

Міністерство освіти і науки України  
Національний технічний університет  
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

(інститут)

Фінансово-економічний факультет

(факультет)

Кафедра туризму та економіки підприємства

(повна назва)

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**  
**кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра**

(бакалавра, магістра)

Здобувача вищої освіти Мирошніченко Аліси Романівни

(П І Б)

академічної групи 242-21-1

(шифр)

спеціальності 242 Туризм

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Туризм»

(офіційна назва)

на тему «Стан та перспективи розвитку національних парків України як рекреаційних об'єктів»

(назва за наказом ректора)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	Захарова С.Г.			
розділів:				
1. Аналітичний	Захарова С.Г.			
2. Проєктний	Захарова С.Г.			
Рецензент	Юхновська Ю.О.			
Нормоконтролер	Безугла Л.С.			

Дніпро  
2025

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

завідувач кафедри туризму та  
економіки підприємства  
(повна назва)

Л.С. БЕЗУГЛА

(підпис) (ініціали та прізвище)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 року

**ЗАВДАННЯ**  
**на кваліфікаційну роботу**  
**ступеня бакалавра**  
(бакалавра, магістра)

здобувача вищої освіти Мирошніченко А.Р. академічної групи 242-21-1

(прізвище та ініціали)

(шифр)

спеціальності 242 Туризм

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Туризм»

(офіційна назва)

на тему «Стан та перспективи розвитку національних парків України як рекреаційних об'єктів»

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від

№

<b>Розділ</b>	<b>Зміст</b>	<b>Термін виконання</b>
Аналітичний	Оцінка діяльності туристичної агенції «Partner Tour» та її можливості співпраці з природоохоронними територіями	01.04.2025
Проектний	Розробка та просування нового туристичного продукту та «Partner Tour» на базі НПП «Великий Луг»	01.05.2025
Оформлення кваліфікаційної роботи бакалавра		01.06.2025

Завдання видано \_\_\_\_\_

(підпис керівника)

С.Г. Захарова

(ініціали та прізвище)

Дата видачі

Дата подання до екзаменаційної комісії

Прийнято до виконання \_\_\_\_\_

(підпис здобувача вищої освіти)

А.Р. Мирошніченко

(ініціали та прізвище)

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «PARTNER TOUR» ТА ЇЇ МОЖЛИВОСТІ СПІВПРАЦІ З ПРИРОДООХОРОННИМИ ТЕРИТОРІЯМИ	
1.1. Сучасний стан національних парків та заповідників України як рекреаційних об’єктів.....	7
1.2. Тенденції та перспективи формування попиту на відвідування національних парків.....	17
1.3. Аналіз діяльності ТА «Partner Tour» та перспективи співпраці з національними парками України.....	26
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ НОВОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ТА «PARTNER TOUR» НА БАЗІ НПП «ВЕЛИКИЙ ЛУГ»	
2.1. Проектування екотуристичного маршруту до НПП «Великий Луг».....	38
2.2. Економічне обґрунтування впровадження нового туристичного маршруту.....	47
2.3. Просування нового туристичного маршруту.....	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58

## ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Національні парки України відіграють важливу роль у збереженні природного багатства країни, охороні біорізноманіття та сприяють розвитку сталого туризму. В умовах глобальних змін, таких як зміна клімату, урбанізація та зменшення природних ресурсів, роль національних парків стає ще більш важливою. У той самий час, національні парки можуть стати важливими об'єктами для розвитку екологічного та рекреаційного туризму, що не тільки сприяє збереженню природи, а й стає значущим економічним фактором для місцевих громад. Перспективи співробітництва між національними природними парками та туристичними компаніями відкривають нові можливості для створення та просування екологічних туристичних продуктів, що можуть залучити внутрішніх і міжнародних туристів.

Таке співробітництво має величезний потенціал для розвитку, адже туристичні компанії здатні забезпечити необхідну інфраструктуру, маркетинг та організацію екологічних турів, що відповідають принципам сталого розвитку. Водночас, національні парки можуть надати унікальні природні ресурси, які привертають увагу туристів. Крім того, ці парки виступають важливими центрами для екологічної освіти та просвітницької діяльності, що допомагає формувати відповідальне ставлення до природи серед відвідувачів. Спільні зусилля в рамках співпраці можуть забезпечити підтримку природоохоронних ініціатив та збільшити обсяги інвестицій у розвиток інфраструктури. Зважаючи на це, актуальність дослідження перспектив розвитку співробітництва національних парків та туристичних компаній зростає, оскільки це дозволяє ефективно поєднувати збереження природних ресурсів з економічними вигодами для місцевих громад та розвитку екологічного туризму, створюючи нові можливості для сталого розвитку українських регіонів.

Актуальність і практична значущість вказаних питань зумовили вибір теми, мету й завдання кваліфікаційної роботи бакалавра.

Метою дослідження є вивчення сучасного стану національних парків України та їх ролі як рекреаційних об'єктів, а також аналіз перспектив співпраці між туристичними агентствами і природоохоронними територіями, зокрема розробка нового екотуристичного маршруту до Національного природного парку «Великий Луг» на прикладі туристичної агенції «Partner Tour».

Досягнення мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- дослідити сучасний стан національних парків та заповідників України як рекреаційних об'єктів;
- проаналізувати тенденції та перспективи формування попиту на відвідування національних парків в Україні;
- проаналізувати діяльність туристичної агенції «Partner Tour» та можливості її співпраці з національними парками України;
- розробити екотуристичний маршрут до Національного природного парку «Великий Луг» як новий туристичний продукт;
- провести економічне обґрунтування впровадження нового туристичного маршруту;
- розробити стратегію просування нового туристичного маршруту серед потенційних клієнтів туристичної агенції «Partner Tour».

Об'єкт дослідження – процес розвитку екологічного туризму в Україні через співпрацю туристичних агентств та національних природних парків, зокрема процес розробки, впровадження та просування екотуристичних маршрутів на базі природоохоронних територій.

Предмет дослідження – екотуристичні маршрути, розробка нових туристичних продуктів на базі національних природних парків, економічні аспекти впровадження цих продуктів та стратегії їх просування.

У процесі роботи використано такі методи: аналіз – для оцінки сучасного стану національних парків та заповідників України як рекреаційних об'єктів,

а також для визначення тенденцій і перспектив попиту на їх відвідування; метод порівняння – для порівняння різних моделей співпраці між туристичними агентствами та національними парками, а також для аналізу ефективності екотуристичних маршрутів; синтез – для об'єднання даних про діяльність туристичних агентств та природоохоронних територій з метою формування рекомендацій щодо розвитку нових туристичних продуктів; економічного аналізу – для розробки економічного обґрунтування нових туристичних маршрутів.

Інформаційна база. Внутрішні звіти, фінансові документи та маркетингові матеріали туристичної агенції, що використовуються для аналізу ефективності діяльності та прогнозування результатів від нових туристичних маршрутів; роботи у сфері туризму, туристичної діяльності та маркетингу; статті, блоги, відгуки, що допомагають оцінити конкурентне середовище та знайти ідеї для розвитку туристичних продуктів.

Апробація результатів. Результати дослідження опубліковані у матеріалах Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених та здобувачів вищої освіти «Розвиток туристичного бізнесу та рекреації: досвід, сучасні виклики та майбутні орієнтири» (16-17 квітня 2025 р.) м. Одеса за темою: «Перспективи формування попиту на відвідування національних парків як рекреаційних територій» [16].

Практичне значення полягає у створенні нового туристичного продукту, що сприяє розвитку екотуризму через співпрацю з національними парками. Маршрут «Екотур вихідного дня – Великий Луг» може залучати туристів і підтримувати місцеві громади.

Структура роботи. Кваліфікаційна бакалаврська робота побудована відповідно до поставленої мети, дослідницьких завдань і загальної структури дослідження. Вона включає вступ, два розділи, висновки та перелік використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 57 сторінок, до неї входять 7 рисунків, 16 таблиць та 31 джерело літератури.

## РОЗДІЛ 1

### ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «PARTNER TOUR» ТА ЇЇ МОЖЛИВОСТІ СПІВПРАЦІ З ПРИРОДООХОРОННИМИ ТЕРИТОРІЯМИ

#### 1.1. Сучасний стан природоохоронних територій України як рекреаційних об'єктів

Національні природні парки (НПП) є важливими об'єктами природно-заповідного фонду України, відіграючи ключову роль у збереженні біорізноманіття та розвитку екологічного туризму. Станом на початок 2022 р. в Україні функціонувало 53 національні природні парки, що охоплювали площу понад 1,1 млн гектарів, що становить приблизно 1,84% території країни [7].

Заповідники України – це особлива категорія природно-заповідного фонду, яка відіграє ключову роль у збереженні унікальних екосистем, біорізноманіття, рідкісних та зникаючих видів флори й фауни. Вони мають найвищий природоохоронний статус і створюються для збереження природних комплексів у первозданному стані, проведення наукових досліджень, екологічного моніторингу та екопросвітницької діяльності [9].

Загалом, природно-заповідний фонд України нараховує 8633 території та об'єкти загальною площею 4,1 млн гектарів, що становить 6,8% площі країни. До його складу входять 5 біосферних заповідників, 19 природних заповідників, 53 національні природні парки, 85 регіональних ландшафтних парків, 3398 заказників, 3580 пам'яток природи, 802 заповідних урочища, 28 ботанічних садів, 13 зоопарків, 62 дендропарки та 588 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва [19].

Національні природні парки розташовані в усіх природно-географічних зонах України – від Полісся до Карпат і Кримських гір. Однак, частина з них наразі знаходиться на тимчасово окупованих територіях.

Більшість національних природних парків України володіють значним природно-рекреаційним потенціалом, що зумовлено поєднанням унікальних ландшафтів, різноманіття флори та фауни, наявністю історико-культурної спадщини, облаштованих екологічних стежок, а також інфраструктурних об'єктів для прийому туристів. Такий потенціал дає можливість організувати різноманітні види туризму – від активного (пішохідного, велосипедного, водного, гірського) до пізнавального, оздоровчого та екологічного в умовах повоєнного часу.

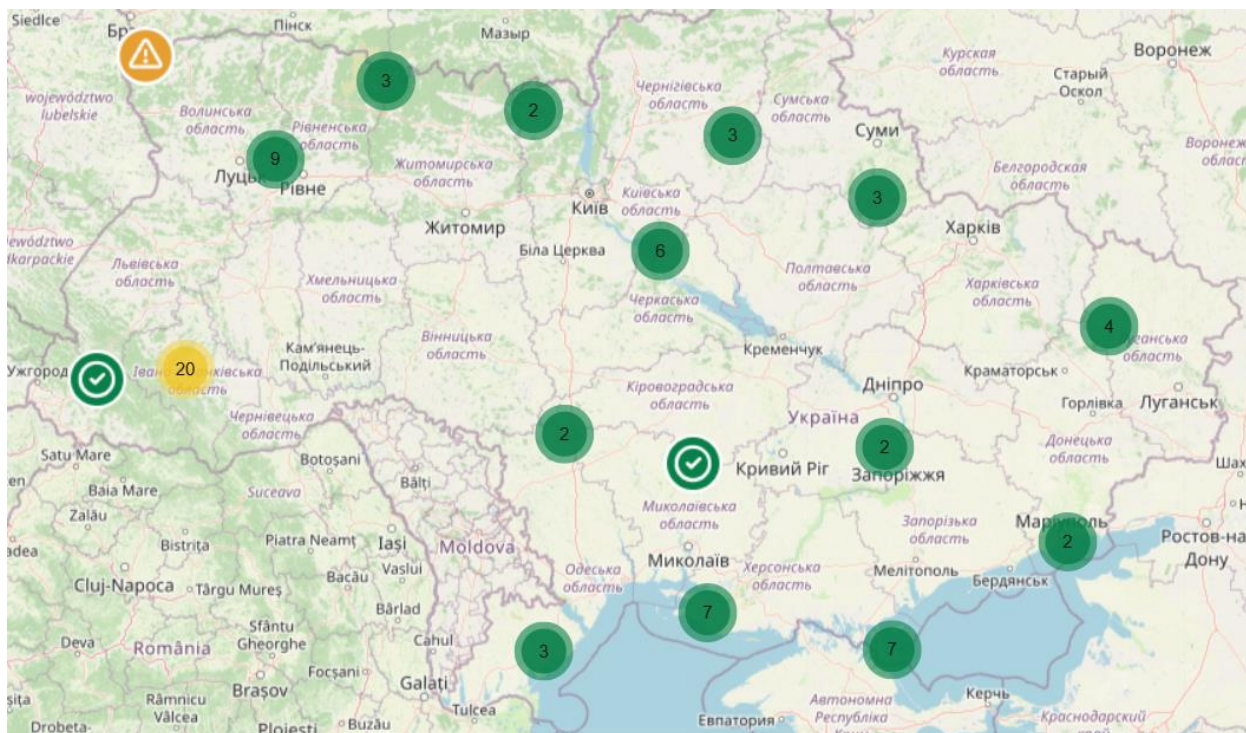


Рисунок 1.1 – Географічне розташування національних природних парків та заповідників України

Джерело: сформовано автором на основі [19]

Приклади провідних національних природних парків України:

– національний природний парк «Карпатський» – один із найстаріших і найвідоміших парків, заснований у 1980 р. Парк розташований у межах Івано-Франківської області, має площу понад 50 тис. га і є частиною світової природної спадщини ЮНЕСКО як частина букових пралісів Карпат. Пропонує туристам маршрути до гір Говерла, Петрос, Несамовите озеро, традиційні гуцульські поселення, фестивалі тощо;

– національний природний парк «Синевир» – розташований у Закарпатській області, навколо найвідомішого гірського озера України – Синевир. Парк площею понад 40 тис. га має добре розвинену туристичну інфраструктуру: еколого-освітні стежки, етнографічний центр, реабілітаційний центр бурих ведмедів, кемпінги;

– національний природний парк «Шацький» – розташований у Волинській області, відомий великою кількістю озер (більше 30), серед яких найбільше в Україні – озеро Світязь. Парк пропонує оздоровчий, водний, велосипедний і пішохідний туризм. Він активно використовується як рекреаційна зона національного значення;

– національний природний парк «Подільські Товтри» – розташований у Хмельницькій області, займає територію понад 260 тис. га, є найбільшим національним парком України. Включає унікальні геологічні утворення – товтри, частину каньйону річки Смотрич, Кам'янець-Подільську фортецю та численні об'єкти духовної спадщини;

– національний природний парк «Гуцульщина» – створений для збереження етнокультурних традицій Гуцульщини, охоплює природні багатства Покутсько-Буковинських Карпат. Тут активно розвивається зелений і культурно-пізнавальний туризм, народні промисли, гастрономічні тури;

– національний природний парк «Тузлівські лимани» – розташований на півдні Одеської області, у дельті Дунаю, включає унікальні прибережно-водні екосистеми, де мешкає понад 260 видів птахів. Парк є ключовим для спостереження за птахами (birdwatching), розвитку екологічного туризму й освіти [19].

