі «Alpenblick» в с. Гріндельвальд.
10:00-12:00	Прогулянка в с. Гріндельвальд, відвідування водоспаду поряд.
12:30-15:30	Автобус з с. Гріндельвальд до долини Лаутербруннен
15:30-17:00	Заселення в готель «Jungfraublick» в долині Лаутербруннен.
17:00-22:00	Вечеря в долині Лаутербруннен, в закладі за вибором туристів, відпочинок.
21.05.2023 День 9	
8:00-10:00	Сніданок в готелі «Jungfraublick» в долині Лаутербруннен.
10:00-13:00	Відвідування водоспада Штауббах.
22.05.2023 День 10	
9:00-11:00	Сніданок в готелі «Jungfraublick» в долині Лаутербруннен, купуємо снеки в дорогу.
11:30-17:00	Потяг до м. Філмс, Райншлухт.
16:30-17:30	Заселення в гостьовий будинок біля м. Філмс «Gasthaus Rössli».
17:30-22:00	Прогулянка та вечеря в закладі за вибором туристів в м. Філмс, ночівля в «Gasthaus Rössli».
23.05.2023 День 11	
8:00-10:00	Сніданок в гостьовому будинку «Gasthaus Rössli».
10:00-11:30	Купуємо снеки для хайку, вирушаємо до початку шляху.
11:30-17:00	Хайк у «Швейцарський Великий Каньйон».
17:00-18:30	Вечеря у закладі за вибором туристів у м. Філмс.
19:00-22:00	Потяг з м. Філмс, Райншлухт до Швейцарського Національного парку.
22:00-22:30	Заселення в готель «Hotel Spöl Restaurant», біля Швейцарського Національного парку, ночівля.
24.05.2023 День 12	
8:00-10:00	Сніданок в готелі «Hotel Spöl Restaurant», біля Швейцарського Національного парку.
10:00-10:30	Купуємо снеки для довгої прогулянки Швейцарським Національним парком.
11:00-17:00	Вільний час в Швейцарському Національному парку
17:00-18:30	Вечеря в готелі «Hotel Spöl Restaurant», біля Швейцарського Національного парку.
19:00-22:30	Потяг з Швейцарського національного парку до м. Цюрих
22:30-23:00	Заселення в готель «Marta» в м. Цюрих, відпочинок.
25.05.2023 День 13	
8:00-9:00	Сніданок в готелі «Marta» в м. Цюрих.
9:00-10:00	Їдемо в аеропорт м. Цюрих.
12:00-13:55	Літак з м. Цюрих до м. Варшава.
14:30-17:00	Переїзд із аеропорту імені Фридерика Шопена до Центрального залізничного вокзалу в м. Варшава.
17:45-12:07	Потяг з м. Варшава до м. Київ.
26.05.2023 День 14	
12:07	Прибуття до м. Київ, залізничний вокзал Київ-Пасажирський.

Джерело: складено автором

Початок туру відбувається в Києві на залізничному вокзалі Київ-Пасажирський, куди туристи повинні дістатися самостійно. Перших два дні туру виділений на переїзд з Києва до Цюриха, та першої локації туру – Аппенцель. Спочатку туристи у супроводі гіда повинні дістатися Варшави. Потяг – надійний, екологічний та оптимальний варіант, так як відсутня необхідність робити зупинки, та процес перетину кордону буде в рази швидше ніж для автобусу чи автомобілю. Після прибуття на Центрального Варшавського залізничного вокзалу, туристи матимуть близько двох годин вільного часу для того, щоб самостійно обрати місце для сніданку. Після сніданку, група знову збирається та сідають на потяг до аеропорту імені Фридерика Шопена. Двогодинний переліт, та наші туристи приземляться в аеропорту Цюриха. Звідти, з допомогою потяга дістануться до міста Аппецель. Після заселення до готелю, у туристів буде вільний час для того щоб прогулятися цим колоритним швейцарським містечком та обрати місце для вечері.

Враховуючи той факт, що даний тур є екологічним, туристи будуть користуватися лише громадським транспортом. Швейцарська пасажирська транспортна система є однією з найрозвиненіших у світі, включає 5200 км залізничних шляхів, та дозволяє дістатись віддалених місць швидше, ніж автомобілем. У вартість туру включено проїзний по Швейцарії на 15 днів. Даний проїзний має багато переваг, такі, як:

- Необмежена кількість поїздок на поїзді, автобусі та човні;
- Необмежене користування громадським транспортом у більш ніж 90 містах;
- Безкоштовний вхід до понад 500 музеїв. [24]

Проживання туристів протягом всього туру (13 днів і 12 ночей) буде відбуватися в різних готелях, проте всі готелі включатимуть сніданок.

Туристи самостійно обиратимуть місце для обіду та вечері залежно від місця де вони знаходяться та умов. Туристи можуть здійснювати хайк під час

часу для обіду чи вечері. Проте в програмі туру зазначені загальні рекомендації коли необхідно подумати про прийом їжі заздалегідь, коли буде хороша можливість для пікніку. Для таких активностей теж є окремо відведений час.

Під час третього дня відпочинку туристів чекає підйом на гору Ебенальп по підвісній канатній дорозі, прогулянка, відвідування печер де колись проживали неандертальці. Там туристи також матимуть можливість пообідати в гірському ресторані. На цьому програма на день не закінчується. Після смачного обіду туристів чекає хайк геологічною стежкою вздовж Альпштайну. Після хайку, група повертається в м. Аппенцель, вечеряє в самостійно обраному місці, забирає речі залишені в готелі, та за бажанням купує снеки в дорогу до наступної точки на маршруті. Чотири години в комфортабельному потязі з неймовірною панорамою, й група опиниться в Люцерні, де заселяється в гостьовий будинок.

Так, як дана подорож передбачає багато переміщення між локаціями громадським транспортом, це теплий сезон, що не вимагає великої кількості різноманітного одягу, і головна мета туру – усамітнитись з природою, рекомендовано брати лише ручну поклажу. Адже це дає більше мобільності, полегшує дорогу. Речі можна залишити в камерах схову у готелях після виселення, або ж брати з собою, якщо маршрут не передбачає хайкінгу.

На четвертий день, після сніданку, туристи здійснять підйом на гору Рігі Панорамавег гірським потягом Rigi до Rigi Kulm. Там вони зможуть прогулятися панорамною стежкою. Цей маршрут є дуже легким. Після прогулянки туристи повертаються в Люцерн, де обідають у самостійно обраному закладі. Також рекомендується придбати їжу для пікніку на заході сонця біля озера Люцерн. Група забирає речі з готелю та направляється на потяг до озера Люцерн. Туристи відпочивають, насолоджуються природою, повітрям, спокоєм та їжею, й згодом відправляється до готелю на перевалі Кляйне Шайдег. Дорога займе близько 5 годин, але вона того варта. Туристи дістануться дестинації доволі пізно, тому наступні два дні будуть дуже спокійними в дійсно чарівному місці.

П'ятий день почнеться зі смачного сніданку в готелі, і туристи матимуть достатньо вільного часу щоб відпочити від попередніх п'яти днів. Після обіду їх чекає хайкінг вздовж озера Бахальпзе. Вечором туристи повертаються до перевалу Кляйне Шайдег, вечеряють та відпочивають.

Шостий день передбачає зміну локації, та трошки активнішу програму. Після сніданку, туристи йдуть на прогулянку до оглядового майданчика First Cliff Walk, повертаються на перевал та обідають. Час рухатись далі, до одного з найгарніших гірських сіл в Швейцарії – Гріндельвальд. Туристи заселяються в готель та мають вільний час на вивчення місцевості та вечерю. Рекомендується раніше лягти спати, щоб відпочити перед сьомим днем, який буде найважчий за весь тур, з фізичної точки зору.

Наступний, сьомий день, включає похід Бріенцер-Ротхорн (The Brienzler Rothorn Nike), що буде тривати близько семи годин. Необхідно буде купити їжу в дорогу, на це виділяється час. Після походу туристи повертаються в Гріндельвальд, вечеряють та відпочивають.

