

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ І.М.Дудник
(підпис)
« _____ » _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)
ЗДОБУВАЧУКИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 242 «ТУРИЗМ»

На тему: **НОВІТНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ**
АВТОБУСНИХ ТУРІВ

Виконавець здобувачка вищої освіти групи Т-212М **Антоненко Катерина Вікторівна**

Науковий керівник: д.геогр.н., професор кафедри міжнародного туризму та країнознавства **Колотуха Олександр Васильович**

Нормоконтролер: _____
(підпис)

Борисюк Оксана Анатоліївна
(П.І.Б.)

КИЇВ-2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства
Спеціальність 242 «Туризм»
ОПП «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Дудник І.М.
«_____» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Антоненко Катерина Вікторівна
(П.І.Б. випускниці)

1. Тема роботи «Новітні підходи до організації автобусних турів» затверджена наказом ректора від «29» вересня 2023 р. №1902/ст.

2. Термін виконання роботи: з 25 вересня 2023 року по 31 грудня 2023 року.

3. Вихідні дані роботи: при написанні дипломної роботи у якості джерельної бази використовувалися нормативно-правові документи, дані Державної служби статистики України, статті зі спеціалізованих періодичних видань, в яких досліджено проблеми розвитку автобусних турів.

4. Зміст пояснювальної записки:

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади організації автобусних турів

РОЗДІЛ 2. Аналіз ринку автобусного туризму

РОЗДІЛ 3. Проблеми та перспективи створення нових автобусних турів

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: рис. 1.1 Класифікація автобусів; табл. 1.1 Класифікація автобусів за видами і призначенням; табл. 1.2 Класифікація автобусних турів; рис. 1.2. Розподіл українських туристичних операторів що займаються організацією автобусних турів; табл. 1.3 Основні

визначення щодо регулювання пасажирських перевезень у «Правилах надання послуг пасажирського автомобільного транспорту»; табл. 2.1. Туристичні потоки України 2013-2022 років; рис. 2.1. Туристичні потоки України 2013-2022 років; табл. 2.2. Кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами за видами туризму; табл. 2.3. Рейтинг туристичних компаній 2022 р.; табл. 2.4. Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту; рис. 2.2. Розподіл окремих видів транспорту у загальному перевезенні пасажирів Україною у січні 2022 р.; рис. 2.3. Виїзд громадян України за кордон з метою організованого туризму у 2016-2020 рр.; табл. 2.5. Кількість перевезень пасажирів автобусним транспортом України у 2018-2022 роках (млн. пас.); табл. 2.6. ТОП-10 найкращих автобусних компаній Європи; табл. 2.7. Європейські автомобільні дороги які проходять через Україну; табл. 2.8. Інформаційна карта ТОО «Аккорд-Тур»; табл. 2.9. Об'єкти та міста через які організують тури та екскурсійні програми; табл. 2.10. Аналіз автобусних турів за видами ТОО «Аккорд-Тур»; рис. 3.1. Туристичний автобус Mercedes-Benz Turismo; рис. 3.2. Маршрут автобусного туру.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	05.09.2023	виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	12.09.2023	виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ автобусних турів. Написати перший розділ.	27.09.2023	виконано
4.	Проаналізувати ринок автобусного туризму в Україні.	19.10.2023	виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку автобусних турів. Написати третій розділ роботи та висновки	03.11.2023	виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	28.11.2023	виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній	15.12.2023	виконано

	захист, розробити демонстраційні матеріали.		
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	21.12.2023	виконано
9.	Захист дипломної роботи.	27.12.2023	

7. Дата видачі завдання: «05» вересня 2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи: _____ Колотуха О.В.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання: _____ Антоненко К.В.
(підпис здобувача) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Новітні підходи до організації автобусних турів»: 86 сторінок, 7 рисунків, 13 таблиць, 68 використаних літературних джерел та 2 додатки.

Об'єкт дослідження – туроперейтинг автобусних турів. **Предмет** – новітні підходи та технології, які застосовуються в організації автобусних турів.

Мета роботи полягає в дослідженні та аналізі новітніх підходів та технологій, які застосовуються в організації автобусних турів з метою покращення якості та задоволення потреб сучасних туристів.

Методи дослідження: теоретичний аналіз інформаційних джерел; статистичний метод; метод порівняльного аналізу; метод класифікації; картографічний метод; метод прогнозування; метод узагальнення.

Інформаційними джерелами при написанні роботи були досліджені праці вітчизняних вчених, статистичні дані, Інтернет-ресурси офіційних сайтів туристичних операторів.