Станом на 2025 р. в Україні офіційно функціонує 19 природних заповідників. Разом з іншими об'єктами природно-заповідного фонду (національними парками, заказниками, заповідними урочищами тощо) вони займають близько 6,8% території України. Заповідники охоплюють різні природні зони: Полісся, Карпати, Лісостеп, Степ, а також узбережжя Чорного та Азовського морів (у довоєнний період).

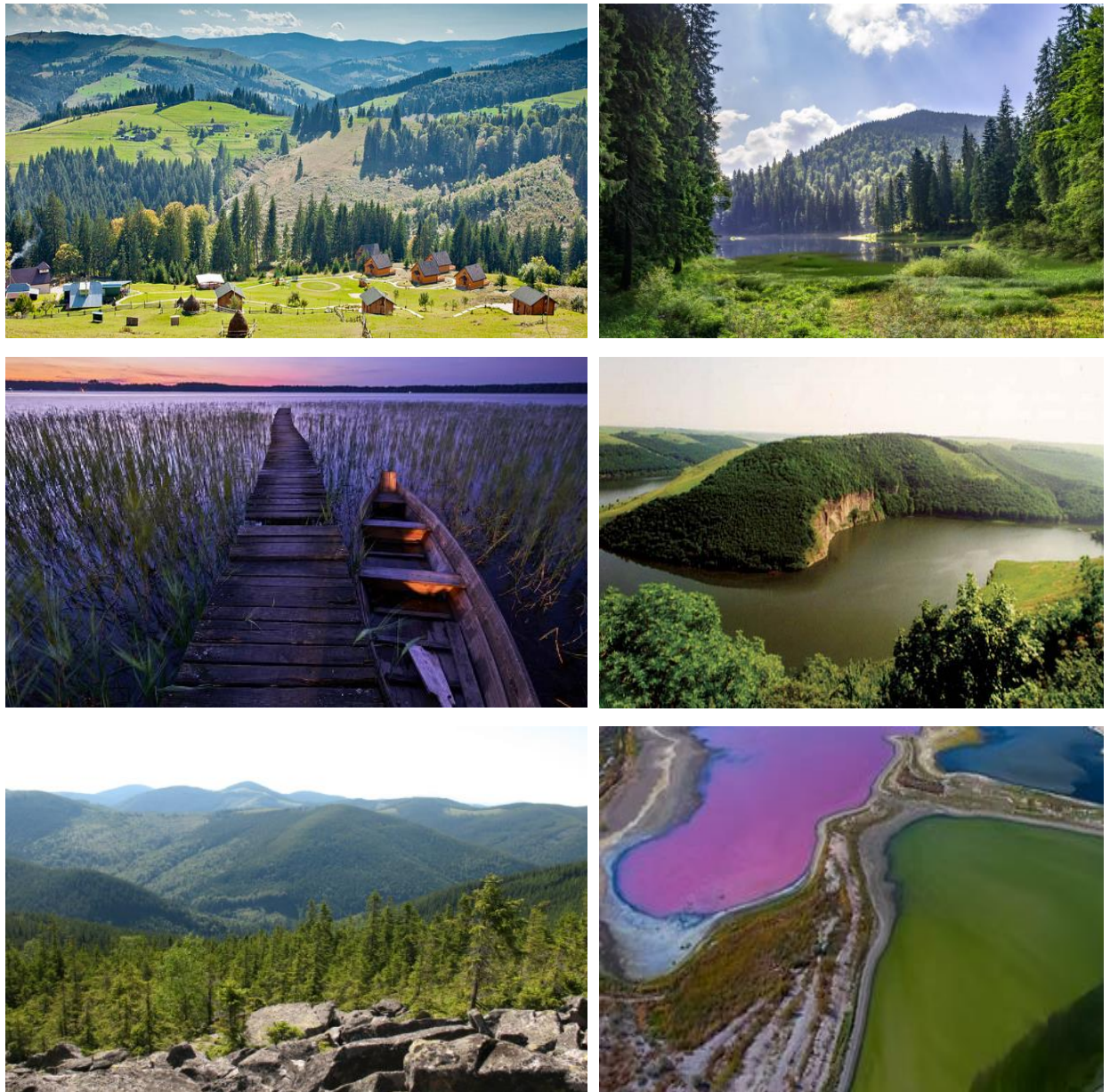


Рисунок 1.2 – Природа провідних національних природних парків України

Джерело: сформовано автором на основі [19]

Характерні риси: на території природних заповідників заборонено будь-яке господарське використання, включаючи полювання, рибальство, будівництво, рекреаційне навантаження тощо; рекреаційна діяльність тут вкрай обмежена або заборонена, допускається лише еколого-просвітницька діяльність у суворо контрольованих умовах; доступ для туристів можливий лише за погодженням із адміністрацією заповідника та у супроводі фахівців.

Провідні заповідники України із зазначенням їхнього поточного статусу:

1. Асканія-Нова (Херсонська область) – найбільший біосферний заповідник України, відомий своєю степовою екосистемою, зоопарком та дендропарком, включений до переліку біосферних резерватів ЮНЕСКО. Функціонує на поточний час.

2. Карпатський біосферний заповідник (Закарпатська область) – охоплює унікальні карпатські ліси, альпійські луки, гірські озера, з більш ніж 2000 видами рослин і понад 1000 видами тварин. Функціонує на поточний час.

3. Чорноморський біосферний заповідник (Миколаївська область) – найбільший за площею заповідник України, що є важливим місцем гніздування та міграції птахів, частково охороняється міжнародними природоохоронними програмами. Частково недоступний через окупацію.

4. Дунайський біосферний заповідник (Одеська область) – охоплює дельту Дунаю, з болотами, плавнями та озерами, одна з найбільших орнітологічних територій Європи. Функціонує на поточний час.

5. Дніпровсько-Орільський заповідник (Дніпропетровська область) – розташований на місці злиття річок Дніпро та Оріль, охоплює рідкісні заплавні екосистеми, лісові масиви, болота та степи. Частково не доступний на поточний час.

6. Луганський природний заповідник (Луганська область) – складається з кількох філій, що включають степові, балкові та річкові ландшафти, однак з 2014 року частково перебуває в зоні бойових дій. Частково недоступний через окупацію.

7. Поліський природний заповідник (Житомирська область) – охоплює типові поліські ліси, болота та озера, є місцем збереження рідкісних видів птахів, земноводних і хижих ссавців. Функціонує на поточний час.

8. Медобори (Тернопільська область) – територія, яка охоплює унікальні геологічні формації Поділля та багатий біорізноманіття флори й фауни. Функціонує на поточний час.

Таким чином, частина заповідників продовжує функціонувати, однак кілька з них наразі знаходяться під впливом окупації або бойових дій, що обмежує доступ до них [15].

Природний заповідник «Дніпровсько-Орільський» – це унікальна природоохоронна територія України, створена 15 вересня 1990 р. на базі загальнозоологічного та орнітологічного заказників «Таромські плавні» та «Обухівські заплави». Розташований у Дніпровському районі Дніпропетровської області, заповідник охоплює площу 3766,2 гектара, з яких 203 гектари припадають на водні об'єкти.

Заповідник розташований між річками Дніпро та Оріль, включаючи їхні заплави та прилеглі території. Територія складається з двох основних терас: добре розвиненої заплавної тераси шириною до 2 км, яка простягається вздовж Дніпра на 16 км, та другої тераси, що займає центральну та північну частини заповідника. Рельєф представлений алювіальними формами, ускладненими еоловими процесами, з численними протоками, озерами та болотами.

Флора заповідника налічує 848 видів судинних рослин. Серед них 12 видів занесені до Червоної книги України, зокрема ковила дніпровська, зозулинці шоломоносний і болотний, коручка болотна, шафран сітчастий, сальвінія плаваюча та водяний горіх плаваючий. Також тут зростають рідкісні для регіону види, такі як тюльпани, чорноклен та сон-трава.

Фауна заповідника представлена понад 4300 видами тварин, з яких 25 занесені до Червоної книги України. Серед них 44 види ссавців, включаючи лося, сарну, оленя, дикого кабана, зайця сірого, ондатру, енота уссурійського, бобра, куницю, горностая та борсука. Орнітофауна налічує 162 види птахів, серед яких чаплі, лелеки та різноманітні хижі птахи. У водоймах мешкає 45 видів риб, зокрема щука, карась сріблястий, плітка, лин, лящ, судак та окунь.

«Дніпровсько-Орільський» є єдиним в Україні заповідником, що репрезентує переважно азональні прирічкові біоценози. Він відіграє важливу роль у збереженні біорізноманіття долини Дніпра та заплави його притоки – річки Оріль. Однак територія заповідника зазнає значного антропогенного

тиску, що створює реальну загрозу існуванню сучасних екосистем, незважаючи на наявність заповідного режиму [20].



Рисунок 1.3 – Природа заповідника «Дніпровсько-Орільський» (Дніпропетровська область)

Джерело: сформовано автором на основі [20]

Хоча заповідник має значний природно-рекреаційний потенціал, його інфраструктура залишається недостатньо розвиненою. Брак інвестицій, застаріла матеріально-технічна база та обмежене фінансування гальмують розвиток повноцінного рекреаційного функціоналу. Розвиток екологічного туризму та створення відповідної інфраструктури сприятиме не лише збереженню природних комплексів, але й залученню додаткових ресурсів для охорони та відновлення екосистем заповідника.

Національні природні парки та заповідники відіграють важливу роль не лише в охороні природи, а й у формуванні позитивного іміджу України як туристично привабливої країни. Їх популярність серед туристів зростає щороку, що свідчить про потребу у сталому управлінні рекреаційним навантаженням і збереженні екосистем.

Попри наявність значного природно-рекреаційного потенціалу, інфраструктурне забезпечення більшості національних природних парків та заповідників України загалом залишається на недостатньому рівні. Лише орієнтовно 40% національних парків та заповідників мають належно

облаштовані елементи туристичної інфраструктури, такі як екологічні стежки з інформаційними табличками, відвідувальницькі центри, маршрутизовані туристичні стежки, оглядові майданчики, кемпінгові зони, парковки, зони для пікніків, біотуалети та інформаційні стенди. Решта парків (заповідників) або мають обмежену інфраструктуру, або її відсутність узагалі, що суттєво знижує рівень комфорту для відвідувачів і стримує зростання туристичних потоків [13].

Ключовими проблемами, що перешкоджають розвитку повноцінного рекреаційного функціоналу, є хронічний брак фінансування з державного бюджету, застаріла матеріально-технічна база, відсутність системного підходу до просторового планування інфраструктури, а також недостатній рівень залучення приватних інвестицій і партнерств у сфері екотуризму. У багатьох випадках співробітники парків та заповідників змушені обслуговувати великі території з обмеженими ресурсами, що унеможливорює систематичне обслуговування існуючих туристичних об'єктів та розширення нових маршрутів.

Крім того, ускладнює ситуацію недосконала нормативно-правова база Закон України «Про природно-заповідний фонд» [1], яка не завжди враховує потреби сталого рекреаційного розвитку, збереження природного середовища та використання територій у туристичних цілях. Обмежена маркетингова діяльність парків та заповідників, слабка цифрова присутність та нерозвинуті канали комунікації з потенційними туристами також знижують впізнаваність і привабливість НПП серед широкої аудиторії.

Для подолання цих викликів необхідним є створення умов для публічно-приватного партнерства, модернізація інфраструктури, залучення донорських коштів та грантів, а також підвищення кваліфікації персоналу парків та заповідників у сфері туризму та рекреації. Комплексне стратегічне планування з урахуванням принципів сталого розвитку дозволить національним паркам та заповідникам України стати не лише осередками збереження біорізноманіття, а й конкурентоспроможними туристичними дестинаціями [12].

Повномасштабна збройна агресія російської федерації проти України, розпочата у лютому 2022 р., спричинила масштабні руйнування і значний негативний вплив на природоохоронні території, зокрема на національні природні парки та заповідники. Частина опинилася в зоні активних бойових дій або на тимчасово окупованих територіях, що суттєво ускладнило або повністю унеможливило виконання їхніх функцій.

Зокрема, такі парки як «Меотида», «Азово-Сиваський», «Джарилгацький», «Олешківські піски», «Святі Гори», «Великий Луг», а також частково «Гузлівські лимани» зазнали нищівних екологічних і інфраструктурних втрат. У багатьох з них припинено туристичну діяльність, персонал був змушений евакуюватися, а сама територія – замінована, засмічена залишками боєприпасів, або зазнала масових пожеж та вибухів [23].

Руйнування адміністративних будівель, інфраструктурних об'єктів (екостежок, центрів відвідувачів, мостів), знищення туристичних маршрутів та втрата технічного забезпечення унеможливають подальше повноцінне функціонування цих об'єктів навіть після звільнення територій.

Окрім прямих наслідків війни, значно зросли ризики вторинного антропогенного впливу: незаконна вирубка лісів, браконьєрство, викрадення червонокнижних видів, руйнування середовищ існування тварин, самовільне забудовування заповідних зон. В умовах ослабленого державного контролю, часткової дестабілізації екологічного нагляду та знижених фінансових ресурсів, екосистеми парків перебувають у критичній зоні ризику.

Особливо небезпечною є ситуація на півдні та сході України, де не лише зруйновано природоохоронну інфраструктуру, але й порушено міграційні маршрути птахів, водно-болотні екосистеми, унікальні піщані й степові ландшафти. Таким чином, війна створює багатомірні загрози для біорізноманіття, сталого природокористування та екологічної безпеки України в цілому [23].

У післявоєнний період національні природні парки та заповідники України можуть і мають стати важливими драйверами регіонального

розвитку, екологічної відбудови та соціального відновлення. Їхній потенціал полягає у здатності поєднувати охорону природи з розвитком сталого туризму, екологічної освіти та зайнятості місцевого населення.

По-перше, національні парки та заповідники можуть виступати осередками розвитку екотуризму як одного з найбільш перспективних напрямів сталого економічного зростання. Після завершення воєнних дій попит на внутрішній туризм суттєво зросте, і саме екологічно чисті, природні дестинації матимуть високий рівень привабливості, що створить можливості для розвитку малого та середнього підприємництва, зокрема в галузях обслуговування туристів (проживання, харчування, супровід, перевезення тощо).

По-друге, національні парки та заповідники здатні створювати нові робочі місця у сферах природоохоронної діяльності, екскурсійного супроводу, досліджень, екопросвітницьких програм. Такі «м'які» форми зайнятості не вимагають великих інвестицій, але сприяють соціальній стабілізації, особливо у сільських і постраждалих громадах.