На восьмий день туристи відвідають водоспад в Гріндельвальді, та поїдуть автобусом до наступного місця, до долини Лаутербруннен. Там вони проведуть й дев'ятий день, матимуть вдосталь часу на відпочинок та прогулянки долиною, відвідування водоспаду Штауббах. Адже необхідно відновити сили після насиченого походу. В долині туристи можуть ближче познайомитись з швейцарською культурою, поспілкуватися з місцевими.

Десятий день починається з сніданку, купівлі їжі в дорогу та шестигодинної дороги до м. Філмс, щоб наступного ранку здійснити хайк у Швейцарський Великий Каньйон. Але спершу туристи ознайомляться з містом Філмс, повечеряють там.

Одинадцятий день буде присвячений саме відвідуванню Швейцарського Великого Каньйону. Цей маршрут середньої складності та тривалості, проте наші туристи мали декілька днів паузи, та акумулювали сили до нової пригоди. Близько шести годин блукань вражаючими пейзажами, й група повертається до м. Філмс, вечеряє там та вирушає далі. Три години в потязі, й туристи

знаходяться біля підніжжя Швейцарського Національного парку. Крайнє місце відвідування цього туру.

Дванадцятий день передбачає самостійну прогулянку Швейцарським Національним парком, пікнік там. Після прогулянки туристи повечеряють в цій місцевості та вирушають потягом в напрямку Цюриху, щоб наступного ранку вже повертатись в Україну.

Тринадцятий, крайній день в Швейцарії, туристи зустрінуть в Цюриху, де поснідають та поїдуть в аеропорт, щоб, власне, полетіти до Варшави та згодом потягом дістатися Києва. В обід наступного дня туристи вже прибудуть до залізничного вокзалу Київ-Пасажирський.

Програма туру дозволяє за доволі короткий проміжок часу відвідати основні об'єкти екологічного туризму в Швейцарії, сформуванню думку про цю країну та, ймовірно, захотіти повернутись.

2.2. Цінова стратегія

Формування цінової стратегії для туру в Швейцарію потребує уважного аналізу ринку та конкурентів, визначення цілей туру та його унікальності, а також розрахунку вартості та прибутку.

Ось кілька кроків, які допоможуть нам сформуванню цінову стратегію для екологічного туру Швейцарією:

1. Аналіз ринку та конкурентів: необхідно дослідити які тури в Швейцарію пропонують конкуренти, яка їхня цінова політика та які переваги вони надають своїм клієнтам.

Цей крок ми вже зробили в 1.2., та дійшли до висновку, що на разі ніша екологічного туризму Швейцарію залишається вільною. Можна було б орієнтуватися на загальну цінову політику українських туроператорів що займаються організацією турів в Швейцарію, проте дані тури є масовими, орієнтуються на культурний туризм та включають відвідування інших країн разом з Швейцарією. Ми також не можемо орієнтуватись на цінову політику

швейцарських туроператорів, чи ціну в туристичних агенціях інших європейських країн, адже рівень доходу населення та концепції організації туру відрізняється.

2. Визначення цілей туру та його унікальності.

Даний тур є унікальним та має чітку концепцію, яка відображає його унікальність та переваги, які він надає. Він створений для свідомих, спортивних людей з досвідом подорожування. Людей, які цінують прості та якісні речі, усамітнення з природою та готові заплатити за комфорт.

3. Вартість туру: необхідно розрахувати вартість туру, включаючи витрати на перельоти, трансфер, проживання, відвідування екскурсій та інші витрати.

Третій крок ми детально розберемо в розділі 2.4. шляхом створення таблиці з калькуляцією, яка включає умовно-змінні витрати, накладні витрати, вартість транспортних послуг та послуг розміщення.

Також необхідно пам'ятати, що внутрішні та зовнішні чинники впливають на ціноутворення туристичного продукту, розберемо їх нижче.

Внутрішні чинники, що впливають на ціну туру, включають в себе:

- Рівень комфорту турів: чим більше комфорт і розкіш у турі, тим вища його вартість.
- Тривалість туру: тривалість туру безпосередньо впливає на вартість туру.
- Сезонність: висока сезонність може призвести до збільшення ціни через великий попит.
- Транспорт: вартість перевезення може бути значним елементом в ціні туру.
- Харчування: включення, або відсутність харчування в пакеті туру може вплинути на ціну туру.
- Рівень послуг: більш високий рівень послуг може збільшити ціну туру.
- Характеристика обраного маршруту: доступність, вартість

транспортування, популярність туристичних місць, вартість вхідних квитків і так далі [25-27].

Зовнішні чинники, що впливають на ціну туру, включають в себе:

- Кон'юнктуру ринку: ціни на тури можуть змінюватися в залежності від загальної економічної ситуації.
- Курс валют: коливання курсу валют можуть впливати на ціну туру, зокрема на вартість міжнародних авіаперельотів.
- Податки та збори: національні податки та збори, які пов'язані з туризмом, можуть впливати на ціну туру.
- Рівень конкуренції: наявність багатьох туроператорів та туристичних агентств, які пропонують подібні тури, також може вплинути, проте не в нашій ситуації [25-27].

Отже, при формуванні цінової стратегії туру варто враховувати вищенаведені фактори для формування оптимальної ціни.

2.3. План маркетингових комунікацій

План маркетингових комунікацій є важливим у просуванні екологічного туру Швейцарією, оскільки він допомагає залучити увагу потенційних клієнтів та ефективно спілкуватися з ними, використовуючи різноманітні канали комунікації, такі як реклама, прямий маркетинг, публічні відносини, соціальні медіа та інше. Правильно складений план маркетингових комунікацій дозволяє залучати нових клієнтів, збільшувати продажі та розширювати аудиторію туристичного бізнесу. Також, план маркетингових комунікацій допомагає контролювати результативність рекламних акцій та оцінювати ефективність розміщення реклами в різних медіа.

Мета рекламної кампанії полягає у просуванні товару чи послуги на ринку, збільшенні продажів, та створенні позитивного іміджу компанії. Критично необхідним є обрати та залучити правильну групу споживачів, досвідчених туристів, які дбають про довкілля та власне здоров'я. Рекламна

компанія допоможе в приверненні уваги потенційних клієнтів до екологічної і сталої форми туризму, та популяризації екологічних туристичних маршрутів. Мета нашої рекламної кампанії – залучити споживачів. Туристична група складається з дев'яти осіб та туристичного гіда. Кількість туристів може варіюватись, адже наш тур має індивідуальний характер. Якщо буде група бажаючих з двох, п'яти чи семи людей готових повністю покрити витрати на заробітну плату гіда та його проживання, харчування та транспортування, то й група буде складатись з меншої кількості людей.

Цільовою аудиторією екологічного туру по Швейцарії, враховуючи воєнний стан в Україні, в основному, є активні жінки, які зацікавлені у збереженні довкілля, люблять природу і мають бажання провести активний відпочинок, насолоджуючись красою природи Швейцарії. Нижче наведена детальна характеристика цільової аудиторії:

1. Вік: жінки 20-45 років, враховуючи характер поїздки, цільова аудиторія включатиме переважно молодь та людей середнього віку.
2. Інтереси: любителі активного відпочинку, туристи, які цікавляться екологією та природоохоронними питаннями, жінки, які люблять піші прогулянки, велосипедні тури, катання на лижах, альпінізм та інші види спорту, пов'язані з природою. Також це можуть бути активні користувачі соціальних мереж, які хотіли б освіжити свою стрічку вражаючими фото та відео.
3. Доходи: цільова аудиторія скрадатиметься з жінок з середнім та високим рівнем доходу, оскільки тур не можна назвати бюджетним через високі витрати на транспортування, проживання та харчування.
4. Географія: жінки з усієї України можуть бути зацікавлені в екологічному турі по Швейцарії, але найбільш імовірно, що цільова аудиторія буде складатися з туристів з Києва, Харкова, Дніпра, Одеси, Львова та інших великих міст з вищим рівнем заробітку.
5. Соціальні цінності: жінки, які піклуються про довкілля та підтримують екологічні цінності, люблять якість, мають високі стандарти на відпочинок.