Результати магістерської роботи можуть бути корисними при розробці програм розвитку туризму в Україні та бути використаними при розробці спецкурсів для студентів спеціальностей міжнародного туризму, міжнародних відносин, країнознавства.

Структура: дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел інформації та додатків.

ТУРИЗМ, АВТОБУСНІ ТУРИ, ОРГАНІЗАЦІЯ АВТОБУСНИХ ТУРІВ,
ПЕРЕВЕЗЕННЯ ТУРИСТІВ, ТУРИСТИЧНИЙ ОПЕРАТОР

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОБУСНИХ ТУРІВ	10
1.1. Автобусні тури: поняття та класифікація.....	10
1.2. Історія, огляд розвитку автобусного туризму.....	15
1.3. Основні принципи організації автобусних турів.....	19
Висновок до 1 розділу.....	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ АВТОБУСНОГО ТУРИЗМУ	30
2.1. Сучасний стан ринку автобусних турів українських туристичних операторів.....	30
2.2. Можливості здійснення автобусних турів сучасними туристичними операторами.....	42
2.3. Аналіз автобусних турів туристичного оператора на прикладі Аккорд-Тур.....	47
Висновок до 2 розділу.....	54
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ НОВИХ АВТОБУСНИХ ТУРІВ	56
3.1. Проблеми створення нових автобусних турів.....	56
3.2. Перспективи створення нових автобусних турів.....	60
3.3. Розробка автобусного туру Європою.....	63
Висновок до 3 розділу.....	72
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76
ДОДАТКИ	82

ВСТУП

Актуальність дослідження полягає в тому, що у сучасному світі туризм є однією з найшвидше розвиваючих галузей, що залучає все більше уваги та інтересу як у туристів, так і у туристичних компаній. Однією з найпопулярніших форм подорожей залишається автобусний туризм, який надає можливість зручного переміщення та відкриття нових місць для мільйонів людей по всьому світу.

Проте, з появою нових технологій, змінюються і вимоги туристів до організації автобусних турів. Зараз ми спостерігаємо ряд новітніх підходів, що дозволяють туристичним компаніям збільшити конкурентну перевагу та задовольнити зростаючі потреби клієнтів.

На нашу думку, автобусний туризм – це вид туризму, при якому організовані туристи подорожують та відвідують туристичні атракції, використовуючи автобуси для зручного та комфортного переміщення. Вид туризму може включати в себе різноманітні маршрути, екскурсії, програми та інші послуги, спрямовані на створення нового досвіду подорожі для учасників.

Історія міжнародного автобусного туризму почалась відносно недавно, на початку 70-х років ХХ століття. Першими прихильниками цього виду туризму стали британці, коли в 1972 році відкрилася перший міжнародний туристичний маршрут, що з'єднувала Лондон, Дублін та Голуей. Британці вперше продемонстрували всі переваги доступних та комфортабельних автобусних подорожей, які дозволяли за короткий період і за доступну ціну відвідати кілька країн Європи.

Автобусний туризм визначається як економічний вид туризму, який доступний для широкого спектру населення, і його популярність продовжує зростати. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), понад 40% міжнародних туристичних подорожей виконуються автомобільним транспортом.

Найбільше автобусних турів організовується в Європі. Літній сезон дозволяє туристичним фірмам пропонувати поєднання подорожей і відпочинку на морі, а зимовий – участь у святкуваннях Нового року та європейських карнавалах.

У 1986 році в країнах Європи, у зв'язку зі зростанням конкуренції між

залізничними і автобусними компаніями, було створено об'єднання автобусних перевізників – Раду "Євролінії" (Eurolincs), до якої ввійшли 33 європейських партнера. Автобусні компанії поєднали свої зусилля під однією торговою маркою, встановили єдину систему автобусних маршрутів із загальними стандартами обслуговування, правилами та системою знижок.

В Україні однією з пріоритетних галузей господарства, яка стрімко розвивається, є транспорт, зокрема залізниця та автомобільний транспорт. Це призвело до поширеності автобусних туристичних подорожей, які вже стали стандартними для вітчизняних туристичних компаній. Подорож автобусом відкриває унікальну можливість об'єднати в одній поїздки безліч чудових місць.

Дослідженням питань організації автобусних турів займалися такі науковці: О.В. Аріон, В.К. Бабарицька, В.Г. Герасименко, В.І. Гетьман, О.В. Литвин, Д.В. Ломотько, Л.В. Марценюк, С.О. Погасій, З.Я. Шацька та інші.