По-третє, національні парки та заповідники можуть виконувати функцію психологічної реабілітації населення через контакт з природою, тишу, споглядання ландшафтів і участь у волонтерських ініціативах (наприклад, екотолоки, висадка лісів, екопросвіта дітей). Такі активності мають терапевтичний ефект, сприяють зменшенню рівня стресу, а також формують нову екологічну культуру населення.

Для реалізації цього потенціалу необхідно: відновити пошкоджену інфраструктуру парків та заповідників; залучити донорські та міжнародні кошти; створити програми психологічної реабілітації через природу; підвищити кваліфікацію працівників; активізувати міжсекторальну співпрацю (державу, громади, бізнес) [24].

Таким чином, національні природні парки можуть стати ключовими інструментами післявоєнного еколого-соціального відновлення України,

забезпечуючи поєднання охорони природи, економічної стабільності та покращення якості життя населення.

## **1.2. Тенденції та перспективи формування попиту на відвідування національних парків як рекреаційних територій**

У XXI ст. національні парки в усьому світі, зокрема в Україні, стають дедалі привабливішими як об'єкти рекреації, туризму, оздоровлення та екологічного просвітництва, що зумовлено рядом соціальних, економічних, екологічних і психологічних чинників.

### **1. Зростання популярності еко-туризму та сталого туризму:**

– люди все частіше обирають екологічно чисті й безпечні місця відпочинку, які сприяють гармонії з природою, зниженню стресу та відновленню ментального здоров'я;

– відпочинок у національних парках розглядається як альтернатива масовому туризму, орієнтованого на розваги та великі скупчення людей.

### **2. Підвищення екологічної свідомості суспільства:**

– більше туристів зацікавлені у відвідуванні природоохоронних територій не лише для відпочинку, а й для навчання, спостереження за дикою природою, участі у волонтерських ініціативах;

– молодь та сім'ї з дітьми обирають національні парки як платформу для екологічного виховання.

### **3. Популяризація внутрішнього туризму:**

– через війну, економічні труднощі та логістичні обмеження українці дедалі більше звертаються до подорожей всередині країни;

– національні природні парки стають одними з основних цілей для одноденних і вікенд-турів.

4. Актуальність відпочинку на природі після пандемії COVID-19 – пандемія спричинила зміну моделей споживання туристичних послуг. Тепер

природні локації з низькою щільністю туристів, чистим повітрям та можливістю активного дозвілля є більш привабливими [22].

Національні природні парки України відіграють важливу роль у розвитку екологічного туризму завдяки своїй природній цінності та багатому біорізноманіттю. Вони привертають значну кількість туристів завдяки унікальним природним ландшафтам, різноманітним рекреаційним можливостям, а також збереженню екосистем, що створює сприятливі умови для розвитку туризму на цих територіях. Оскільки рекреаційний потенціал національних природних парків України неодноразово підкреслюється в дослідженнях, відвідуваність таких об'єктів може бути показником якості екологічних маршрутів і наявності відповідної інфраструктури для туристів.

Зокрема, Шацький національний природний парк, розташований в західній частині України, у літній період 2023 р. був відвіданий близько 150 тисячами туристів, що свідчить про високий рівень інтересу до природного середовища та можливостей для оздоровчого відпочинку, зокрема відпочинку на озерах, що є основними природними ресурсами цього парку. Даний парк є одним з найбільших водно-болотних комплексів в Україні, що приваблює не тільки українських, а й іноземних туристів [29].

Національний природний парк «Синевир», розташований на заході України, у Карпатах, у 2024 р. прийняв 149,6 тисячі гостей. Це показник значного попиту на туристичні послуги в Карпатах, де туристи можуть насолоджуватися гірськими ландшафтами, природними водоемами, а також культурними особливостями гуцульської культури. Такий рівень відвідуваності свідчить про популярність екологічного туризму та поступове збільшення числа мандрівників, зацікавлених у відвідуванні національних природних парків [17].

Ці дані підкреслюють значний інтерес до природних та рекреаційних ресурсів України, що відкриває нові можливості для розвитку інфраструктури і подальшого розвитку екологічного туризму в країні.

Попри зростання інтересу до природоорієнтованого туризму та національних парків, попит на їх відвідування досі стримується низкою системних та ситуаційних чинників, розглянемо їх детальніше:

### 1. Недостатній рівень туристичної інфраструктури:

– відсутність базових умов для комфортного перебування туристів на території парків – часто немає належно облаштованих кемпінгів, туристичних притулків, туалетів, пунктів питної води, місць для відпочинку, навісів чи зупинок;

– слабкий розвиток транспортної доступності – відсутність зручних під'їзних шляхів, громадського транспорту або навігації у віддалених регіонах, де розташовані парки;

– брак розмічених туристичних маршрутів (трейлів), велодоріжок, еко-стежок, якісних карт або аудіогідів;

– у багатьох парках відсутнє технічне забезпечення: точки зарядки пристроїв, Wi-Fi-зони, сучасні центри обслуговування відвідувачів.

Все це створює дискомфорт для туристів та знижує якість рекреаційного досвіду.

### 2. Недостатня інформаційна підтримка та реклама:

– низький рівень інформування про унікальність та можливості відпочинку в конкретних національних парках (багато з них відомі лише фахівцям або місцевим жителям);

– відсутність сучасних сайтів, мобільних застосунків, соцмереж, де туристи могли б знайти актуальну інформацію: маршрути, ціни, розклад, сезонність;

– неопрацьований брендінг більшості парків: відсутність фірмового стилю, туристичних логотипів, привабливих легенд чи історій для залучення емоційного інтересу;

– слабка співпраця з туристичними агентствами, гідами, тревел-блогерами, які можуть просувати природні парки серед своєї аудиторії.

### 3. Військові дії та загроза безпеці:

– частина парків опинилася на тимчасово окупованих територіях або в зоні активних бойових дій (наприклад, «Меотида», «Азово-Сиваський НПП», «Олешківські піски»);

– багато територій у лісах, степах і прибережних зонах заміновані або становлять потенційну небезпеку через залишки боєприпасів;

– навіть у відносно безпечних регіонах поширюється насторожене ставлення туристів до поїздок у малонаселені природні зони через страх перед ракетними обстрілами чи відсутність укриттів.

#### 4. Обмежене фінансування та управлінська пасивність:

– більшість парків функціонують на мінімальному бюджетному забезпеченні, що не дозволяє їм розвивати інфраструктуру, модернізувати послуги або здійснювати ефективний маркетинг;

– низька заробітна плата персоналу, відсутність достатньої кількості кваліфікованих спеціалістів з туризму, менеджменту, екопросвітництва;

– часто бракує ініціативності щодо пошуку партнерів, співпраці з бізнесом, подання заявок на грантове фінансування (у т.ч. міжнародне);

– відсутність чіткої моделі взаємодії парків з туристичним бізнесом, обмежена гнучкість у використанні коштів та ресурсів [15].

Попри значний природний і рекреаційний потенціал національних парків України, існуючі обмеження гальмують формування стабільного попиту на їх відвідування (табл. 1.1). Для подолання цих бар'єрів необхідна комплексна стратегія, що включатиме: модернізацію інфраструктури; залучення інвестицій; маркетингову активність; забезпечення безпеки; партнерство з туристичними агенціями та громадами. У довоєнний період національні природні парки України демонстрували значний потенціал для розвитку туризму завдяки різноманітності природних ландшафтів, культурній спадщині та можливостям для активного й пізнавального відпочинку.

Таблиця 1.1 – Перспективи формування попиту на відвідування національних природних парків України

Часовий горизонт	Перспективні напрями
Коротко-строкові (1–3 роки)	Формування нових внутрішніх туристичних маршрутів із включенням НПП
	Розвиток цифрових сервісів: мобільні додатки, віртуальні тури, 3D-карти
	Популяризація форматів slow travel, пішого, велосипедного, водного туризму
	Активізація шкільного та молодіжного туризму на базі природних парків
Середньо-строкові (3–5 років)	Створення регіональних туристичних кластерів навколо НПП у партнерстві з бізнесом
	Залучення грантових коштів та іноземних інвестицій для розвитку інфраструктури
	Інтеграція НПП у державну стратегію відновлення України
	Розширення співпраці з туристичними агенціями, які розроблятимуть авторські еко-маршрути
Довго-строкові (5–10 років)	Трансформація НПП у центри екологічного, оздоровчого та освітнього туризму
	Розробка реабілітаційних програм для військових, ВПО та осіб із ПТСР
	Створення зелених інноваційних хабів для навчання, досліджень, волонтерства

Джерело: сформовано автором на основі [11, 27]

Деякі з них уже тоді слугували прикладами ефективного залучення туристів і розвитку екологічного, рекреаційного та культурного туризму. У повоєнний час цей потенціал набуває особливого значення як ресурс відновлення територій, підтримки місцевих громад та формування стійкої туристичної інфраструктури. Нижче подано табл. 1.2 з прикладами таких національних парків і ключовими напрямками їх туристичного використання.

Сучасний попит на національні парки України як рекреаційні території зростає, і ця тенденція буде лише посилюватися у майбутньому. За умови інвестицій в інфраструктуру, посилення промоції та міжсекторальної взаємодії (туристичні агенції, громади, НПП), природоохоронні території можуть перетворитися на потужні осередки сталого туризму, ментального відновлення населення та економічного підйому регіонів [8].

Національні природні парки України на своїх офіційних сторінках запрошують до співпраці всіх охочих, сприяючи розвитку туризму та збереженню природних територій. Вони відкриті до плідної співпраці з об'єктами природно-заповідного фонду, авторами, фотографами, гідами, організаторами подій, садибами зеленого туризму та іншими зацікавленими

сторонами, створюючи нові можливості для диверсифікації туристичних продуктів туристичних операторів та агенцій, дозволяючи розширити пропозицію та запропонувати туристам унікальні екологічні та культурні маршрути. Спільна робота з національними парками дає шанс створювати нові цікаві продукти, які відповідатимуть сучасним вимогам і трендам у сфері сталого туризму.

Таблиця 1.2 – Приклади національних парків України і ключові напрями їх туристичного використання

Назва НПП	Основні туристичні напрями	Характеристика туристичного потенціалу
Карпатський НПП	Активний гірський туризм, екотреки, спостереження за флорою і фауною.	Розвинена мережа пішохідних маршрутів, оглядових майданчиків, місця для спостереження за дикими тваринами, відносно розвинена туристична інфраструктура.
Шацький НПП	Озерний відпочинок, велосипедні маршрути, фототуризм.	Багата озерна система на чолі з озером Світязь, розвинена інфраструктура для кемпінгу, плавання, відпочинку на природі.
Синевир	Знайомство з гуцульською культурою, унікальні ландшафти, реабілітаційні програми.	Озеро Синевир як туристичний магніт, музей лісосплаву, ведмежий реабілітаційний центр, традиційна кухня, майстер-класи.
Подільські Товтри	Екотуризм, печерні маршрути, історико-культурні тури.	Унікальні геологічні формації, печери (наприклад, Атлантида), залишки фортець, релігійні та історичні об'єкти.
Тузлівські лимани	Спостереження за птахами (birdwatching), екологічні тури, фотосафарі.	Велике різноманіття перелітних птахів, мальовничі краєвиди, можливість організації тематичних турів для екотуристів і фотографів.

Джерело: сформовано автором на основі [2]

У сучасних умовах розвитку сталого туризму важливим інструментом є оцінка потенціалу природоохоронних територій, зокрема національних природних парків. У цьому контексті доцільно виконати SWOT-аналіз найбільш відомих національних парків України, які відіграють значну роль у збереженні природної спадщини, підтримці локальної економіки та формуванні позитивного туристичного іміджу країни. Аналіз дозволяє визначити внутрішні сильні та слабкі сторони парків, а також зовнішні

можливості й загрози для їх подальшого розвитку. Розглянемо Шацький національний природний парк та національний природний парк «Синевир», як яскраві приклади туристично привабливих територій із потужним рекреаційним потенціалом (табл. 1.3 та 1.4).

Таблиця 1.3 – SWOT-аналіз Шацького національного природного парку

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Унікальна озерна система (близько 30 озер), зокрема озеро Світязь – найглибше в Україні.	Сезонність туризму (переважно літній період).
Розвинена туристична інфраструктура для озерного, велосипедного, кемпінгового відпочинку.	Обмежені можливості для активностей у холодну пору року.
Природна привабливість і висока якість води.	Низький рівень цифрової промоції та онлайн-сервісів.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Розвиток еко- та фототуризму, популяризація сталого туризму.	Перевантаження туристичних зон у пікові періоди.
Створення тематичних маршрутів, велопрокатів, водних турів.	Негативний вплив масового туризму на екосистеми озер.
Залучення міжнародних програм підтримки природи.	Потенційне зниження водного рівня через кліматичні зміни.

Джерело: сформовано автором

Таблиця 1.4 – SWOT-аналіз Національного природного парку «Синевир»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Озеро Синевир – природна перлина та туристичний бренд Карпат.	Віддаленість від основних транспортних вузлів.
Автентична гуцульська культура, традиційна кухня, майстер-класи.	Обмежений доступ для маломобільних груп населення.
Наявність ведмежого реабілітаційного центру, музеїв та маршрутів.	Часткова зношеність інфраструктури та брак кваліфікованого персоналу.

## Продовження табл. 1.4

Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Розвиток етнотуризму, зеленого туризму та реабілітаційних програм.	Втручання в екосистему внаслідок неконтрольованого туризму.
Популяризація парку як цілорічної дестинації.	Ризики, пов'язані з кліматичними змінами (зсуви, повені).
Співпраця з місцевими громадами для підвищення якості сервісів.	Можливі обмеження фінансування через економічну ситуацію.

Джерело: сформовано автором

Обидва національні природні парки мають високий туристичний потенціал завдяки унікальним природним та культурним ресурсам. Шацький НПП орієнтований переважно на сезонний відпочинок біля озер, з потенціалом розвитку фототуризму та водного спорту. Натомість НПП «Синевир» приваблює туристів не лише природними ландшафтами, а й автентичними елементами гуцульської культури та реабілітаційною інфраструктурою.

Для обох парків актуальним є розвиток стійкого туризму, підвищення цифрової доступності та покращення транспортної логістики. Водночас важливо мінімізувати екологічні ризики, пов'язані з неконтрольованим напливом туристів, і зберегти унікальні екосистеми.

У довоєнний період перспективи співпраці національних природних парків із туристичними агенціями вже розглядалися як важливий напрям розвитку екологічного туризму в Україні. У повоєнний час ця взаємодія набуває ще більшої актуальності, оскільки здатна не лише сприяти збереженню природної спадщини, а й забезпечити сталий розвиток місцевих економік та створити нові можливості для туристів.

Співпраця між національними парками та туристичними компаніями може стати ключовим фактором для сталого розвитку туризму в Україні, забезпечуючи вигоди обом сторонам. Для національних парків така співпраця відкриває нові можливості для залучення фінансування, розвитку інфраструктури та підвищення популярності серед туристів, що сприяє охороні природних ресурсів і збереженню екосистем. Спільна робота з

туристичними компаніями дозволяє покращити інфраструктуру парків, впроваджувати екологічні ініціативи та створювати нові продукти туризму, зокрема для екологічно свідомих і активних туристів.