Для того щоб обрати шляхи залучення таких туристів, необхідно проаналізувати вплив рекламних засобів на споживачів. Для цього були зібрані статистичні дані авторитетних досліджень в одній таблиці (таб. 2.3.). В результаті аналізу табл. 2.3. можна зрозуміти, що найбільший вплив на споживачів мають відеореклами, реклама в соціальних мережах, електронна розсилка, радіо та телевізійна реклама.

Таблиця 2.3

Статистичні дані, які ілюструють вплив рекламних засобів на споживачів:

№	Дослідження	Статистичні дані
1	Google	63% споживачів купують товари після перегляду відеореклами.
2	Nielsen	66% споживачів вважають, що реклама в соціальних мережах впливає на їхні рішення про покупку.
3	Forbes	43% споживачів заявили, що здійснили покупку після перегляду реклами на мобільному пристрої.
4	Statista	84% споживачів вважають, що реклама в поштових скриньках є ефективним способом привернення їхньої уваги.
5	HubSpot	75% споживачів відвідують веб-сайт компанії після перегляду реклами на радіо або телебаченні.
6	Smart Insights	91% споживачів періодично перевіряють електронну пошту, тому електронна розсилка може бути ефективним способом привернення уваги.

Джерело: складено автором за даними [28-33].

Проте це світова статистика, а нас цікавить саме український ринок, український споживач.



Рис. 2.1. Статистика соціальних медіа в Україні за 2021 рік

Джерело: Складено автором за даними [35]

Згідно з даними порталу "Opendatabot", статистика соціальних медіа в Україні за 2021 рік виглядає наступним чином:

- Facebook є найпопулярнішою соціальною мережею в Україні з більш ніж 15 мільйонами активних користувачів.
- Instagram має більше 10 мільйонів активних користувачів в Україні, і є найшвидше зростаючою соціальною мережею в країні.
- TikTok здобуває популярність серед молоді, з більш ніж 6 мільйонами активних користувачів в Україні.
- Twitter має меншу популярність в Україні, з близько 600 тисяч активних користувачів.

Враховуючи специфіку індивідуального екологічного туру та необхідну нам цільову аудиторію, найкращим варіантом для залучення потенційних споживачів буде створення веб-сторінки з ключовою інформацією про компанію та посиланнями на сторінки в основних чотирьох соціальних мережах в Україні: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok. Кожна соціальна мережа вимагає індивідуально підходу та стратегії є різними, таблиця 2.4.

Таблиця 2.4.

Стратегія залучення споживачів через соціальні мережі

№	Назва соціальної мережі	Стратегія ведення соціальної мережі
1	Facebook	Створення бізнес-сторінки для нашої туристичної компанії. Сторінка повинна мати привабливий дизайн, корисний контент та інформацію про тури, які ми пропонуємо. Також на Facebook ефективним є створення рекламних кампаній. Рекламні оголошення можна спрямувати на цільову аудиторію за місцем проживання, віком, інтересами тощо.
2	Instagram	Дана соціальна мережа буде нашим фокусом. Розміщення естетичних фотографій місць, які можна відвідати під час нашого туру Швейцарією, з описами та хештегами. Використання Instagram Stories, опитування, голосування, для взаємодії з підписниками, демонстрації проведення туру, Співпраця з Instagram-інфлюенсерами, які мають аудиторію, що цікавиться подорожами, та запрошення їх на тур. Використання Instagram-реклами для залучення нових клієнтів, з можливістю спрямування оголошення на певний сегмент аудиторії (наприклад, люди, які цікавляться подорожами). Й останнє, але дуже важливе, використання локації, що відображають місцевості та визначають інтереси аудиторії.

Продовження табл. 2.4.

№	Назва соціальної мережі	Стратегія ведення соціальної мережі
3	Twitter	В даній соціальній мережі потрібно робити фокус на короткому тексті, жартах, мемах, коротких фактах з картинками. В шапці нашого TikTok профілю буде посилання на наш Instagram.
4	TikTok	Потрібні короткі, естетичні та корисні відео, змонтовані відповідно всім трендам, та під популярні на платформі звуки. Задля того щоб це відео потрапило в рекомендації потрібної нам аудиторії, потрібно писати правильні хештеги та використовувати правильні налаштування

Джерело: Складено автором

Для того, щоб отримати якісну базу потенційних клієнтів, нам і потрібен бюджет на маркетинг. Варто залучити спеціаліста в сфері маркетингу та потрібна якісно зроблена таргетована реклама в соціальних мережах.

Необхідно визначити цілі реклами в соціальних мережах (див. табл. 2.5.).

Таблиця 2.5.

Цілі в соціальних мережах

Соціальна мережа	Мета	Теми публікацій	Формати публікацій
Facebook	Поширення реклами турів на нашій сторінці, застосування таргетованої реклами, здійснення медійної реклами	-Екологічний тур Швейцарією; -Важливість екологічного туризму в сучасному світ;	Пости, реклама та розповіді з описом туру
Instagram	Залучення аудиторії шляхом реклами у інфлуенсерів, ведення соціальної мережі та таргету.	-Місця, відвідування які включені в нашому турі;	Пости, reels, stories.
Twitter	Залучення потенційних клієнтів.	-Екологічно чисті види транспорту; -Екологічні готелі та ресторани;	Короткі текстові блоки з картинками жарти меми.
TikTok	Візуальна частина рекламної кампанії. Розрахована на молодих людей	-Екскурсії та активний відпочинок; -Фото готелів в яких зупинятимуться туристи -Соціальна відповідальність.	Короткі відео з локаціями та хештегами, трендові відео.

Джерело: Складено автором

Після визначення цілей для соціальних мереж, перейдемо до створення

медіа-плану публікацій, який сприятиме ефективному залученню споживачів.
таблиця 2.6.

На додачу до соціальних мереж, ефективним було б також запуснути рекламу на сайті TripAdvisor

Таблиця 2.6.

Медіа-план рекламної кампанії

Заходи	Дати виходу(01.04.2023-14.04.2023)														Витрати	
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	EUR	UAH
Реклама на сайті TripAdvisor	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	140	5 690
Таргет в Facebook	+				+				+				+		100	4 065
Реклама у блогера в Instagram							+								200	8 130
Таргет в Instagram	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	200	8 130

Джерело: Складено автором

В таблиці 2.6. наведено медіа-план на два тижні, тому протягом наступних тижнів реклама здійснюватиметься відповідно тієї послідовності, яка наведена в плані.

Аналізуючи медіа-план, можна помітити, що реклама в Instagram, та на сайті TripAdvisor буде відбуватися щоденно протягом двох тижнів. На Facebook просування туру заплановано чотири рази на два

Ціна просування туру протягом двох тижнів складає 640 EUR, у вартість реклами входять витрати на створення контенту, просування на TripAdvisor, таргетована реклама в Facebook та Instagram, До безкоштовних засобів реклами відносяться: поширення реклами туру на сторінці туроператора в соціальних мережах (Пости, reels, stories).

Отже, для просування туру обрана реклама в соціальних мережах: Facebook, Instagram, а також на сайті TripAdvisor.

2.4. Економічне обґрунтування туру

Розроблення кошторису реалізації туристичного продукту представлений у табл. 2.7. У вартість туру не входить лише харчування (крім сніданків).

Таблиця 2.7.