Таблиця 1.5 – Вигоди та перспективи співпраці національних природних парків та туристичних компаній

Вигоди для національних парків	Вигоди для туристичних агенцій
1. Залучення інвестицій та фінансування. Туристичні агенції можуть виступати посередниками для залучення інвестицій, грантів і фінансування для покращення інфраструктури парків, включаючи будівництво нових об'єктів, таких як кемпінги, стежки, туристичні центри.	1. Диверсифікація туристичних продуктів. Туристичні компанії можуть розширювати своє портфоліо, включаючи екологічні та активні тури в національних парках, що відповідає сучасним тенденціям сталого туризму.
2. Покращення інфраструктури. Співпраця дозволяє національним паркам залучити приватний сектор для розвитку інфраструктури: організація місць для відпочинку, прокат спорядження, екологічні екскурсії тощо.	2. Покращення репутації та залучення нових клієнтів. Туристичні компанії, що співпрацюють з національними парками, підвищують свою репутацію завдяки залученню туристів, зацікавлених в екологічному туризмі, що допомагає залучати нових клієнтів
3. Підвищення популярності та впізнаваності. Спільні маркетингові кампанії та рекламні акції дозволяють підвищити поінформованість про національні парки серед широкої аудиторії, що збільшує кількість відвідувачів.	3. Нова цільова аудиторія. Співпраця з національними парками відкриває нові можливості для туристичних компаній у залученні екологічно свідомих туристів, любителів активного відпочинку, родин з дітьми та міжнародних гостей.
4. Збереження екологічної рівноваги. Регулярний моніторинг туристичних потоків дозволяє оптимізувати маршрути та зменшити навантаження на найуразливіші території, що допомагає зберегти екологічну рівновагу.	4. Покращення якості турів. Туристичні компанії можуть запропонувати клієнтам унікальні екологічні екскурсії, зокрема для спостереження за флорою та фауною, що підвищує якість турів і додає освітній компонент.
5. Покращення екологічної освіти. Партнерство дозволяє національним паркам створювати екологічні програми, майстер-класи та екскурсії для туристів, що популяризують охорону природи та екологічну свідомість.	5. Можливість організовувати спеціалізовані тури. Туристичні компанії можуть розробляти спеціалізовані тури: екологічні тури, фототури, пішохідні та велосипедні маршрути, сприяючи зростанню попиту на такі послуги.
6. Покращення стратегії рекреаційного відпочинку. Співпраця дозволяє національним паркам залучити нові фінансові ресурси для розвитку рекреаційної інфраструктури та поліпшення умов для відпочинку, що дозволяє створювати більш комфортні умови для туристів.	6. Розширення бізнесу та партнерських відносин. Туристичні компанії можуть отримати вигоду від розширення партнерських відносин із національними парками, що дозволить створювати більш конкурентоспроможні продукти для туристів і зростання їх доходів.

Джерело: сформовано автором на основі [4, 7]

З іншого боку, туристичні компанії отримують вигоду від розширення свого портфоліо туристичних послуг, підвищуючи привабливість своїх продуктів за рахунок екологічних турів, що відповідають сучасним тенденціям у сфері сталого розвитку. Вони мають можливість залучати нову аудиторію, в тому числі міжнародних туристів, та підвищувати свою конкурентоспроможність через унікальні пропозиції на ринку.

Таким чином, ефективна співпраця між національними парками та туристичними компаніями забезпечує не лише економічні вигоди, але й сприяє формуванню екологічної свідомості серед громадян та туристів, створенню нових робочих місць і покращенню соціально-економічної ситуації в регіонах, де розташовані парки. Це також є важливим кроком до збереження природних ресурсів України, адже зростання туристичного попиту може бути направлене на сталий розвиток та збереження природних територій для майбутніх поколінь.

### **1.3. Аналіз діяльності ТА «Partner Tour» та перспективи співпраці з національними парками України**

Фізична особа-підприємець Повстян Наталія Вікторівна зареєстрована як туристична агенція під назвою «Partner Tour», що надає широкий спектр послуг у сфері туристичного обслуговування. Компанія працює на ринку туристичних послуг з 2007 р., отримавши ліцензію АВ № 349189 від 20.07.2007 р., що дозволяє їй здійснювати діяльність у галузі туризму відповідно до вимог чинного законодавства України. Юридична адреса: Дніпро, вул. Воскресенська, 10/1) [31].

Підприємство має свідоцтво про реєстрацію ВО2 № 154323, що підтверджує офіційний статус компанії як юридичної особи, а також свідоцтво про сплату єдиного податку серія Б № 633878, документи дають змогу компанії здійснювати діяльність у межах законодавчих норм і гарантують їй стабільність та надійність на ринку.

Загалом, ТА «Partner Tour» є невеликою туристичною агенцією, що надає послуги для широкої аудиторії туристів, зокрема організацію подорожей, підбір турів, екскурсій та інші послуги в сфері туризму. Всі операції та управлінські питання здійснюються за участю чотирьох осіб: трьох менеджерів та одного керівника, що також виконує обов'язки бухгалтера на пів ставки.

Основними напрямками діяльності агентства є організація як індивідуальних, так і групових подорожей, консультаційні послуги для туристів та планування маршруту. Агентство надає своїм клієнтам можливість обирати туристичні продукти як по Україні, так і за кордоном, зокрема організовує культурно-пізнавальні, активні, а також екологічні тури.

Оскільки компанія працює в туристичній сфері вже понад 15 років, вона зарекомендувала себе як надійний партнер для своїх клієнтів, що дозволяє їй успішно конкурувати на ринку туризму, надаючи послуги, які відповідають сучасним вимогам та запитам клієнтів.

Туристична агенція «Partner Tour» орієнтується на створення унікальних туристичних продуктів, які забезпечують своїм клієнтам незабутні враження та комфортний відпочинок. Агенція активно розширює географію подорожей, відкриваючи нові напрямки та пропонуючи мандрівникам різноманітні можливості для дослідження світу.

Філософія «Partner Tour» полягає в індивідуальному підході до кожного туриста, ретельному плануванні маршрутів та високому рівні обслуговування. Основна мета компанії – створювати подорожі, що надихають і дарують емоції, водночас забезпечуючи безпеку та комфорт для кожного клієнта.

Основні напрями діяльності:

79.11 Діяльність туристичних агентств.

Додаткові послуги:

79.90 Надання інших послуг бронювання та супутня діяльність.

63.99 Надання інших інформаційних послуг.

70.22 Консультаційні послуги у сфері бізнесу та управління.

## 55.20 Організація тимчасового проживання на період відпочинку [31].

У табл. 1.6 представлено опис основних бізнес-процесів туристичної агенції ТА «Partner Tour». Процеси охоплюють ключові етапи діяльності агенції від прийому замовлення та консультування клієнтів до організації турів та фінансового обліку. Кожен з цих процесів є невід'ємною частиною операційної діяльності агенції і сприяє досягненню її цілей, таких як забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів, ефективне управління ресурсами та підтримка фінансової стабільності компанії. Вони також забезпечують координацію між співробітниками і покликані створювати сприятливі умови для розвитку бізнесу.

Таблиця 1.6 – Опис основних бізнес-процесів туристичної агенції ТА «Partner Tour»

Бізнес-процес	Характеристика процесу	Цілі процесу
1. Прийом замовлення на туристичні послуги	Прийом запитів клієнтів через телефон, електронну пошту, онлайн-форму або безпосередньо у офісі.	Збір інформації про потреби клієнта, визначення бажаного напрямку та умов подорожі.
2. Консультування клієнтів	Надання інформації щодо можливих турів, варіантів розміщення, транспорту, ціноутворення та умов.	Надання кваліфікованих рекомендацій щодо вибору оптимальних туристичних продуктів.
3. Підготовка пропозиції та пакетів турів	Формування індивідуальних або групових туристичних пакетів на основі запиту клієнта.	Створення конкурентоспроможних пропозицій, які відповідають вимогам і бюджетам клієнтів.
4. Продаж туристичних послуг	Заклучення угод та оформлення договорів з клієнтами на обрані туристичні послуги.	Реалізація послуг, укладення договорів, забезпечення безпеки та правових гарантій для клієнтів.
5. Організація транспортних послуг	Забезпечення клієнтів транспортними послугами, такими як автобуси, літаки, поїзди, оренда авто.	Забезпечення комфортних та безпечних подорожей для клієнтів.
6. Оформлення документів для поїздки	Підготовка та оформлення необхідних документів, таких як візи, страховки, квитки.	Забезпечення повного супроводу клієнтів при оформленні необхідних документів для подорожі.

## Продовження табл. 1.6

7. Операційна підтримка турів	Контроль за виконанням запланованих турів, підтримка клієнтів під час подорожі, надання допомоги.	Забезпечення безперебійного процесу подорожі, оперативне вирішення непередбачуваних ситуацій.
8. Ведення бухгалтерії та фінансовий облік	Облік фінансових надходжень, витрат, підготовка звітності та виконання фінансових зобов'язань.	Підтримка фінансової стабільності агенції, забезпечення ефективного обігу коштів.
9. Маркетинг та реклама	Розробка рекламних кампаній, акцій, просування послуг через соціальні мережі, інтернет та ЗМІ.	Привернення нових клієнтів, підвищення впізнаваності бренду агенції, збільшення продажів.
10. Збір відгуків та аналіз задоволеності	Збір відгуків від клієнтів після завершення подорожей, аналіз рівня задоволення послугами агенції.	Виявлення слабких місць в обслуговуванні, вдосконалення сервісу, підвищення якості обслуговування.

Джерело: сформовано автором

Налагоджена система бізнес-процесів дозволяє компанії забезпечувати якісні послуги, оптимізувати внутрішні операції та створювати конкурентні переваги на ринку туристичних послуг.

Для того, щоб оцінити можливість впровадження нових туристичних продуктів для ТА «Partner Tour», важливо спершу проаналізувати економічний стан агенції, оскільки наявні фінансові ресурси, рентабельність та ефективність використання активів можуть істотно вплинути на здатність підприємства інвестувати у нові ініціативи (табл. 1.7).

Чистий дохід ТА «Partner Tour» має позитивну динаміку, збільшуючись на 25,2% у 2023 р. та на 29,3% у 2024 р. порівняно з попередніми роками, що свідчить про зростання попиту на послуги агенції. Однак, одночасно зростає й собівартість реалізації послуг, що перевищує темпи зростання доходу, вказуючи на потенційне зменшення маржі прибутку, що потребує уваги для подальшої оптимізації витрат.

Фінансовий результат до оподаткування зріс на 134,8 тис. грн у 2023 р., а в 2024 р. зростання було незначним (лише 7,8 тис. грн). Чистий прибуток

також має позитивну динаміку, що вказує на ефективність діяльності, проте темпи його зростання знижуються, і це вимагає більш детального аналізу витрат та оптимізації процесів для підвищення рентабельності.

Таблиця 1.7 – Динаміка економічних показників діяльності ТА «Partner Tour»

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Відхилення 2023 р. до 2022 р.		Відхилення 2024 р. до 2023 р.	
				Абсо- лютне	Від- носне	Абсо- лютне	Від- носне
Валовий дохід, тис. грн.	2738,3	3428,7	4434,5	690,4	125,2	1005,8	129,3
Витрати на реалізацію послуг, тис. грн.	2382,3	2948,7	3946,7	566,4	123,8	998,0	133,8
Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн.	356,0	480,0	487,8	124,0	134,8	7,8	101,6
Чистий прибуток, тис. грн.	291,9	393,6	400,0	101,7	134,8	6,4	101,6
Вартість активів, тис. грн.	2164,0	2340,0	2568,0	176,0	108,1	228,0	109,7
Вартість основних засобів, тис. грн.	1926,0	2129,4	2362,6	203,4	110,6	233,2	110,9
Оборотні кошти, тис. грн.	238,0	210,6	205,4	-27,4	88,5	-5,2	97,5
Власний капітал, тис. грн.	1450,0	1741,9	2135,5	291,9	120,1	393,6	122,6
Рентабельність активів, %	13,5	16,8	15,6	3,3	124,7	-1,2	92,6
Рентабельність продажів, %	10,7	11,5	9,0	0,8	107,7	-2,5	78,6
Чисельність працівників, осіб	3	3	4	-	100,0	1,0	133,3
Продуктивність праці, тис. грн. на особу	912,8	1142,9	1108,6	230,1	125,2	-34,3	97,0
Фонд оплати праці, тис. грн.	540,0	601,2	878,4	61,2	111,3	277,2	146,1
Фондовіддача, грн./грн.	1,4	1,6	1,9	0,2	113,3	0,3	116,6
Кількість операційних циклів, разів	11,5	16,3	21,6	4,8	141,5	5,3	132,6
Тривалість операційного циклу, днів	31,3	22,1	16,7	-9,2	70,7	-5,4	75,4

Джерело: розраховано автором за [31]

Вартість активів зросла на 109,7% у 2024 р. порівняно з 2023 р., а вартість основних засобів зросла на 110,9%, що свідчить про інвестиції в розвиток підприємства. Власний капітал також збільшився, що позитивно

впливає на фінансову стійкість компанії і може забезпечити необхідні ресурси для реалізації нових проектів.

Рентабельність активів зросла на 3,3 п.п. у 2023 р., але в 2024 р. знизилася на 1,2 п.п., що може свідчити про зниження ефективності використання активів. Рентабельність продажів зменшилась на 2,5 п.п. у 2024 р., що може бути результатом підвищення собівартості та необхідності оптимізації витрат для збереження рентабельності.

Продуктивність праці зросла на 25,2% у 2023 р., проте в 2024 р. спостерігається незначне зниження продуктивності на 3,0%, що свідчить про необхідність підвищення ефективності працівників через навчання або впровадження нових технологій.

Кількість працівників зросла з 3 до 4 осіб, що є індикатором збільшення обсягу роботи або впровадження нових напрямів діяльності. Фонд оплати праці зростає, що вказує на підвищення рівня витрат на персонал. Однак, фондівіддача також зросла, що може бути свідченням ефективнішого використання основних засобів та збільшення продуктивності праці.

Оборотні кошти знизилися на 5,2 тис. грн у 2024 р., що може свідчити про обмеження в короткострокових фінансових ресурсах для покриття поточних витрат. Тривалість операційного циклу значно скоротилась на 5,4 дні, що може свідчити про покращення ефективності управління операціями та прискорення оборотності капіталу.