Калькуляція екологічного туру Швейцарією

Назва послуги	Ціна в EUR	Ціна в UAH
Умовно-змінні витрати		
1.1.1. Swiss Travel Pass 15 days *Додається в кінці, залежно від віку туриста.	431	17 430
1.1.2. Swiss Travel Pass 15 days Youth (до 25 років) *Додається в кінці, залежно від віку туриста.	314	12 698
1.2.1. Квитки на потяг Київ – Варшава	400	16 176
1.2.2. Квитки на потяг Варшава – Київ	400	16 176
1.3.1. Квитки на літак Варшава – Цюріх	980	39 631
1.3.2 Квитки на літак Цюріх – Варшава	990	40 036
Умовно-постійні витрати		
1.4.1. Заробітна плата гіда	1000	40 440
1.4.1.4.2. Swiss Travel Pass 15 days (25+) для гіда	431	17 655
1.4.3. Витрати на харчування гіда	600	24 264
1.5. Витрати на рекламу	640	25 881
1.6. Витрати на страхування	680	27 499
Послуги розміщення		
2.1.Готель в м. Аппенцель «Hotel Appenzell», 1 ніч, сніданок включений	1291	52 208
2.2.Гостьовий будинок в м. Люцерн «Gasthaus zur Waldegg; BW Signature Collection», 1 ніч, сніданок включений	910	36 800
2.3.Готель на перевалі Кляйне Шайдег «Hotel Regina», 2 ночі, сніданок включений	2818	113 960
2.4.Готель в с. Гріндельвальд «Hotel Alpenblick», 2 ночі, сніданок включений	1390	56 212
2.5.Готель в с. Лаутербруннен «Hotel Jungfraublick», 2 ночі, сніданок включений	2112	85 409
2.6.Гостьовий будинок біля м. Філмс «Gasthaus Rössli», 2 ночі, сніданок включений	1307	52 855
2.7.Готель біля Швейцарського національного парку «Hotel Spöl Restaurant», 1 ніч, сніданок включений	888	35 910
2.8.Готель в м. Цюріх «Hotel Marta», 1 ніч, сніданок	1183	47 840
Накладні витрати		
4.1. Собівартість туру *без Swiss Travel Pass 15 days	18 020	728 732
4.2. Прибуток туристичного підприємства (20%)	3 604	145 746
4.3. Податок на прибуток (18%)	3 243	131 147
4.4. Податок на додану вартість (20%)	1 369	55 363
4.5. Всього вартість туру *без Swiss Travel Pass 15 days	26 236	1 060 987
4.6.1. Всього вартість туру для 1 особи (до 25 років)	3 229	130 581
4.6.2. Всього вартість туру для 1 особи (25 + років)	3 346	135 312

Джерело: складено автором (курс 1 EURO= 40.44 UAH)

Пункти 1.1.1 та 1.1.2 додаються окремо до собівартості туру, залежно від віку клієнта. Тобто ціна туру для особи віком до 25 років буде 3 229 EURO та ціна туру для особи старше 25 років буде 3 346 EURO. Під час розрахунку ціни були враховані витрати на заробітну плату гіда, його харчування, страхування, транспортування, Swiss Travel Pass 15 days (25+), розміщення в готелях, та окреме харчування (з розрахунку 50 EURO на день).

Екологічний тур Швейцарією може мати економічну ефективність, якщо належним чином розробити маркетингову стратегію та знайти цільову аудиторію. Для обґрунтування ефективності такого туру можуть бути враховані наступні фактори:

1. Цінова політика. Встановлення конкурентоспроможної ціни є ключовим фактором для залучення клієнтів та забезпечення ефективності туру. Наш тур є ексклюзивним, він включає відвідування великої кількості унікальних місць в одній із найкращих країн світу, індивідуальний супровід професійного гіда, ночівлі в готелях високого рівня. Це висока якість та персональний підхід за більш ніж привабливою ціною для людей які цінують подібний вид відпочинку.

2. Залучення цільової аудиторії. Для забезпечення ефективності туру необхідно визначити цільову аудиторію та розробити маркетингову стратегію, спрямовану на залучення цієї аудиторії. Можна використовувати різні маркетингові інструменти, такі як соціальні медіа, контекстна реклама, таргетована реклама тощо.

3. Постійне вдосконалення. Для підвищення ефективності туру необхідно постійно вдосконалювати його якість, компетентність гіда, маркетинг.

Наступним кроком є розрахунок планової суми грошових потоків – доходів та витрат від реалізації туру, який розрахований на два туристичні пакети відповідно вікової категорії туристів: перший пакет призначений на вікову категорію до 25 років, другий розрахований на туристів віком від 25 років і вище (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Планова сума грошових потоків (доходів і витрат)

Показники	Туристичні пакети	
	До 25 років, грн	25+ років, грн
Пряма собівартість туру, грн	728 732	728 732
Накладні витрати туроператора, грн	2 500	2 500
Повна собівартість туру, грн	1 060 987	1 060 987
Запланований рівень рентабельності, %	22	22
Плановий валовий прибуток, грн	233 417	233 417
ПДВ, грн	55 363	55 363
Податок на прибуток, %	18	18
Податок на прибуток, грн	131 147	131 147
Чистий прибуток від реалізації 1 туру, грн.	22834,7696	112752
Чистий прибуток від реалізації 12 турів, грн.	274017,2352	312811,4352

Джерело: складено автором

Пряма собівартість туру для обох пакетів становить 728 732 грн, повна собівартість 1 060 987 грн, чистий прибуток від реалізації 1 туру для пакету категорії до 25 років – 22834,7696 грн, для категорії 25 років та вище – 112752 грн, чистий прибуток від реалізації 12 турів до 25 років - 274017,2352 грн, для 25 років та вище - 312811,4352 грн.

Для подальших розрахунків потрібно дізнатися скільки складатимуть умовно – постійні витрати на рік (табл.2.9).

Таблиця 2.9

Умовно-постійні витрати за рік по туру Швейцарією

Постійні витрати	Розрахунок	Всього, грн
Витрати на обслуговування трансферу	112 019*6 міс	672 114
Накладні витрати	2 500*6 міс	15 000
Витрати на рекламу	26 015*6 міс	156 096
Всього		843 210

Джерело: складено автором

Умовно-постійні витрати за рік по туру Швейцарією складаються з витрат на обслуговування трансферу терміном на 6 місяців (весна, літо та осінь)

– 672 114 грн, накладних витрат також на 6 місяців – 15 000 грн та витрат на рекламу 156 096 грн, загалом становлять 843 210 грн.

Наведемо розподіл умовно-постійних та прямих змінних витрат у табл.2.10.

Таблиця 2.10

Розподіл умовно – постійних та прямих змінних витрат по туру Швейцарією

Показники	Сума, грн
Прямі змінні витрати на 1 особу	
До 25 років, грн	15 746
25+ років, грн	15 759
Прямі змінні витрати у розрахунку на 12 запланованих турів	
До 25 років, грн	188 952
25+ років, грн	189 108
Умовно-постійні витрати всього за рік	843 210
Умовно-постійні витрати в розрахунку на 1 особу	15 082

Джерело: складено автором

Прямі змінні витрати на 1 особу для категорії до 25 років становлять 15 746 грн (у розрахунку на 12 турів 188 952 грн), для 25 років та вище – 15 759 грн (у розрах на 12 турів 189 108 грн). Умовно-постійні витрати для обох вікових категорій на одну особу складає 15 082 грн, у розрахунку на рік - 843 210 грн.

Тепер для визначення економічної ефективності можемо зробити розрахунок таких даних:

Виробнича собівартість туру:

Пакет «До 25 років» = 15 746 + 15 082 = 30 828 грн.

Пакет «25+ років» = 15 759 + 15 082 = 30 841 грн.

Сума прибутку при рівні рентабельності 22%:

Пакет «До 25 років» = 6 782,16 грн.

Пакет «25+ років» = 6 785,02

Плановий чистий дохід від продажу 1 туру:

Пакет «До 25 років» = 37 610,16 грн.

Пакет «25+ років» = 37 626,02 грн.

Рентабельність туру:

Пакет «До 25 років» - 18,03%.

Пакет «25+ років» - 18,03%.

Проведені розрахунки дають зрозуміти, що діяльність підприємства з розробки даного туру буде успішною, так як рентабельність туру складає вище 10%.

Для аналізу економічної ефективності проекту варто також поррахувати якими мають бути обсяги виробництва, за яких отримані доходи зможуть перекрити витрати – іншими словами точку безбитковості (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Обсяги реалізації турів у точці безбиткової діяльності

Показники	Туристичні пакети	
	До 25 років, грн	25+ років, грн
Прямі змінні витрати, грн	15746	15759
Умовно постійні витрати, грн	843 210	843 210
Роздрібна ціна 1 туру, грн	130 581	135 312
Маржинальний прибуток з 1 туру, грн	114 835	119 553
Фізичний обсяг реалізації турів у ТБЗ підприємства, тур. пакетів	8	8
Вартісний обсяг реалізації турів у ТБЗ підприємства, грн	1111195,037	1099258,45

Джерело: складено автором

Таким чином, аналіз безбитковості показав, що для забезпечення безбиткової діяльності підприємства доцільно забезпечити фізичний обсяг реалізації 8 турів для обох пакетів, при цьому підприємство отримує дохід 1111195,037 грн (пакет «До 25 років») та 1099258,45 грн (пакет «25+ років»).