Аналіз економічних показників діяльності ТА «Partner Tour» показує, що агентство демонструє зростання чистого доходу та прибутку, що є позитивним сигналом для впровадження нових туристичних продуктів. Однак, зростання собівартості, зменшення рентабельності та незначне зниження продуктивності праці є важливими аспектами, які потребують уваги при плануванні подальших інвестицій та розширенні асортименту послуг. Перш ніж впроваджувати нові туристичні продукти, необхідно здійснити детальний аналіз витрат, оптимізувати бізнес-процеси та залучити додаткові ресурси для підтримки інновацій.

Основними партнерами туристичної агенції ТА «Partner Tour» є різноманітні туристичні оператори, як українські, так і міжнародні, які сприяють забезпеченню якісного обслуговування клієнтів і розширенню можливостей для організації подорожей. Для опису партнерських відносин ТА «Partner Tour» з основними туристичними операторами, можна представити табл. 1.8, яка відображає питому вагу придбання туристичних продуктів від кожного оператора та динаміку співпраці з 2022-2024 рр. Такий підхід дозволить не лише оцінити вагу кожного партнера в структурі продажів, але й зрозуміти зміни в співпраці за останні кілька років.

Таблиця 1.8 – Питома вага придбання туристичних продуктів від основних партнерів ТА «Partner Tour»

Туристичний оператор	Питома вага придбання туристичних продуктів, %			Відхилення 2023 р. до 2022 р.	Відхилення 2024 р. до 2023 р.
	2022 р.	2023 р.	2024 р.		
Join UP!	39	42	43	3	1
Танго Тревел	24	26	28	2	2
Анекс Тур	16	14	12	-2	-2
Компас Україна	9	10	11	0	1
Coral Travel	11	8	6	-3	-2

Джерело: сформовано автором

Join UP! є одним з основних і найбільших туристичних операторів, з яким ТА «Partner Tour» співпрацює на протязі кількох років. Оператор пропонує широкий вибір турів в Європу, Азію, Африку та інші популярні напрямки.

Спільно розробляються нові туристичні пакети, що відповідають попиту українських мандрівників. Оператор активно підтримує агресивну рекламну кампанію, що допомагає збільшити кількість проданих турів.

Танго Тревел спеціалізується на організації індивідуальних і групових турів до різних куточків світу. Оператор також має добре розвинену мережу партнерів для організації культурного туризму.

Спільна робота включає не лише продаж турів, але й організацію подій та екскурсій. ТА «Partner Tour» активно співпрацює з Танго Тревел у створенні

туристичних продуктів, орієнтованих на малі групи та індивідуальних туристів.

Анекс Тур – це туроператор, що пропонує пакети для відпочинку на курортах Туреччини, Єгипту, а також екскурсії по Європі та Азії. Співпраця з Анекс Тур знижує вартість турів для кінцевого споживача, що дозволяє збільшити кількість замовлень, особливо на пляжні напрямки.

Оператор, що спеціалізується на екскурсійних турах та подорожах для любителів активного відпочинку. ТА «Partner Tour» активно працює з Compass Україна у створенні культурно-освітніх турів, що включають екскурсії по Україні та Європі.

Coral Travel – це туристичний оператор, який є одним з найбільших на ринку. Спеціалізується на організації відпочинку на популярних курортах, пропонує послуги «все включено» та екскурсійні тури. З Coral Travel ТА «Partner Tour» розвиває спільні акції, які дозволяють підвищити впізнаваність і залучити клієнтів завдяки знижкам та спеціальним пропозиціям.

Під час аналізу динаміки співпраці з туристичними операторами за 2022-2024 рр. можна помітити позитивні зміни в кількості придбаних туристичних продуктів від таких операторів, як Join UP!, Танго Тревел та Компас Україна, що свідчить про стабільне зростання та подальший розвиток партнерських відносин. Зменшення питомої ваги придбання продуктів від Анекс Тур та Coral Travel може бути результатом змін на ринку або переорієнтації на інші напрямки і продукти.

Табл. 1.9 демонструє розподіл клієнтів туристичної агенції ТА «Partner Tour» за напрямками подорожей та видами туризму. Вона надає можливість оцінити основні уподобання різних груп клієнтів, що дозволяє ефективно адаптувати туристичні продукти до їхніх потреб.

Найбільший попит серед клієнтів спостерігається на пляжний туризм, що вказує на значну привабливість курортних напрямків для відпочинку. Екскурсійні тури займають значну частку, що свідчить про високий інтерес до культурно-історичних подорожей серед клієнтів. Міський туризм також має

популярність, однак його частка є меншою порівняно з пляжним і екскурсійним туризмом. В цілому, питома вага туристичних продуктів для індивідуальних клієнтів складає більшу частину продажів, що підтверджує тенденцію до персоналізації туризму та зростання інтересу до індивідуальних подорожей.

Таблиця 1.9 – Клієнти ТА «Partner Tour» за напрямками подорожей та видами туризму в 2024 р.

Категорія клієнтів	Основні напрямки подорожей	Вид туризму	Особливості купівлі турів	Питома вага, %
Молоді пари	Європа, Україна	Культурний, пляжний туризм	Шукають романтичні тури, екскурсії, відпочинок на пляжах	20
Сім'ї з дітьми	Туреччина, Єгипет, ОАЕ, Україна	Сімейний відпочинок	Орієнтовані на курорти з інфраструктурою для дітей	25
Люди середнього віку	Європа, Таїланд, Греція, Україна	Культурний, пляжний туризм	Часто обирають культурні екскурсії та спокійний відпочинок	15
Пенсіонери	Чорногорія, Болгарія, Україна	СПА-туризм, оздоровчі тури	Переважно шукають оздоровчі курорти, тури для здоров'я	10
Молодь (студенти, мандрівники)	Польща, Чехія, Угорщина, Україна	Молодіжний туризм, екскурсії	Зазвичай обирають доступні напрямки для відпочинку та подорожей	15
Екстремальні мандрівники	Мальдіви, Латинська Америка, Африка, Україна	Пригодницький туризм, активний відпочинок	Шукають екстремальні види відпочинку: серфінг, альпінізм, сафари	10
Туристи, що шукають розкіш	Дубай, Мальдіви, Італія, Україна	Розкішний туризм, wellness	Переважно замовляють ексклюзивні відпочинки, розкішні готелі, приватні тури	5
Мандрівники, що шукають відпочинок на природі	Карпати, Закарпаття	Еко-туризм, пішохідні тури	Обирають подорожі на природі, екологічно чисті райони, кемпінги	5

Джерело: сформовано автором

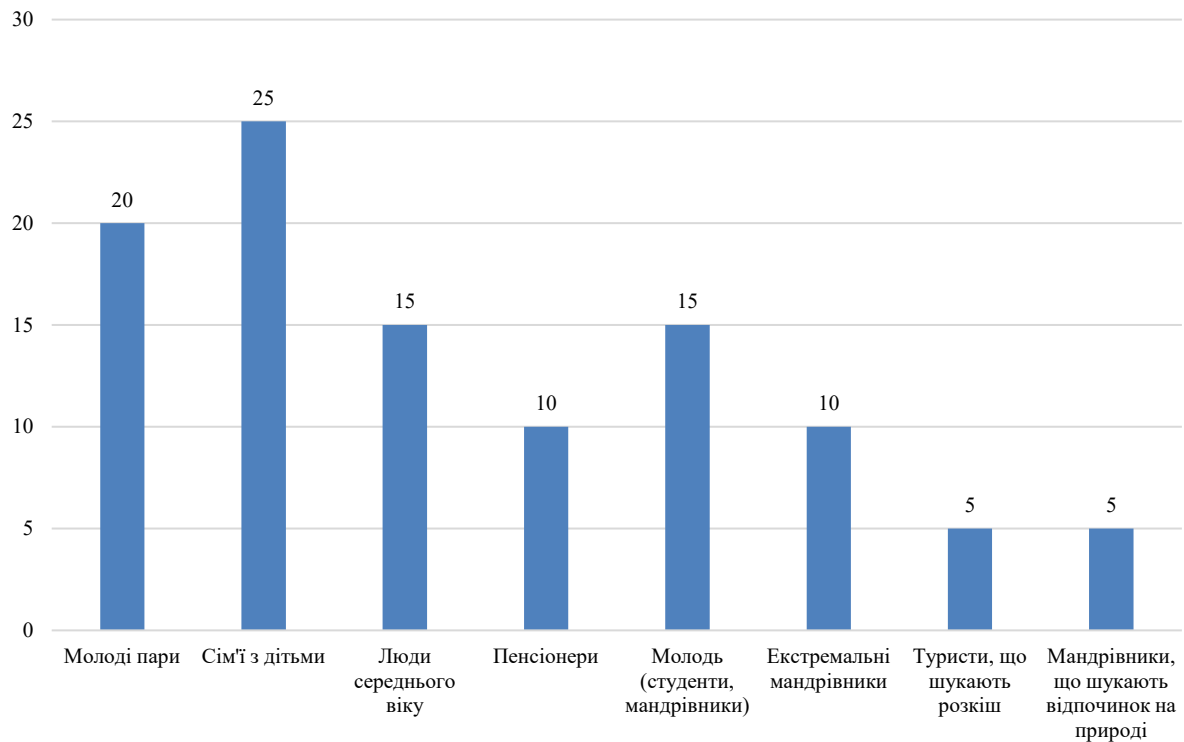


Рисунок 1.4 – Розподіл питомої ваги клієнтів ТА «Partner Tour» за напрямками подорожей та видами туризму в 2024 р.

Джерело: сформовано автором

Табл. 1.10 показує розподіл туристичних напрямків, за якими туристична агенція «Partner Tour» відправляє своїх клієнтів, а також питому вагу кожного напрямку серед загальної кількості подорожуючих, що дозволяє оцінити популярність різних країн серед клієнтів агенції.

Таблиця 1.10 – Клієнти ТА «Partner Tour» за географією подорожей у 2024 р.

Країна	Питома вага туристів, %	Країна	Питома вага туристів, %
Туреччина	16	Польща	3,2
Єгипет	12	Чехія	1,6
ОАЕ	2,5	Угорщина	2,8
Україна	30,3	Латинська Америка	0,5
Таїланд	3,4	Країни Африки	0,5
Греція	2,8	Мальдіви	1,3
Чорногорія	5,4	Італія	7,6
Болгарія	7,6	інші країни	2,5

Джерело: сформовано автором

Найбільша частка туристів обирає подорожі до України (30,3%), що свідчить про високий попит на внутрішній туризм. Інші популярні напрямки включають Туреччину (16%), Єгипет (12%), та Італію (7,6%). Меншу популярність мають країни Латинської Америки, Африки та ОАЕ, з питомою вагою до 3%. Відповідно до цих даних, туристи надають перевагу класичним курортним напрямкам, таким як Туреччина та Єгипет, але також мають інтерес до культурних і природних маршрутів в Україні та Європі.

Таблиця 1.11 – Структура виручки ТА «Partner Tour» за видами туризму в 2024 р.

Вид туризму	Виручка, тис. грн	Питома вага у доході, %
1. Пляжний відпочинок	1507,73	34
2. Екологічний туризм	620,83	14
у т. ч. організація виїздів на природу (національні парки Карпати, Закарпаття)	177,4	4
3. Лікувальний відпочинок	532,14	12
4. Екскурсійний тур	399,105	9
5. Активний туризм	354,76	8
6. Освітні програми	266,07	6
7. Інші види туризму	753,865	17
ВСЬОГО	4434,5	100

Джерело: сформовано автором

Аналіз діяльності туристичної агенції «Partner Tour» засвідчив її успішний досвід у реалізації різноманітних туристичних продуктів, зокрема у сфері екологічного туризму, що становить суттєву частку доходу компанії. Вже наявна практика організації турів на природу, включаючи поїздки до національних парків, підтверджує готовність агенції до подальшого розвитку в цьому напрямі. Зростаючий інтерес споживачів до рекреаційного та сталого туризму, особливо в умовах післявоєнного відновлення, відкриває широкі можливості для налагодження партнерства з природоохоронними територіями, що дозволить «Partner Tour» посилити власну конкурентну позицію та зробити внесок у збереження природної спадщини України.

Згідно з аналізом структури виручки туристичної агенції «Partner Tour» за видами туризму у 2024 р. (табл. 1.11), основну частину доходу компанії

становить пляжний відпочинок (34%), однак екологічний туризм також посідає значне місце – 14%, демонструючи стабільне зростання. В межах цього сегмента туристична агенція вже має практичний досвід організації турів на природу, зокрема до національних парків України, на що вказує виділений показник у структурі доходу – 4% або 177,4 тис. грн.

Цей факт свідчить про сформовану клієнтську базу, зацікавлену в подорожах до природних територій, і підтверджує здатність агенції адаптувати свої туристичні продукти до потреб ринку. Особливо популярними напрямками є національні парки Карпатського регіону та Закарпаття, які приваблюють туристів своїми унікальними ландшафтами, культурною спадщиною та можливістю відпочинку в екологічно чистих умовах.

Крім того, в умовах воєнного стану та очікуваного післявоєнного відновлення, попит на рекреаційні та природні локації лише посилюється. Зокрема, зростає інтерес до екологічних маршрутів у межах Дніпропетровської та Запорізької областей, що знаходяться ближче до великих міст. Це відкриває додаткові можливості для розширення географії екологічного туризму в межах України.

Соціально-психологічна потреба у відновленні, релаксації та зниженні стресу після впливу воєнних дій також актуалізує значення турів до національних парків як інструменту збереження психоемоційного здоров'я громадян.

З огляду на зростання попиту, ТА «Partner Tour» доцільно не лише розширити наявні програми, а й започаткувати спільні проекти з адміністраціями національних парків, наприклад, розробку тематичних маршрутів, освітньо-просвітницьких заходів для туристів, сезонних еко-таборів або сімейного відпочинку. Такі ініціативи сприятимуть не лише підвищенню туристичної привабливості природних об'єктів, а й укріпленню репутації компанії як лідера у сфері сталого туризму.

## РОЗДІЛ 2

### РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ НОВОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ТА «PARTNER TOUR» НА БАЗІ НПП «ВЕЛИКИЙ ЛУГ»

#### 2.1. Проектування екотуристичного маршруту до НПП «Великий Луг»

У сучасному світі, де темп життя дедалі зростає, все більше людей шукає можливості для відпочинку, який би не тільки дозволяв відновити сили, а й забезпечував глибший сенс – єднання з природою, відновлення внутрішньої гармонії, пошук автентичних вражень. Туризм більше не обмежується лише пляжами чи мегаполісами – зростає інтерес до екологічного, пізнавального та сталого відпочинку. Саме в такому контексті туристична агенція «Partner Tour» ініціює розробку нового туристичного продукту – туру вихідного дня до Національного природного парку «Великий Луг», розташованого в сусідній Запорізькій області. Карту-схему Національного природного парку «Великий Луг» наведено на рис. 2.1.

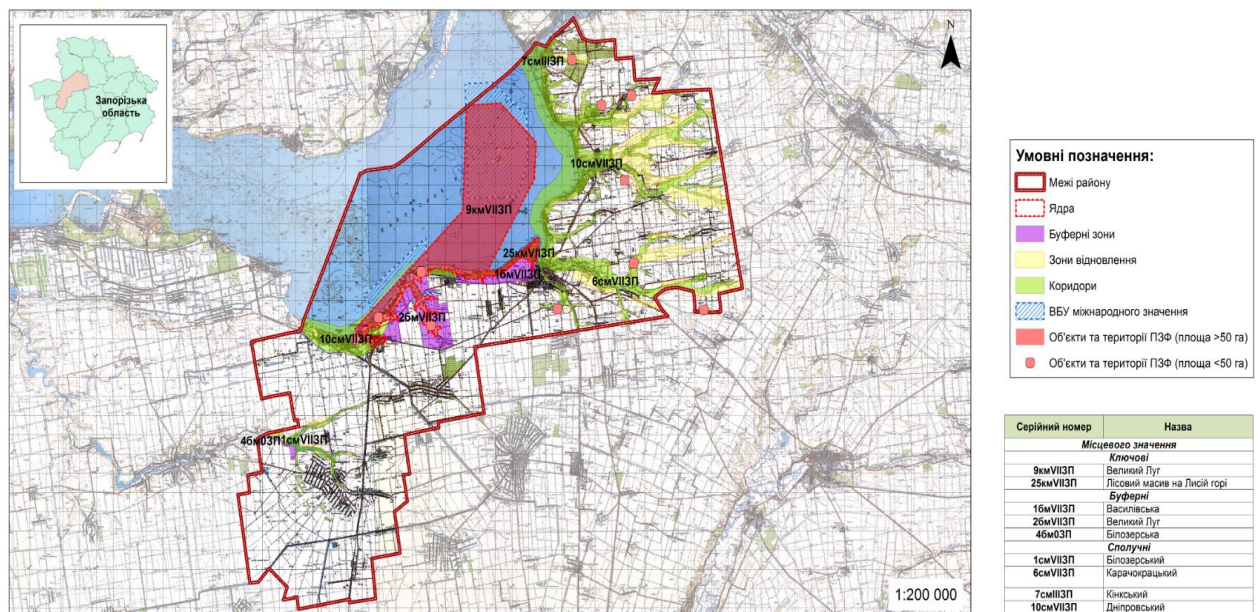


Рисунок 2.1 – Карта-схема Національного природного парку «Великий Луг»

Джерело: сформовано автором на основі [21]

Україна має потужний, проте ще недостатньо реалізований потенціал у сфері внутрішнього екотуризму. Особливо актуальним стає створення короткострокових, доступних за ціною, але насичених враженнями туристичних маршрутів для мешканців великих міст, зокрема Дніпра. В умовах війни, економічної невизначеності та психологічної втоми, мандрівки на природу з елементами пізнання, тиші та відновлення стали не просто відпочинком – вони набули терапевтичного значення. Національний природний парк «Великий Луг» – це унікальне місце з багатою флорою та фауною, залишками запорозьких історичних стежок і безкрайніми степовими краєвидами. Тут можливе поєднання спокою і пригод, природи та пізнання.

Тур «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа» передбачає активності, які відповідають сучасним трендам сталого туризму: птахоспостереження, етноекскурсії, кемпінг, фотосафарі. Такий формат особливо приваблює молодь, родини з дітьми, екоактивістів, освітян, і загалом людей, які прагнуть якісного дозвілля без шкоди для довкілля.

Новий тур створюється як модульний: він може бути одноденним або дводенним (з ночівлею у наметах чи готелі поблизу парку). У програму включені пішохідні екостежки з гідом, спостереження за птахами з біноклями, етнографічні мініекскурсії, активності просто неба (йога, живопис, польова кухня). Додатковими послугами виступають трансфер з Дніпра, харчування, оренда спорядження, супровід фахівця з фотомистецтва або орнітолога. Пропонується бюджетна, але якісна пропозиція для мешканців міста, які цінують непопсовий, осмислений відпочинок.

У довгостроковій перспективі тур до «Великого Лугу» має потенціал перетворитися на брендований екопродукт «Partner Tour». Завдяки успішній реалізації пілотного проекту можливе масштабування формату на інші національні парки південної та центральної України: Бузький Гард, Олешківські піски, Кам'янську Січ, Кінбурнську косу. Це сприятиме не лише зростанню туристичного портфелю компанії, а й розвитку екоосвіди серед українців. Крім того, активна присутність агенції в сегменті екотуризму

дозволить залучати міжнародні гранти, співпрацювати з природоохоронними НГО та освітніми установами.

Тур до НПП «Великий Луг» – це не просто новий продукт у каталозі агенції «Partner Tour». Це інвестиція в свідомий туризм, в якісний відпочинок для сучасного українця, і водночас у збереження природної спадщини. Сьогодні, коли ми так прагнемо відчуття внутрішнього спокою, автентичності та зв'язку з власним корінням, подорож до степового серця України – це саме той формат, який має майбутнє.

В умовах воєнного стану проведення цього туру наразі є неможливим через активні бойові дії, загрози безпеці та обмеження на пересування. Водночас після завершення війни й стабілізації ситуації подорож до Національного природного парку «Великий Луг» має всі шанси стати затребуваним рекреаційним туристичним продуктом. Його концепція цілком відповідає сучасному запиту українців на змістовний, доступний і безпечний відпочинок, що поєднує екологічність, пізнання, терапевтичний ефект і відновлення внутрішньої рівноваги.

Цей тур може стати флагманським продуктом компанії «Partner Tour» та слугувати зразком для аналогічних мандрівок до інших національних парків України.

Після підриву Каховської гідроелектростанції 6 червня 2023 р. рівень води у Каховському водосховищі різко впав, що суттєво позначилося на екосистемі Національного природного парку «Великий Луг». Внаслідок обміління водойм, зокрема водно-болотного угіддя «Архіпелаг Великі та Малі Кучугури», опинилися під загрозою численні види птахів і риб, які там мешкали.

Утім, природа демонструє надзвичайну здатність до відновлення: на колишньому дні водосховища починає формуватись молодий ліс, що потенційно може стати найбільшим лісовим масивом степової зони України. Попри ці позитивні зміни, екосистема парку зазнала серйозних втрат, і для її

повноцінного відновлення потрібен час, кваліфіковане управління й супроводження.

У майбутньому, з настанням миру, відкривається можливість організувати екологічні маршрути, зокрема «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа», який стане не лише привабливим напрямком для мандрівників, а й інструментом сталого розвитку регіону та підтримки природоохоронних ініціатив.

Діяльність туристичної агенції «Partner Tour», що передбачає організацію екотурів на території Національного природного парку «Великий Луг», має здійснюватися відповідно до вимог природоохоронного законодавства України та регламентів, затверджених адміністрацією парку.

Ключові організаційно-правові вимоги:

1. Оформлення партнерської угоди з адміністрацією НПП «Великий Луг» – туристична агенція повинна укласти відповідну угоду (меморандум про співпрацю або договір про надання послуг) із адміністрацією парку щодо організації та проведення туристичних заходів на його території, що дозволить легалізувати туристичну діяльність та визначити відповідальність сторін.

2. Отримання погодження на проведення кожного тур – кожен організований тур має бути погоджений з адміністрацією парку, що включає подання маршруту, програми, кількості учасників, супровідних осіб та дотримання норм поведінки на території заповідного об'єкта.

3. Врахування режиму охорони території – НПП «Великий Луг» має зонування території, що визначає допустимі форми використання. Туристична агенція зобов'язана планувати маршрути у зонах регульованої рекреації та зонах стаціонарної рекреації, уникаючи заповідних та господарських зон без спеціального дозволу.

4. Дотримання екологічних норм та стандартів сталого туризму – діяльність має здійснюватися з урахуванням принципів сталого розвитку та мінімального впливу на довкілля. Агенція несе відповідальність за

інформування туристів про правила поведінки на території парку, сортування сміття, заборону розведення вогню тощо.

5. Обов'язкове туристичне страхування учасників туру – туристична агенція забезпечує страхування клієнтів на період подорожі, а також за потреби надання аптечки.

6. Фінансові аспекти взаємодії – у рамках співпраці з адміністрацією парку агенція здійснює перерахунок частини коштів, отриманих від реалізації туру, до спеціального фонду парку (за домовленістю), що сприятиме розвитку інфраструктури й охороні природи.

Екотур «Великий Луг: степ, тиша і дика природа» пропонує захоплюючу подорож через один із найбільших степових масивів України. Тур передбачає спостереження за дикою природою, включаючи орнітологічні спостереження, прогулянки по заповідних територіях, навчальні лекції від природоохоронців, а також знайомство з флорою та фауною Великого Лугу. Учасники зможуть насолодитися тишею степу, позбутися стресу і відновити зв'язок з природою.

Таблиця 2.1 – Програма туру «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа»

Час	Активність	Локація	Коментарі / Додаткові послуги
День 1 (Субота)			
07:00	Вийзд з Дніпра (організований трансфер)	Місце збору – центр міста	Комфортабельний мікроавтобус, супровід гіда
09:30	Прибуття до Національного природного парку «Великий Луг»	Візит-центр НПП	Привітання, інструктаж з безпеки, роздача біноклів/карти маршруту
10:00 – 12:30	Пішохідна екостежка з гідом	Стежка «Краєвиди Великого Лугу»	Спостереження за флорою, фауною, розповідь про історію Запорозьких шляхів
12:30 – 13:30	Обід (польова кухня)	Табір або пікнік-зона	Страва дня з місцевих продуктів, чай з трав
13:30 – 15:00	Птахоспостереження з орнітологом	Вологі луки та озера	Біноклі, довідники, інтерактив для дітей
15:00 – 16:30	Вільний час / творчі активності на вибір	Табір або навів	Можна обрати йогу на природі, живопис, скетчинг, фотоексперименти

## Продовження табл. 2.1

16:30 – 18:00	Етнографічна мініекскурсія: “Степові козаки та життя на Великому Лузі”	Село Велика Знам’янка або реконструкції	Локальний гід-ентузіаст, інтерактив з елементами народної культури
18:00 – 19:00	Повернення до табору / Вечеря	Кемпінг або гостьовий двір	Гаряча вечеря на вогнищі або у форматі локальної гастрономії
19:00 – 21:00	Вечір біля багаття / Музика / Тиша / Вільний час	Табір	Атмосфера камерна, без гучних звуків. Можливість фотозйомки заходу сонця
21:30	Ночівля	Наметовий табір або гостьовий двір поблизу	Можлива оренда спорядження. Вибір: кемпінг або кімната
День 2 (Неділя)			
07:30 – 08:00	Ранкове пробудження, чай із трав	Табір / тераса	Спокійна атмосфера для початку дня
08:00 – 09:00	Ранкова йога або медитація на природі	Степова галявина	Участь за бажанням. Проводить інструктор
09:00 – 10:00	Сніданок	Табір або їдальня	Легка еко-їжа
10:00 – 12:00	Фотосафарі з фахівцем / квест по природі	Стежка «Таємниці Великого Лугу»	Тематичні зупинки, навчання техніці фото, QR-квести
12:00 – 13:00	Обід на прощання	Відкрита зона	Сезонна страва з овочів та круп, солодоші
13:00 – 14:30	Час для саморефлексії, нотаток, завершення	Природна зона	Пропонується вести тревел- нотатник або зробити “екоподарунок”
14:30	Виїзд до Дніпра	Трансфер	Повернення тим же мікроавтобусом
17:00	Прибуття до Дніпра	Центр міста	Завершення туру, обмін враженнями, анкета зворотного зв'язку

Джерело: розроблено автором на основі [6, 14]

Для зручності та максимального комфорту учасників туру передбачено низку додаткових опцій:

– оренда туристичного спорядження – надається можливість орендувати намети, спальники, каремати – усе необхідне для ночівлі просто неба;

– індивідуальний супровід – за попереднім запитом можливе залучення персонального гіда, інструктора з йоги або професійного фотографа, що зробить подорож ще більш насиченою та незабутньою;

– спеціальне харчування – для учасників із харчовими обмеженнями можливе вегетаріанське або безглютенове меню – клієнтам достатньо повідомити про це заздалегідь;

– сувеніри та локальні продукти – під час туру буде можливість придбати автентичні сувеніри та продукцію місцевих виробників, що стане приємним нагадуванням про подорож.

– туристичне страхування та медичний супровід – передбачене обов’язкове страхування учасників, наявність аптечки, а також супровід кваліфікованого фельдшера для забезпечення безпеки протягом мандрівки.

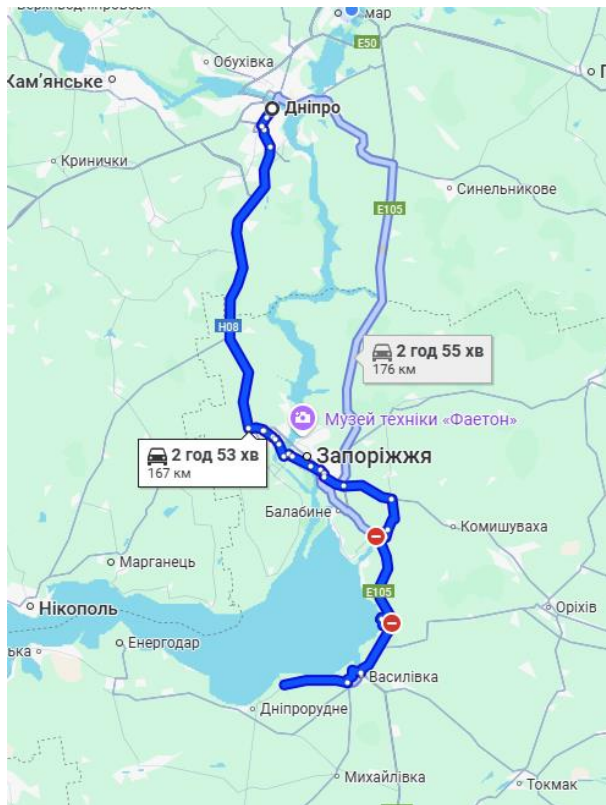


Рисунок 2.2 – Схема маршруту до НПП «Великий Луг»

Джерело: сформовано автором на основі [20]

Підготовка гідів для екотуру «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа» є важливою складовою забезпечення високоякісного обслуговування туристів та сталого розвитку природоохоронних територій. Залучені до роботи гідів повинні мати знання в галузях екології, історії регіону та культурної спадщини.

Гіди повинні мати вищу освіту в екології, біології, історії або туризмі, а також досвід роботи в туристичній сфері. Знання іноземних мов є обов'язковим, оскільки багато туристів є іноземцями.