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Діагностика ринку екологічного туризму свідчить про те, що даний вид туризму є доволі популярним в українського туриста, і є велика кількість екологічних турів територією України. Проте ніша індивідуальних екологічних турів Швейцарією, які б включали велику кількість активного відпочинку, індивідуальний супровід гіда, ночівлю в готелях високого класу поки вільна. Незважаючи на всі негативні аспекти, такі як пандемія, повномасштабне вторгнення російської федерації, повномасштабну війну, інфляцію, та інші чинники, що за останні 3 роки вплинули на туризм загалом, люди продовжують працювати, заробляти кошти та подорожувати.

Враховуючи той факт, що військовозобов'язані чоловіки не можуть покидати територію України, таргет нашого туру буде зосереджений на активних та свідомих жінках з великих міст з високим та середнім рівнем заробітку. Таких жінок доволі багато, особливо у великих містах та столиці.

Такі жінки є активними користувачами соціальних мереж, тому і екологічний тур Швейцарією буде для них привабливими ще й з точки зору поповнення своєї стрічки естетичними та яскравими фото з подорожі, які є гарантованими через неймовірну природу Швейцарії.

Швейцарія має надзвичайною різноманітні ландшафти і середовища існування, починаючи від Центрального плато і закінчуючи високими вершинами Альп, багаті природні екосистеми, такі як Альпи, водно-болотні угіддя та ліси. В ній розташовано не менше 12 об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Швейцарські природні ресурси дозволяють здійснити більше ніж 1043 різноманітних хайків з різними ландшафтами. Також країна є активним прихильником громадського транспорту не лише тому, що він швидкий і надійний, але й для мінімізації негативного впливу в альпійських районах.

Тому ця країна є ідеальним варіантом для організації подібного туру, навіть маючи доволі високий рівень цін.

Маршрут туру комбінований. Загальна протяжність маршруту

Швейцарією складає 1016 км, відбуватиметься тур в кінці весни, перед початком літнього сезону. Що гарантує приємний клімат, сонячну погоду, меншу кількість туристів та помірні ціни.

Продуктова програма туру розроблена на малу групу туристів – 9 осіб та туристичний гід, та може варіюватись, адже це індивідуальний туризм. Тур триватиме 12 днів і 11 ночей. Проживання туристів протягом всього туру буде відбуватися в різних готелях найкращої якості з включеними сніданками, обідати та вечеряти туристи будуть у закладах за власним вибором, також програма включає пікніки. Програма туру спланована таким чином, щоб туристи могли як і відпочити та просто насолодитись спокоєм, тишею, звуками природи, повітрям та ландшафтами, так і побачити велику кількість місць.

Для переїзду з Києва (відправний пункт в турі) до Цюріху та назад, будуть виділені окремі дні – перший та дванадцятий. Під час туру використовуватиметься авіа, залізничний та авто транспортування, задля скорочення часу на дорогу та зручності.

Був обраний ціннісний метод ціноутворення та розроблена калькуляція туру, під час якої було визначено цінову політику туру. Ціна туру для особи віком до 25 років буде 3 229 EURO та ціна туру для особи старше 25 років буде 3 346 EURO. У ціну туру не входить харчування (крім сніданків).

Для просування туру обрана реклама в соціальних мережах: Facebook (таргетована реклама), Instagram (таргетована реклама та реклама у блогера), Twitter, TikTok – stories, reels, пости у вигляді фото та відео, а також реклама на сайті TripAdvisor.

Екологічний тур Швейцарією є новинкою для українського ринку та має викликати зацікавленість потрібної нам аудиторії, та попит

Рентабельність туру складає 18 %. Для забезпечення беззбиткової діяльності підприємства доцільно забезпечити фізичний обсяг реалізації 8 турів для обох пакетів, при цьому підприємство отримує дохід 1111195,037 грн (пакет «До 25 років») та 1099258,45 грн (пакет «25+ років»).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Відпочивай: екотуризм, Владислав Бабенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vidpochivai.com.ua/uk/blogs/ekoturizm/>
2. ECOTOURISM: PRINCIPLES, PRACTICES & POLICIES FOR SUSTAINABILITY Megan Epler Wood [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9045/-Ecotourism_Principles,PracticesandPoliciesforSustainability-2002518.pdf
3. Види та базові принципи екологічного туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/shkola6-2.htm
4. Державне агентство розвитку туризму в Україні ДАРТ. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>
5. The International Ecotourism Society (TIES) website [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ecotourism.org/>
6. Swiss Parks Network [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.parks.swiss/en/>
7. Federal Agency for Nature Conservation (Bundesamt für Naturschutz) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bfn.de/>
8. РОЛЬ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ПЕРСПЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eforum.lntu.edu.ua/index.php/ekonomichnyu_forum/article/view/352/337
9. Туроператор «Адріатік Тревел» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://adriatic-travel.com.ua/country/ch>
10. Ten bucket-list hikes [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.myswitzerland.com/en/experiences/summer-autumn/listicles/10-bucketlist-wanderungen/>

11. Ten Most Beautiful Waterfalls in Switzerland [Електронний ресурс].
Режим доступу: <https://www.alpenwild.com/staticpage/ten-most-beautiful-waterfalls-in-switzerland/>
12. Glaciers in the Alps [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.alpenwild.com/staticpage/glaciers-in-the-alps/>
13. Discover Switzerland. Nature – Facts and Figures [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/en/home/umwelt/natur/natur---fakten-und-zahlen.html>
14. Britannica, Switzerland [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.britannica.com/place/Switzerland>
15. Abschlussbericht zu dem Forschungsvorhaben: Nachfrage für Nachhaltigen Tourismus im Rahmen der Reiseanalyse [Електронний ресурс].
Режим доступу: https://www.bmuv.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Tourismus_Sport/nachhaltiger_tourismus_nachfrage_bericht_bf.pdf
16. Reisen mit gutem Gewissen: Vor- & Nachteile des Sanften Tourismus [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.urlaubstracker.de/sanfter-tourismus-kritik/>
17. My Switzerland, hiking [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.myswitzerland.com/en-ie/experiences/summer-autumn/hiking/>
18. Environment Switzerland 2022 - Report of the Federal Council [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://issuu.com/bundesamt-fuer-umwelt-bafu/docs/ui-2221-e_umweltbericht2022
19. Der Schweizer Tourismus im Klimawandel Auswirkungen und Anpassungsoptionen Juli 2011 [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.newsd.admin.ch/newsd/message/attachments/24181.pdf>
20. Carbon Footprint of Tourism [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://sustainabletravel.org/issues/carbon-footprint-tourism/#:~:text=Along%20with%20the%20construction%20process,released%20ba>

ck%20into%20the%20atmosphere.

21. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/14472/13607>

22. Туристична фірма «Феєрія мандрів» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://feerie.com.ua/ua/tours/955>

23. Туристична фірма «Accordtour» [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.accordtour.com/vsi_avtobusni_tury/shveitsariia

24. SBB CFF FFS Swiss Travel Pass [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.sbb.ch/en/leisure-holidays/inspiration/international-guests/swiss-travel-pass.html>

25. Коваленко, А. (2019). Чинники, які впливають на формування ціни туру. Економіка та суспільство, 19, 78-81

26. Мельник, Л. (2018). Внутрішні чинники формування ціни туру. Молодий вчений, 1(54), 100-103.

27. Пилипчук, І. (2017). Формування ціни туру: внутрішні та зовнішні чинники. Економічні науки, 1(28), 123-127.