Навчання включає спеціалізовані курси з екології, які охоплюють сталий розвиток, охорону флори та фауни, а також екологічну етику. Важливими є також курси з історії та культури регіону, що дозволяють гідам надавати глибоку інформацію про місцевість. Крім того, гіди повинні пройти тренінги з екотуристичних практик та надання першої допомоги, оскільки екотуризм може передбачати перебування в складних умовах.

Гіди відповідають за проведення екскурсій, безпеку туристів, контроль за їх рухом по маршруту та надання важливої інформації. Вони мають сприяти екологічному вихованню туристів, дотриманню екологічних стандартів та забезпечувати комфортне перебування групи. Також гіди повинні використовувати інтерактивні методи для залучення туристів до пізнання природи та культури.

Таким чином, підготовка гідів для екотуризму сприяє забезпеченню високої якості послуг, розвитку екологічної свідомості та збереженню природних ресурсів.

Цільова аудиторія екотуристичного маршруту до Національного природного парку «Великий Луг» є різноманітною та включає як місцевих жителів, так і внутрішньо переміщених осіб, волонтерів, еко-ентузіастів, а також родини з дітьми та молодь. В умовах воєнного часу туристична активність обмежена, проте попит на відновлення зв'язку з природою та психоемоційне розвантаження зростає. Після перемоги та стабілізації ситуації, інтерес до екотуризму ще більше зросте, адже багато людей захочуть підтримати відновлення країни через участь у природних маршрутах та відпочинку на свіжому повітрі. Цільова аудиторія буде активно шукати можливості для відпочинку в умовах безпеки та розвитку культурного туризму.

Таблиця 2.2 – Цільова аудиторія туру «Екотур вихідного дня – Великий

Луг: степ, тиша і дика природа»

Цільова аудиторія	Характеристика (воєнний час)	Характеристика (післявоєнний час)	Потреби	Особливості поведінки
1. Місцеві жителі (Запорізька, Дніпропетровська області)	Обмежене пересування, підвищена обережність	Відновлення звичного ритму життя, бажання відпочинку на природі	Психоемоційне розвантаження, підтримка національного продукту	Орієнтовані на короткострокові маршрути, мінімум витрат
2. ВПО (внутрішньо переміщені особи)	Високий рівень стресу, обмежені ресурси	Шукають нові місця для інтеграції, соціалізації	Реабілітація, відновлення зв'язку з природою, освітні екскурсії	Часто подорожують з дітьми, орієнтуються на безпеку та доступність
3. Волонтери, активісти, екоентузіаста	Поєднують волонтерство з екологічними ініціативами	Залучення до відновлення природи, національної ідентичності	Підтримка екології, участь у відновлювальних ініціативах	Відкриті до еко-таборів, тренінгів, походів
4. Студенти / молодь (18–25 років)	Зацікавлені в дешевих варіантах активного відпочинку, освітні проекти	Висока мобільність, інтерес до пригод і природи	Навчання, активне дозвілля, фототуризм	Часто групові поїздки, екскурсії з гідом
5. Сім'ї з дітьми	Обмежені в переміщенні, шукають безпечні локації	Прагнуть відновити родинні традиції подорожей	Дитячий розвиток, безпечне дозвілля, відпочинок на природі	Обирають зручну логістику, наявність інфраструктури
6. Громадяни з інвалідністю та ветерани	Обмежений доступ до природних маршрутів, потреба у реабілітації	Підвищений попит на адаптований туризм	Фізична та психологічна реабілітація, тиша, природа	Очікують комфортних умов, супроводу, спеціальних програм
7. Іноземні туристи (після перемоги)	Відсутні через безпекові ризики	Зростаючий інтерес до України, поствоєнний туризм	Пізнання природи, культури, підтримка країни	Шукають унікальні формати: birdwatching,

				фотосафарі, піші тури
--	--	--	--	--------------------------

Джерело: сформовано автором на основі [5]

## 2.2 Економічне обґрунтування впровадження нового туристичного маршруту

Економічне обґрунтування впровадження нового туристичного маршруту дозволяє не лише оцінити загальний вплив на регіон, а й визначити прямі вигоди для туристичної агенції. Такий маршрут сприяє розширенню асортименту туристичних продуктів, залученню нових цільових аудиторій, підвищенню конкурентоспроможності та зростанню прибутків за рахунок збільшення кількості клієнтів і середнього чеку. Додатково агенція може отримати економічний ефект через розвиток партнерств із місцевими підприємцями, продаж супутніх послуг (трансфер, харчування, гіді) та активну участь у просуванні унікального туристичного продукту [25].

Очікуваний економічний ефект для туристичної агенції від впровадження нового дводенного туру до НПП «Великий Луг» у теплий сезон (травень – вересень) є суттєвим. За умови регулярного проведення турів щовихідних протягом п'яти місяців та формування груп з 15 осіб, сукупна кількість турів за сезон становитиме 20. За вартістю участі однієї особи у розмірі 2500 грн, дохід з одного туру дорівнює 50000 грн.

Таблиця 2.3 – Очікуваний дохід туристичної агенції від реалізації туру «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа»

Показник	Значення
1. Період проведення турів	травень – вересень
2. Кількість місяців	5
3. Кількість вихідних турів на місяць	4
4. Загальна кількість турів за сезон	$4 * 5 = 20$ турів
5. Кількість туристів у групі	15 осіб
6. Вартість туру на одну особу	2000 грн
7. Дохід з одного туру	$15 * 2500 = 50000$ грн
8. Загальний дохід за сезон	$20 * 50000 = 1000000$ грн

Джерело: розраховано автором

Таким чином, загальний дохід туристичної агенції за сезон становитиме 1000000 грн., що свідчить про високий фінансовий потенціал проєкту та доцільність його впровадження з точки зору прибутковості й розширення асортименту турпродуктів агенції.

Для реалізації туру «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа», туристична агенція повинна врахувати різноманітні витрати, що включають організацію трансферу, харчування, оренду приміщень, послуги гідів та інші необхідні аспекти для забезпечення комфортного і цікавого відпочинку для туристів, детально розглянемо витрати:

1. Транспортні витрати – оренда мікроавтобуса, трансфер для групи з 15 осіб з Дніпра до НПП «Великий Луг» та назад. Вартість оренди мікроавтобуса на два дні (з урахуванням пального, водія, амортизації): приблизно 7000 грн за поїздку в обидва напрямки.

2. Витрати на харчування:

– польова кухня: обід (страви з місцевих продуктів, чай з трав) для 15 осіб: 3000 грн.;

– вечеря – гаряча вечеря на вогнищі або в локальній гастрономії для групи – 3500 грн.;

– сніданок – легка еко-їжа для групи 1000 грн.;

– обід на прощання – страва з овочів та круп, солодощі 1000 грн.

3. Послуги гідів та інструкторів:

– гід на пішохідній екостежці (2 години) – 1300 грн.;

– орнітолог для птахоспостереження (1,5 години) – 1500 грн.;

– етнографічна екскурсія – 1000 грн.;

– фахівець з фотосафарі (2 години) – 2500 грн.

– інструктор з йоги або медитації (1 година) – 800 грн.

4. Оренда та організація простору для кемпінгу на території національного парку:

– оренда наметів 200 грн. на особу, всього на групу 3000 грн.;

- оренда додаткового обладнання (ковдри, подушки, посуд для пікніка)
- 1000 грн.;
- оренда біноклів та іншого обладнання для спостереження за птахами
- 150 грн на особу, на групу – 2250 грн.

5. Придбання та роздача додаткових матеріалів:

- карти маршруту, довідники для туристів – 500 грн (загальна вартість);
- інтерактивні елементи (QR-квести, тревел-нотатники) – 1500 грн.;

6. Інші витрати – забезпечення безпеки та екологічної відповідальності (страхування, організація інструктажу з безпеки, екологічні заходи) – 2000 грн.

Таблиця 2.4 – Кошторис витрат туристичної агенції від реалізації туру «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа»

Стаття витрат	Сума (грн)
1. Транспортні витрати	
Оренда мікроавтобуса (трансфер для групи 15 осіб)	7000
2. Витрати на харчування	
Польова кухня (обід для групи)	3000
Вечеря (гаряча вечеря на вогнищі)	3500
Сніданок (легка еко-їжа для групи)	1000
Обід на прощання (сезонні страви, солодощі)	1000
3. Послуги гідів та інструкторів	
Гід на пішохідній екостежці (2 години)	1300
Орнітолог для птахоспостереження (1,5 години)	1500
Етнографічна екскурсія	1000
Фахівець з фотосафарі (2 години)	2500
Інструктор з йоги або медитації (1 година)	800
4. Оренда та організація простору для кемпінгу	
Оренда наметів (200 грн на особу для 15 осіб)	3000
Оренда додаткового обладнання (ковдри, подушки, посуд)	1000
Оренда біноклів та іншого обладнання для птахоспостереження	2250
5. Придбання та роздача додаткових матеріалів	
Карти маршруту, довідники для туристів	500
Інтерактивні елементи (QR-квести, тревел-нотатники)	1500
6. Інші витрати	
Забезпечення безпеки та екологічної відповідальності (страхування, інструктаж)	2000
Загальні витрати на один тур	28350

Джерело: сформовано автором на основі [30]

Загальний річний прибуток туристичної агенції від реалізації туру «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа»

визначається з урахуванням витрат та доходу, а також додаткових витрат на маркетинг, рекламу та податки.

Таблиця 2.5 – Річний прибуток туристичної агенції від реалізації туру «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа» за травень-вересень

Показник	Значення
1. Витрати на проведення туру, грн.	567000
2. Дохід від реалізації туру, грн.	1000000
3. Накладні витрати (5% від витрат на проведення туру), грн.	28350
4. Витрати на рекламу та маркетинг, грн.	30000
5. Єдиний податок, грн.	17010
6. Прибуток, грн.	357640
7. Рентабельність, %	55,7

Джерело: розраховано автором

Витрати на проведення туру складають 567000 грн. – це сума витрат на організацію турів протягом року, включаючи витрати на транспорт, харчування, оренду кемпінгу, гідів, послуги, матеріали та інші операційні витрати. Дохід від реалізації туру становить 1000000 грн, який генерується від продажу турів, враховуючи кількість турів і кількість учасників за травень-вересень.

Накладні витрати, що складають 5% від витрат на проведення туру, тобто 28350 грн, охоплюють витрати на адміністративні послуги, офісні витрати, обслуговування клієнтів та інші невід'ємні витрати, що не входять у безпосередні витрати на проведення турів. Витрати на рекламу та маркетинг складають 30000 грн. – це сума, яка витрачається на просування туру, створення реклами, використання цифрових каналів і соціальних мереж для залучення нових клієнтів.

Єдиний податок, що складає 3% від отриманого доходу – 17010 грн, є обов'язковим податком для малого бізнесу, що здійснює діяльність в Україні в межах єдиного податкового режиму. Прибуток туристичної агенції від реалізації туру за рік становить 357640 грн. – це кінцева сума, що залишається

після покриття всіх витрат, накладних витрат, витрат на рекламу та маркетинг, а також сплати єдиного податку.

Показник рентабельності туру «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа» на рівні 55,7% є достатньо високим, що свідчить про ефективність та прибутковість цього туристичного продукту. Такий рівень рентабельності вказує на те, що проект з розробки та реалізації цього туру є дуже перспективним і здатен приносити стабільний прибуток для туристичної агенції. Завдяки високій рентабельності, проект має потенціал для подальшого розвитку та розширення, що дозволяє прогнозувати його успішне впровадження та значний внесок у фінансові результати туристичної агенції.

Переваги для Національного природного парку «Великий Луг» від реалізації туру «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа»:

1. Залучення фінансування та ресурсів – проведення турів приносить додаткові фінансові ресурси, які можуть бути спрямовані на підтримку та розвиток інфраструктури парку, покращення умов для відвідувачів, а також на збереження природного середовища – 6250 грн. з одного туру.

2. Популяризація природних цінностей – туристичні програми, такі як «Екотур вихідного дня», сприяють підвищенню обізнаності громадськості про природну спадщину, важливість охорони навколишнього середовища та біорізноманіття парку.

3. Підвищення впізнаваності – парки стають більш впізнаваними на національному та міжнародному рівнях завдяки залученню туристів, що може допомогти в створенні іміджу популярної екологічної та культурної туристичної локації.

4. Покращення екологічного стану території – часто частина доходів від туризму йде на збереження екосистем, очищення територій та відновлення природних ресурсів, що сприяє підтримці екологічного балансу.

Переваги для туристичної агенції від реалізації туру «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа»:

1. Висока рентабельність – завдяки наявності унікальних природних ресурсів та розробленій концепції туру, туристична агенція може отримувати високий прибуток при мінімальних витратах, що робить проект фінансово привабливим.

2. Розширення клієнтської бази – тури на екологічну тематику, зокрема національні природні парки, є дуже популярними серед туристів, що прагнуть до відпочинку на природі, що дозволяє агенції залучати нових клієнтів, зокрема тих, хто цікавиться сталим туризмом.

3. Підвищення репутації – виходячи на ринок екотуризму, туристична агенція формує репутацію відповідального бізнесу, що підтримує екологічні ініціативи, що, в свою чергу, може залучити клієнтів, орієнтованих на екологічну свідомість.

4. Можливість для розширення пропозицій – успішне впровадження цього туру може стати основою для створення нових турів, пов'язаних з іншими природними чи культурними об'єктами, тим самим збільшуючи асортимент послуг агенції.

5. Можливість співпраці з місцевими громадами – туристична агенція може налагодити партнерські відносини з місцевими підприємствами та гiдами, що підвищить її конкурентоспроможність і сприятиме розвитку місцевої економіки.

### **2.3. Просування нового туристичного маршруту**

Створення привабливого образу екотуризму для жителів міст, які шукають можливості для відпочинку на природі, вивчення дикої природи та збереження екології. Основна мета – залучити туристів на короткострокові екотури до природної заповідної території «Великий Луг», акцентуючи на відновленні зв'язку з природою, спокої та унікальній біорізноманітності степу. розглянемо стратегії просування:

#### **1. Цифровий маркетинг:**

– соціальні мережі (Instagram, Facebook) – використовувати контент з краєвидами, тваринами та пейзажами Великого Лугу, щоб показати естетичну красу місцевості (рис. 2.3). Публікувати фото та відео з екскурсій, інтерв'ю з гідями, туристами та експертами, що допоможе сформувати довіру до туру. Прямі ефіри з екологічними порадами або запитаннями до природоохоронців [3].

– Influencer-маркетинг – співпраця з екологічними блогерами та активістами, що популяризують сталий туризм та природу. Вони можуть здійснити візит та поділитися враженнями через свої платформи.

В Україні є кілька екологічних блогерів та активістів, які активно пропагують екологічну свідомість, сталий розвиток та захист природи, наприклад:

– Марина Шевченко – відома екологічна активістка, засновниця організації «Greenway». Вона займається популяризацією правильного поводження з відходами, органічним землеробством, а також питаннями збереження природи в Україні. Її публікації часто стосуються сталого розвитку та збереження біорізноманіття.

– Андрій Плис – автор блогу, присвяченого питанням екології, сталого розвитку, збереження природи та раціонального використання ресурсів. Андрій активно просуває ідеї зменшення викидів вуглецю та поліпшення екоосвіти в Україні.

– Тетяна Чорновол – екологічна активістка, депутатка Верховної Ради, відома своєю боротьбою за збереження природних територій і боротьбою проти незаконних забудов. Вона активно виступає на захист екології та природи в Україні.

– Олександра Державіна – блогер і активістка, яка веде Instagram-сторінку, присвячену сталому споживанню, утилізації відходів і природоохоронним ініціативам. Вона активно популяризує ідею переробки та використання екологічно чистих матеріалів.

– Тарас Шевченко – екологічний активіст, який працює в рамках таких ініціатив, як «Zero Waste» та «Український екологічний клуб». Він активно просуває ідеї сталого розвитку та екологічного туризму в Україні.

Ці блогери та активісти можуть бути корисними партнерами для маркетингової кампанії туристичної агенції «Partner Tour», оскільки вони мають значну аудиторію і можуть допомогти привернути увагу до екотуризму та популяризації збереження природи.

## 2. Офлайн реклама:

– плакати та флаєри в громадських місцях – зосповсюдження інформаційних матеріалів у місцях з великим потоком людей (ТЦ, парки, бібліотеки, культурні установи) з привабливими зображеннями природи та контактними даними для бронювання (рис. 2.3);

**Partner Tour**

Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа  
Відчуйте велич природи Великого Лугу!  
Пориньте у тишу заповідного степу, зустрічайте диких тварин та насолоджуйтесь неймовірними краєвидами.  
Природа, яку варто побачити  
Спокій та натхнення  
Екологічний відпочинок  
Заніжться сьогодні!  
#Екотуризм #Великий Луг  
#Природа #Дика Природа  
#Туризм  
#Екологічний Туризм

**Partner Tour**

Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа  
Відчуйте себе частиною величній природи Великого Лугу!  
Забудьте про шум міста і пориньте у безмежні простори заповідного степу, де тиша порушується лише співом птахів та шелестом трав. Прогулянки серед дивовижних пейзажів зустрічі з дикими тваринами та неймовірні краєвиди – усе це чекає на вас!  
Природа, яку варто побачити Екологічно чистий відпочинок Тур для всіх, хто шукає спокій і натхнення  
Приєднуйтеся до нас на екологічний тур вихідного дня і отримайте можливість відчутти велич природи Великого Лугу у її найкращому вигляді.  
Дата туру:  
Місце збору:  
Залиште всі турботи позаду та відновіть енергію в обіймах природи!  
Для запису та детальної інформації:  
Місце для бронювання обмежено! **+30678453562**

Цифровий маркетинг

Оф-лайн реклама

Рисунок 2.3 – Приклад рекламного оголошення туру «Екотур вихідного дня – Великий Луг: степ, тиша і дика природа»

Джерело: розроблено автором

– рекламні акції в громадському транспорті – реклама в маршрутках, автобусах з простими і зрозумілими меседжами щодо екологічного відпочинку.

Пропозиції для залучення клієнтів:

1. Знижки для перших клієнтів або спеціальні пакети для родин з дітьми – туристична агенція може впровадити програми знижок для перших клієнтів, що дозволить створити попит на новий маршрут, або пропонувати спеціальні пакети для родин з дітьми, включаючи зручності та додаткові послуги, що зроблять подорож більш комфортною та привабливою для цієї категорії туристів [27].

2. Конкурси в соцмережах для виграшу безкоштовного туру, де учасники мають поділитися своїми найкращими природними знімками та тегнути сторінку туру [10].

3. Подарункові сертифікати – пропозиція сертифікатів для друзів або родичів, що можуть стати чудовим подарунком для любителів природи. Термін проведення кампанії – планується запуск кампанії за 2 місяці до початку основного туристичного сезону – з початку липня по середину серпня, щоб забезпечити максимальний приплив учасників перед осіннім сезоном [18, 26].

Проектування екотуристичного маршруту до НПП «Великий Луг» та розробка стратегії його просування є важливим кроком не лише у розвитку сталого туризму в національних природних парках, а й у зміцненні конкурентних позицій туристичної агенції «Partner Tour».

Завдяки унікальним природним і культурним особливостям маршруту, реалізація проекту сприятиме диференціації туристичних продуктів агенції, розширенню цільової аудиторії, зростанню клієнтської бази, а також формуванню позитивного іміджу підприємства як провідника екологічно відповідального туризму.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У результаті виконання кваліфікаційного дослідження сформульовано такі висновки:

1. Встановлено, що національні парки та заповідники України є важливими складовими екологічної мережі країни та виконують низку функцій, зокрема збереження біорізноманіття, природних ландшафтів і підтримки сталого розвитку екосистем. Вони також мають великий потенціал як рекреаційні об'єкти для екологічного туризму, проте їх розвиток ускладнюється через недостатнє фінансування, проблеми з інфраструктурою, а також низький рівень обізнаності серед туристів про доступні можливості. Водночас національні парки потребують активної інтеграції сталих практик екологічного туризму, що дозволить зберегти природні ресурси і забезпечити економічну вигоду для регіонів.

2. Проаналізовано, що сучасні тенденції у сфері туризму свідчать про зростаючий інтерес до екологічного туризму та відвідування природних територій. За останні роки спостерігається збільшення кількості туристів, які обирають для відпочинку місця з унікальною природною спадщиною, зокрема національні парки. Перспективи розвитку попиту на відвідування національних парків України зростають завдяки популяризації здорового способу життя, екологічної свідомості та новим туристичним продуктам, що включають екологічні тури, фотосафарі, спостереження за птахами, йогу на природі та інші активності, які поєднують відпочинок та пізнання природи.

3. Досліджено діяльність туристичної агенції «Partner Tour», яка активно займається організацією екологічних турів та має великий досвід у реалізації туристичних продуктів. Встановлено, що компанія здатна розвивати нові екологічні напрямки, зокрема у співпраці з національними парками України, що дає можливість створити нові туристичні маршрути. Перспективи співпраці з національними парками полягають у спільному створенні екологічно чистих туристичних продуктів, просуванні таких маршрутів серед

різних категорій туристів, а також у впровадженні інфраструктурних покращень для підвищення привабливості територій.

4. Встановлено, що проєктування екотуристичного маршруту до НПП «Великий Луг» має значний потенціал для розвитку екологічного туризму в цьому регіоні. Розроблено маршрут, який включає екологічно чисті зупинки, відвідування природних ландшафтів та спостереження за місцевою флорою і фауною. Визначено, що цей маршрут може стати популярним серед туристів, завдяки поєднанню активного відпочинку, екологічної освіти та можливості відновлення здоров'я на природі. Крім того, для успішної реалізації необхідна інфраструктура для безпечного перебування туристів, в тому числі зручні пішохідні стежки, зони для відпочинку, інформаційні таблички.

5. Досліджено економічні аспекти впровадження нового туристичного маршруту в НПП «Великий Луг», які включають витрати на організацію туру, розрахунок очікуваного доходу, а також фінансові вигоди для туристичної агенції та НПП. Встановлено, що за рахунок зростаючого попиту на екологічні тури та зацікавленості туристів у природних пам'ятках, новий маршрут має значний потенціал для прибутковості. Витрати на маркетинг та просування продукту будуть виправдані високим рівнем зацікавленості серед екологічно свідомих туристів, а також позитивним впливом на розвиток місцевої економіки через створення нових робочих місць.

6. Проаналізовано стратегії просування нового туристичного маршруту, зокрема через цифровий маркетинг, участь у туристичних виставках, рекламу на платформах соціальних медіа та співпрацю з іншими туристичними компаніями. Встановлено, що ефективне використання сучасних маркетингових інструментів, таких як контекстна реклама, блогери в екологічній тематиці та цільові кампанії в соціальних мережах, допоможе залучити широкий спектр туристів. Потрібно активно використовувати можливості онлайн-маркетингу, розробляючи адаптовані стратегії для кожного сегменту ринку, а також залучати місцеві громади до просування продукту для підвищення рівня впізнаваності та відвідуваності маршруту.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про природно-заповідний фонд України» № 2457-ХІІ від 16.06.92. ВВР. 1992. № 34, ст. 503. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12#Text>
2. Герасименко В.Г. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: Монографія. Одеса. 2016. 238 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789//5474/1/Оцінка%20туристично-рекреаційного%20потенціалу%20регіону.pdf>.
3. Герман І. В., Криворучко Т. С. Застосування інноваційних технологій в створенні туристичного продукту. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання*. 2020. С. 226–228.
4. Голуб А. А. Типологія національних природних парків. *Вісник Київський національного університету будівництва та архітектури*. 2016. С. 95-101. URL: <https://repository.knuba.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0042a7e0-1404-4eae-a1dc-f43837173f64/content>.
5. Горіна Г. О. Характеристика інфраструктурної складової дослідження середовища формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг. *Вісник ДонНУЕТ*. 2016. №2 (63). С. 121–127.
6. Грибова Д. В. Створення туристичного продукту та інноваційні види туризму. *Економічні науки*. Вип. 43. 2021. С. 33–37. DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2021-43-5.
7. Екологічний туризм та національні природні парки України. URL: <https://surl.li/okuxmw>.
8. Екорішення – я відвідую національні парки та підтримую їхнє створення. URL: <https://dnister.in.ua/articles/257819/ekorishennya-44-ya-vidviduyu-nacionalni-parki-ta-pidtrimuyu-ihnye-stvorennya>.
9. Коніщева Н. Й., Ткачова С. С. Шляхи сталого розвитку туризму на територіях національних природних парків. *Інновації та технології*. 2020. №2. С. 23-34. DOI: 10.24025/2708-4949.2.2020.213035.

10. Лущик М., Каткова Т. Маркетинговий підхід до управління формуванням туристичного продукту. *Development Service Industry Management*. 2023. № 1. С. 68–74. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(8\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(8)).

11. Майбутнє природоохоронних територій в Україні документ для обговорення щодо відновлення та реформування природоохоронних територій. URL: [https://wwfeu.awsassets.panda.org/downloads/wwf\\_a4\\_the\\_future\\_of\\_protected\\_areas\\_in\\_ukraine\\_ukrainian\\_version.pdf](https://wwfeu.awsassets.panda.org/downloads/wwf_a4_the_future_of_protected_areas_in_ukraine_ukrainian_version.pdf)

12. Марич Х. Особливо охоронювані території та об'єкти (в контексті природно-заповідного фонду). *Науковий вісник національного університету "Львівська політехніка"*. 2018. № 2. С. 75-80. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/sep/18275/13.pdf>.

13. Машіка Г.В., Лендел В.В. Природоохоронні території як головний елемент розвитку туристсько-рекреаційного використання. *Економіка і суспільство*. 2016. № 2. С. 452-458. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/2\\_ukr/81.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/2_ukr/81.pdf).

14. Меліх О.О., Меліх Т.Г., Арчибісова Д.С., Колодруб Ю.О. Особливості створення туристичного продукту в сучасних умовах. Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. 2019. №2. С. 415-424. URL: [https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/6229/1/statya\\_mel%c3%ach\\_archib%c3%acsova\\_kolodrub\\_osoblivost%c3%ac\\_stvorennia\\_turistichnogo\\_produktu\\_v\\_suchasnih\\_umovah.pdf](https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/6229/1/statya_mel%c3%ach_archib%c3%acsova_kolodrub_osoblivost%c3%ac_stvorennia_turistichnogo_produktu_v_suchasnih_umovah.pdf).

15. Мілінчук О.В. Туризм на природоохоронних територіях: перспекиви розвитку в Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2017. № 5. С.67-71. URL: <http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-5>.

16. Мирошніченко А.Р. Перспективи формування попиту на відвідування національних парків як рекреаційних територій. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених та здобувачів вищої освіти (16 - 17 квітня 2025 року). – Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2025. С. 66-68. URL:

[https://ontu.edu.ua/download/konfi/2025/Abstracts-development\\_tourism\\_business-25.pdf](https://ontu.edu.ua/download/konfi/2025/Abstracts-development_tourism_business-25.pdf)

17. Національний природний парк «Синевир». URL: <https://www.karpaty.info/ua/uk/zk/kh/synevyr/sights/park/>

18. Новаківський І. І., Ярмола К. М. Ефективність процесу формування туристичного продукту з позицій інформаційно-комунікаційного забезпечення. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2023. С. 151-163. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/nov/31851/vse20232-153-165.pdf>.

19. Офіційний сайт. «Природно-заповідний фонд України». URL: <https://wownature.in.ua/>

20. Офіційний сайт. Природний заповідник «Дніпровсько-Орільський». URL: <https://dopzsite.wordpress.com/>

21. Офіційний сайт. Національний природний парк «Великий Луг». URL: <https://www.zoda.gov.ua/news/57791/natsionalniy-prirodniy-park-velikiy-lug.html>

22. Паньків Н. Є. Природоохоронні території як база розвитку екологічного туризму у Львівській області на прикладі Національного природного парку «Сколівські Бескиди». *Науковий вісник НЛТУ України*. 2019. Вип. 29. № 5. С. 88-92. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu\\_2019\\_29\\_5\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2019_29_5_19).

23. Проблеми природоохоронних територій в Україні під час війни. URL: <https://uwecworkgroup.info/uk/wartime-challenges-for-ukraines-protected-areas/>

24. Сегіда К., Ушкварок Д. Перспективи розвитку туризму в межах природоохоронних територій Харківської області. *Проблеми безперервної географічної освіти і картографії*. 2021. № 34. С. 45-52. DOI: <https://doi.org/10.26565/2075-1893-2021-34-06>.

25. Сухомлин Л. В. Управлінські аспекти формування та реалізації туристичного продукту. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. Взято з [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2015\\_12\\_89](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_12_89)

26. Скрипченко І. Т. Інноваційні технології в туризмі: навчальний посібник. Дніпро: Журфонд. 2021. 137 с.

27. Туризм і місто: аналіз проблем, тенденцій та моделювання розвитку: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х. : ХНАМГ. 2012. 209 с.

27. Цвілій С. М., Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Маркетинг в туризмі : навчальний посібник. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка». 2022. 260 с.

29. Шацький національний парк. URL: <https://www.nationalparks.in.ua/pryrodni-parky/volyn/shatskyi/>

30. Яценко В. М., Скіданов О. А. Організація та бізнес-планування діяльності туристичних підприємств. *Modern Economics*. 2024. № 45(2024). С. 109-114. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V45\(2024\)-15](https://doi.org/10.31521/modecon.V45(2024)-15).

31. Vkursi.pro дос'є ФОП Повстян Н. В. URL: <https://vkursi.pro/fop/povstian-nadiia-mykolaivna-6d5e464c-3b50-4088-bd34-e9c5488b6f0e>.