28. Google. (n.d.). The impact of digital video advertising [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/data-measurement/video-ads-drive-results/>

29. Nielsen. (2019). Global trust in advertising report [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2019/global-advertising-trust-report/>

30. Forbes. (2018). The role of mobile ads in today's market [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/10/02/the-role-of-mobile-ads-in-todays-market/?sh=50f9ab042a8c>

31. Statista. (2021). Advertising effectiveness worldwide: most effective advertising media 2020 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/986952/most-effective-advertising-media->

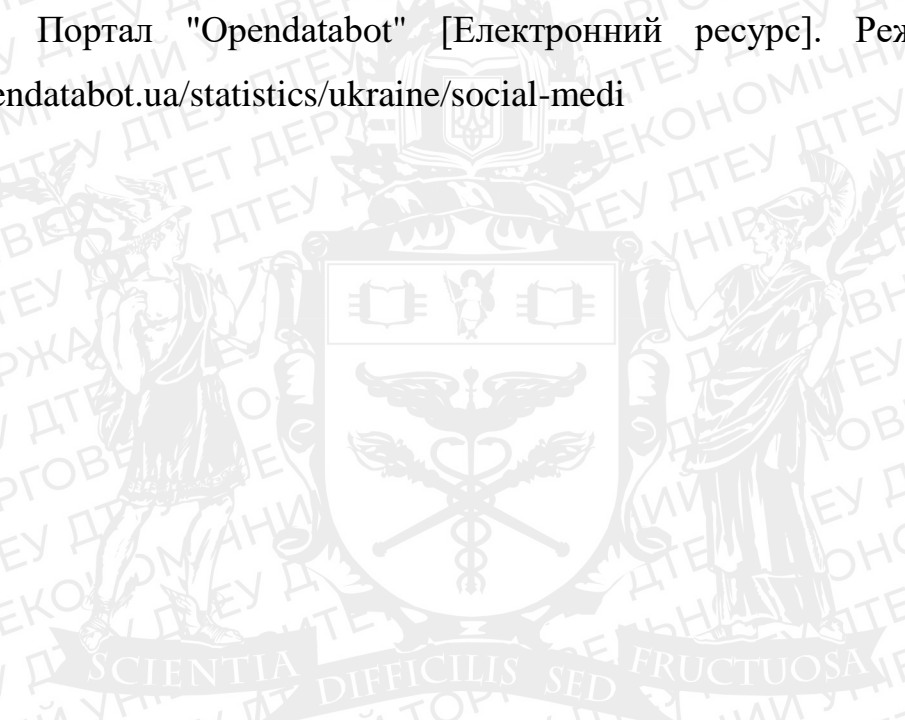
worldwide/

32. HubSpot. (2017). 20 marketing statistics that will influence your strategies [Електронний ресурс]. Режим доступу:

<https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-statistics-to-know>

33. Smart Insights. (2019). Email marketing statistics 2019. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.smartinsights.com/email-marketing/email-marketing-analytics/email-marketing-statistics/>

34. Портал "Opendatabot" [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://opendatabot.ua/statistics/ukraine/social-medi>

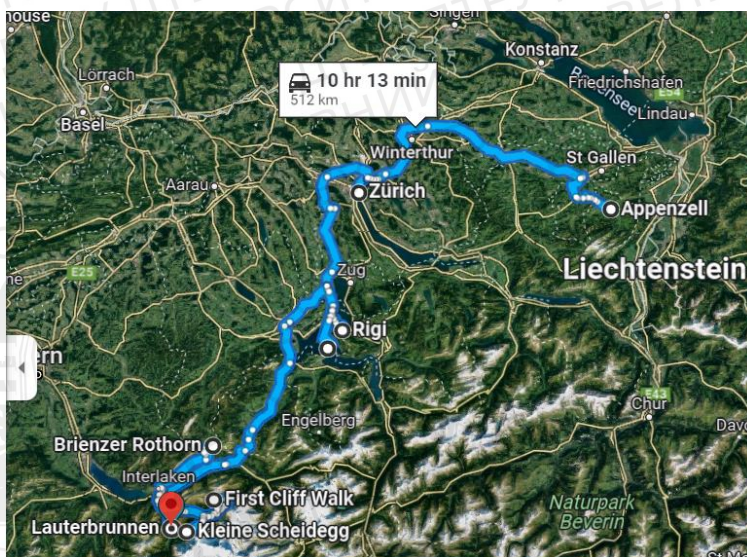


ДОДАТКИ

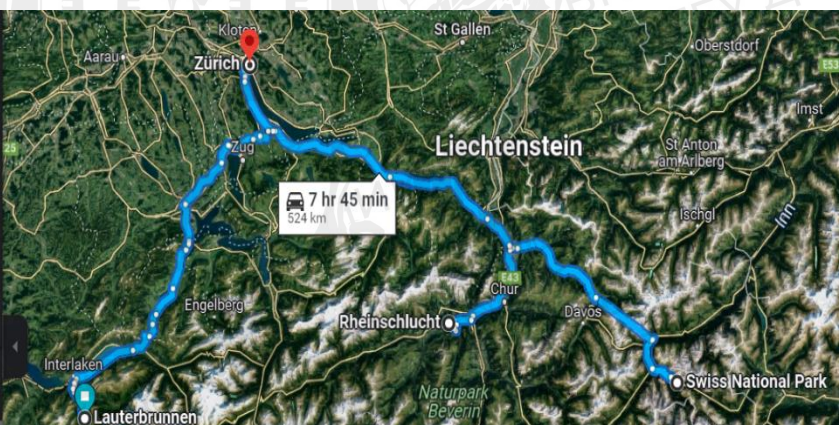
Додаток А

Карта маршруту екологічного туру територією Швейцарії

- Zürich, Switzerland
- Appenzell, 9050, Switzerland
- Rigi, 6410 Arth, Switzerland
- Lake Lucerne, Switzerland
- Kleine Scheidegg, 3, 3818 Grindelwald, S
- First Cliff Walk, Bergstation First, 3818 G
- Briener Rothorn, 3855 Schwanden bei B
- Lauterbrunnen, Switzerland


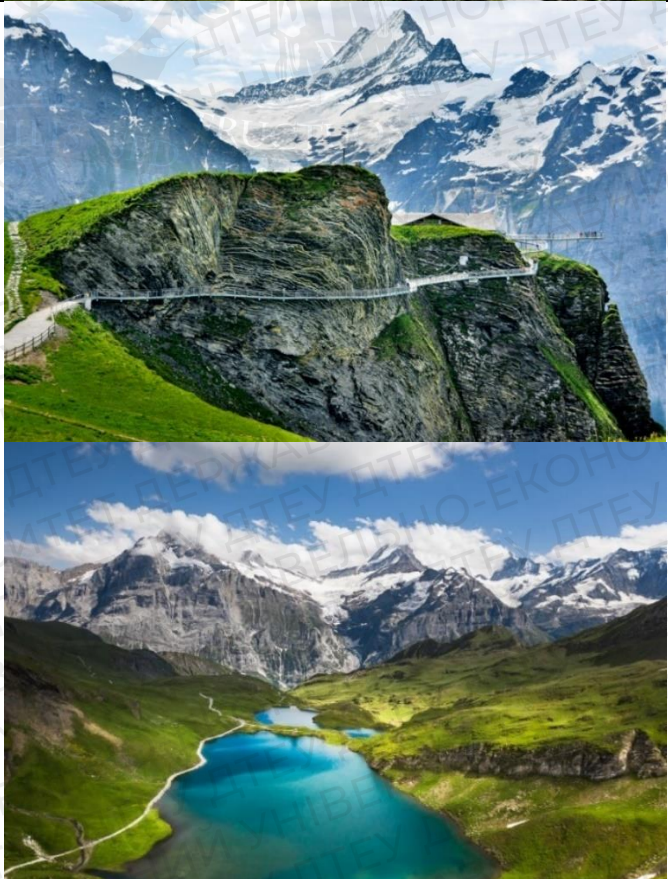


- Lauterbrunnen, Switzerland
 - Rheinschlucht, 7104, Versam, Switzerland
 - Swiss National Park, 7530 Zerne, Switze
 - Zürich, Switzerland
 - ⊕ Add destination
- Options



Програма екологічного туру територією Швейцарії

Місце відвідування	Світлина
<p>Підйом на гору Ебенальп, хайкінг На горі Ебенальп: у трьох знаменитих печерах Вільдкірхлі жили неандертальців. Сьогодні тут розташовані пам'ятник та гірський ресторан. Дістатися до Ебенальп можна по підвісній канатній дорозі, яка провезе вас повз скелі і три печери. Гірська станція на найвищому плато Ебенальпа – відправна точка численних маршрутів хайкінгу по регіону Аппенцелль-Альпштайн.</p>	
<p>Хайк геологічною стежкою вздовж Альпштайну Головна визначна пам'ятка цього маршруту – мальовнича гірська стежка, що проходить від гори Хоер Кастен до гірського готелю Vollenwees з готелем Staubern між цими двома точками. У дорозі можна милуватися фантастичними краєвидами на гірський масив Альпштайн та долину Рейну.</p>	
<p>Підйом на гору Рігі Панорамавег — один із найпростіших маршрутів поблизу Цюриха та Люцерна. Це чудовий варіант для туристів і сімей, які хочуть побачити класичні швейцарські пейзажі без складного походу. Туристи їдуть гірським потягом Rigi до Rigi Kulm на висоті 1798 метрів. Потім вирушають панорамною стежкою, яка весело петляє вздовж скель і гірських вершин, звідки відкриваються захоплюючі краєвиди в усіх напрямках.</p>	
<p>Огляд Озера Люцер. Озеро незвичайне тим, що воно має дуже неправильну форму, з багатьма вигинами та поворотами та чотирма рукавами. Береги озера Люцерн частково утворені крутими горами, як-от Рігі та Пілатус, межують із казковими містами, як-от Люцерн і Веггіс, і є місцем найдавнішої історії Швейцарії. Три оригінальні кантони, які утворили Швейцарську федерацію 1 серпня 1291 року, Урі, Швіц і Унтервальден, торкаються озера, що створює одні з найкрасивіших ландшафтів у Швейцарії.</p>	

Місце відвідування	Світлина
<p>Відпочинок в Кляйне Шайдег (Kleine Scheidegg) — це вершина перевалу (2061 м над рівнем моря) між Ейгером (3967 м над рівнем моря) і Лауберхорном (2472 м над рівнем моря) у Бернських горах, яка з'єднує Гріндельвальд із Лаутербрунненом. На Кляйне Шайдег (Kleine Scheidegg) є готелі, ресторани, підйомники та станція двох зубчастих залізниць Wengernalpbahn та Jungfrauabahn.</p>	
<p>Хайкінг вздовж Бахальпзе (Bachalpsee) — одне з найкрасивіших високогірних озер Швейцарії, оточене польовими квітами та прикрашене неймовірним фоном льодовикових гір. Через наявність канатної дороги до Першої станції до озера можна дістатися всього за годину, незважаючи на те, що вона розташована на висоті 2265 м над рівнем моря. Існує також досить епічний оглядовий майданчик під назвою First Cliff Walk. Доріжка з перилами петляє вздовж краю скелі до оглядового майданчика з прозорою підлогою.</p>	

Місце відвідування	Світлина
<p>Похід Бріенцер-Ротхорн (The Brienzer Rothorn Nike)</p> <p>На висоті 2350 метрів над рівнем моря це не зовсім легка прогулянка, проте вражаючі краєвиди, спостереження за дикими козлами, кристалево чисте повітря та вода надають сили. Але порівняно з іншими стежками глибоко в Альпах, ця стежка – ідеальний баланс.</p>	
<p>Відпочинок в Лаутербруннен</p> <p>Лаутербруннен розташований в одній із найбільш вражаючих долин в Альпах, між гігантськими скелями та гірськими вершинами. Долина Лаутербруннен є однією з найбільших природоохоронних територій у Швейцарії: 72 гучні водоспади, відокремлені долини, барвисті альпійські луки та самотні гірські дворики</p> <p>Водоспад Штауббах перехоплює подих. Занурюючись майже на 300 метрів від навислої скелі, він є одним з найвищих вільно падаючих водоспадів у Європі</p>	
<p>Райншлухт (Rheinschlucht) розташований між Райхенау та Ланц поблизу Флімса в кантоні Граубюнден добре відомий як «Швейцарський Великий Каньйон». Одного разу відвідавши, ви, ймовірно, погодитеся з нами, що Райншлухт (також відомий як Ruinaulta або Рейнська ущелина) належить до списку найдивовижніших пам'яток Швейцарії.</p> <p>У вас є багато варіантів, як побачити найкращі оглядові точки.</p>	
<p>Швейцарський національний парк, який був першим, заснованим у Центральній Європі, створювався на території, повністю освоєній людиною. На цих землях повністю вирубувалися ліси, території забудовувалися. Тому вирішили покласти край господарську діяльність людини у місцевості і простежити за здатністю природи самовідновлюватися.</p> <p>Чудові альпійські луки, соснові гірські ліси та численні озера національного парку приваблюють туристів з усієї планети.</p>	

Додаток В
Паспорт маршруту



Технологічна карта туру

1.Маршрут	Київ – Варшава – Цюрих – Аппенцель – Люцерн (гора Пігі) – Озеро Люцерн – Кляйне Шайдегг – Гріндельвальд – Бріензер Роторн – Лаутербруннен – Райншлухт – Швейцарський національний парк – Цюрих – Варшава – Київ.
2.Тип маршруту	Комбінований
3.Загальний кілометраж	5323 км
4.Кількість туристичних груп	1
5.Кількість осіб у групі	До 10
6.Тип туру	Екотур, індивідуальний тур
7.Вид туризму	Екологічний
8.Тривалість туру	12 днів і 11 ночей

Додаток Д

Дорога з Києва до Швейцарії та в зворотньому напрямку



Kyiv-Pas.
Kyiv, Ukraine

19:26

15h 46min
Arrives next day

67 • Ukrainian Railways
Show stops ▾



Warszawa Wschodnia

10:12



Ukrainian Railways

Duration

15h 46min

How often

Once daily

Estimated price

€26–65

Schedules at

uz.gov.ua



Train exterior [Ukrainian Railways](#)



Train interior



[Poputno.info](#)

Train interior

[Liga.net](#)

Pricing Information

3rd class: €26–40

2nd class: €35–50

1st class: €55–80

До м. Цюрих



пон 15.05.

14:35

• Варшава

Аеропорт імені Фридерика Шопена (WAW)

Економ-клас



Swiss International Air Lines

2h

16:35

• Цюрих

Цюрих (ZRH)

• Прибуття в місце призначення

Цюрих



Поділитися

98 €

Забронювати

Продовження додатку Д


До м. Варшава

ЧТВ 25.05.

12:00

Цюрих
Цюрих (ZRH)

Економ-клас

 Swiss International Air Lines 1h 55m

13:55

Варшава
Аеропорт імені Фридерика Шопена (WAW)

Прибуття в місце призначення
Варшава

Поділитися

99 €

Забронювати

 Warszawa Wschodnia 17:45

17h 22min
Arrives next day

68 • Ukrainian Railways
Show stops ▾

 Kyiv-Pas. 12:07
Kyiv, Ukraine

ТОП продажів



ПЗУ Україна
★★★★★
196 відгуків

Програма Стандарт

10 опцій

У програмі

30 000 €

Страховий ліміт

279 ₪

Ціна

ПРИДБАТИ ОНЛАЙН

- ✓ Медична допомога
 - ✓ Оплата стоматології
 - ✓ Втрата багажу
 - ✓ Міжнародна компанія
 - ✓ SOS-service
 - ✓ Покриває ризики COVID-19
- Всі страхові опції ▾ Оплата та повернення

Туристичне страхування → Швейцарія, 15.05 - 26.05, 1 - ос. [змінити параметри](#)

Опції

Активності

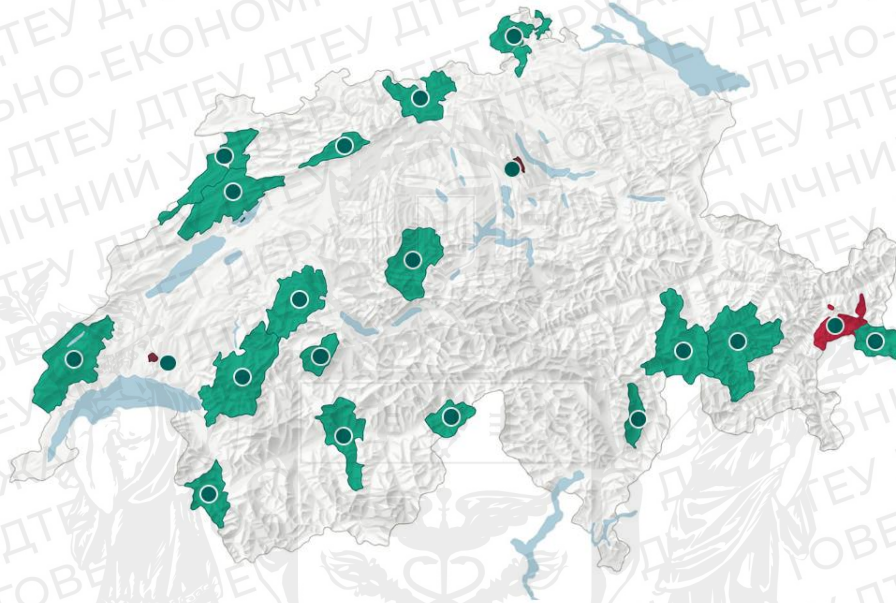
Компанія

Ліміт покриття: 30 000 €

Робота



Природні ресурси Швейцарії, розташування 20 унікальних Швейцарських парків



BACK TO NATURE

PARK TO PARK

20 parks of national importance have the “Swiss parks” label. They represent not just beautiful landscapes, rich biodiversity and high-quality cultural assets, but are also model regions of sustainable development.



FORESTS

About one third of Swiss territory is woodland.



The largest Swiss glacier is the Aletsch Glacier with over 20 km long, which is part of the UNESCO World Heritage “Jungfrau-Aletsch”.

FLORA AND FAUNA

46,000 plant, fungus and animal species are present in Switzerland. 3,800 of them feature on the red list of threatened and extinct species.

65,500 KM

= the total length of Swiss watercourses.



Product	Price in CHF in 2nd class	Price in CHF in 1st class
<u>Swiss Travel Pass 3 days</u>	232.–	369.–
<u>Swiss Travel Pass 4 days</u>	281.–	447.–
<u>Swiss Travel Pass 6 days</u>	359.–	570.–
<u>Swiss Travel Pass 8 days</u>	389.–	617.–
<u>Swiss Travel Pass 15 days</u>	429.–	675.–

Prices effective until 31.12.2023.

Prices and product specifications subject to change.

Product	Price in CHF in 2nd class	Price in CHF in 1st class
<u>Swiss Travel Pass Youth 3 days</u>	164.–	260.–
<u>Swiss Travel Pass Youth 4 days</u>	199.–	315.–
<u>Swiss Travel Pass Youth 6 days</u>	254.–	402.–
<u>Swiss Travel Pass Youth 8 days</u>	274.–	436.–
<u>Swiss Travel Pass Youth 15 days</u>	307.–	479.–

Prices effective until 31.12.2023.

Prices and product specifications subject to change.

Breakfast included



Hotel Appenzell

★★★★

Appenzell [Show on map](#) · 250 m from centre

Travel Sustainable property

Recommended for your group

5× **Double Room**

10 extra-large double beds

Free cancellation – no prepayment needed

You can cancel later, so lock in this great price today.

Fabulous **8.9**

429 reviews

Breakfast 9.5

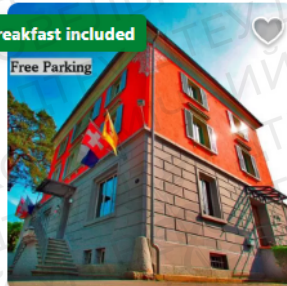
1 night, 10 adults

€ 1,291

Includes taxes and charges

[See availability](#)

Breakfast included



Free Parking

Gasthaus zur Waldegg; BW Signature

Collection

★★★★

Genius

Horw, Luzern [Show on map](#) · 3.1 km from centre

Recommended for your group

2× **Double Room with Queen Bed**

2 large double beds

Free cancellation

You can cancel later, so lock in this great price today.

3× **Twin Room**

6 single beds

Free cancellation

You can cancel later, so lock in this great price today.

Very good **8.1**

1,059 reviews

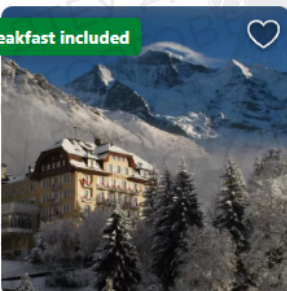
1 night, 10 adults

~~€ 1,000~~ **€ 910**

Includes taxes and charges

[See availability](#)

Breakfast included



Hotel Regina

★★★★

Wengen [Show on map](#) · 3.6 km from Kleine Scheidegg

Recommended for your group

5× **Standard Twin Room**

15 beds (10 singles, 5 sofa beds)

Free cancellation – no prepayment needed

You can cancel later, so lock in this great price today.

Very good **8.4**

383 reviews

Location 9.5

2 nights, 10 adults

€ 2,818

Includes taxes and charges

[See availability](#)

Breakfast included



Hotel Alpenblick

Grindelwald [Show on map](#) · 0.6 km from centre

Recommended for your group

1× **Family Room (6 Adults) with Private Bathroom**

6 single beds

Free cancellation

You can cancel later, so lock in this great price today.

4× **Bed in Dormitory Room**

4 beds in dormitories

4 single beds

Free cancellation

You can cancel later, so lock in this great price today.

Very good **8.2**

899 reviews

2 nights, 10 adults

€ 1,390

Includes taxes and charges

[See availability](#)

Breakfast included



Hotel Jungfraublick ★★★★ Genius

[Wengen](#) [Show on map](#) · 1.9 km from Lauterbrunnen

Travel Sustainable property

Recommended for your group

5× **Double Room with Forest View**

5 large double beds

Free cancellation

You can cancel later, so lock in this great price today.

Fabulous 8.8
825 reviews

Location 9.3

2 nights, 10 adults

~~€ 2,337~~ **€ 2,112** ⓘ

Includes taxes and charges

[See availability](#) >

Breakfast included



Gasthaus Rössli Genius

Managed by a private host

[Versam](#) [Show on map](#) · 2.1 km from map centre

Recommended for your group

1× **Single Room Schneemann with Shared Bathroom**

1 single bed

Free cancellation

You can cancel later, so lock in this great price today.

1× **Suite Calanda with Shared Bathroom**

Private suite · 1 bedroom · 1 living room

1 double bed

Free cancellation

You can cancel later, so lock in this great price today.

1× **Family Room Schaf with Shared Bathroom**

3 double beds

Free cancellation

You can cancel later, so lock in this great price today.

Very good 8.3
99 reviews

2 nights, 10 adults

~~€ 1,426~~ **€ 1,307** ⓘ

Includes taxes and charges

[See availability](#) >

Breakfast included



Hotel Spöl Restaurant Genius

[Zernez](#) [Show on map](#) · 100 m from Swiss National Park Visitor Centre

Travel Sustainable property

Recommended for your group

5× **Superior Double Room**

10 single beds

Very good 8.4
610 reviews

1 night, 10 adults

~~€ 986~~ **€ 888** ⓘ

Includes taxes and charges

[See availability](#) >

Breakfast included



Hotel Marta ★★ 📍 🏆 Genius

City Centre, Zürich [Show on map](#) 1 km from centre

🌱 Travel Sustainable property

Recommended for your group

1× **Budget Single Room**

1 single bed

Free cancellation

You can cancel later, so lock in this great price today.

2× **Large Double Room**

2 large double beds

Free cancellation

You can cancel later, so lock in this great price today.

2× **Triple Room**

4 beds (2 singles, 2 large doubles)

Free cancellation

You can cancel later, so lock in this great price today.

Very good 8.2
1,813 reviews

Location 9.4

1 night, 10 adults

~~€ 1,294~~ **€ 1,183** ⓘ

Includes taxes and charges

[See availability >](#)