На основі аналізу теоретичної бази дослідження було визначено об'єкт, предмет і мету дипломної роботи.

Об'єкт дослідження – туropolерейтинг автобусних турів.

Предмет дослідження – новітні підходи та технології, які застосовуються в організації автобусних турів.

Мета роботи полягає в дослідженні та аналізі новітніх підходів та технологій, які застосовуються в організації автобусних турів з метою покращення якості та задоволення потреб сучасних туристів.

На основі мети були визначені такі **завдання** дослідження:

1. Розкрити сутність та класифікацію автобусних турів
2. Дослідити історію створення автобусних турів
3. Проаналізувати сучасний стан ринку автобусних турів українських туристичних операторів
4. Проаналізувати автобусні тури туристичного оператора на прикладі Аккорд-Тур
5. Визначити проблеми та перспективи організації автобусних турів
6. Розробити автобусний тур Європою

Для виконання поставлених завдань використано такі методи наукових досліджень:

- теоретичний аналіз інформаційних джерел;
- статистичний метод;
- метод порівняльного аналізу;
- метод класифікації;
- картографічний метод;
- метод прогнозування;
- метод узагальнення.

Результати магістерської роботи можуть бути корисними при розробці програм розвитку туризму в Україні та бути використаними при розробці спецкурсів для студентів спеціальностей міжнародного туризму, міжнародних відносин, країнознавства.

Апробація отриманих результатів: дана проблема була висвітлена на XVII Міжнародної наукової конференції “Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід”, присвяченої 140-річчю географії у Львівському університеті, та на VII Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Перспективи розвитку територій: теорія і практика. поствоєнне відновлення».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОБУСНИХ ТУРІВ

1.1. Автобусні тури: поняття та класифікація

Проаналізувавши наукову літературу, констатуємо факт того, що на даний момент не існує чіткого тлумачення поняття «автобусний тур». Тому, в дипломній роботі розглянемо наближені до цього визначення.

Ф. Шандор та М. Кляп визначають *автомобільний туризм* (туризм на власному автомобілі, караванінг-туризм, автобусний туризм, автосафарі-туризм) – подорожі туристів до країн або місцевостей, що відмінні від їхнього постійного місця проживання, в яких основним засобом пересування виступає приватний транспорт, транспорт від фірми або орендований автотранспорт [63].

О. Колотуха визначає *автомобільний туризм* як вид спортивного туризму; подолання туристських маршрутів на автомобілях. Головна особливість автомобільного туризму – можливість добиратися до початку категорійної частини маршруту і повертатися назад своїм ходом. Це обумовлює рух дорогами загального користування і велику загальну протяжність маршруту [21].

В Законі України «Про туризм» *автомобільний туризм* визначено як систему підприємств, що забезпечують туристів, які подорожують на власному або орендованому автомобільному транспорті [39].

При цьому, в українських джерелах немає чіткого визначення автобусного туризму, тож ми маємо намір запропонувати власне визначення цього виду туризму. *Автобусний туризм* – вид туризму, при якому організовані туристи подорожують та відвідують туристичні атракції, використовуючи для зручного та комфортного переміщення автобуси. Він може включати в себе різноманітні маршрути, екскурсії, програми та інші послуги, спрямовані на створення нового досвіду подорожі для учасників.

Основним видом транспорту у автобусному турі є *автобус* – транспортний засіб, який за своєю конструкцією та обладнанням призначений для перевезення

пасажирів з кількістю місць для сидіння більше дев'яти з місцем водія включно [43, с. 5].

Автобуси, відповідно до загальноприйнятої класифікації, відносяться до транспортних засобів категорії «D». Автобуси, які використовуються для перевезення туристів, представлені різноманітними видами, що відрізняються за призначенням і місткістю. Згідно з «Порядком визначення класу комфортності автобусів, сфери їхнього використання за видами сполучень та режимами руху», в Україні усі автобуси поділяються за максимальною масою на дві категорії:

- категорія М 2 – автобуси, які призначені для перевезення пасажирів і мають більше ніж 8 місць, не враховуючи місця водія, і максимальну масу не більше ніж 5 тонн;
- категорія М 3 – автобуси, які призначені для перевезення пасажирів і мають більше ніж 8 місць, не враховуючи місця водія, і максимальну масу, що перевищує 5 тонн [11].

За роками випуску автобуси поділяють на:

- нові – до 5 років;
- середнього віку – 5- 9 років;
- старі – понад 10 років.

Це також свідчить про їхній стан щодо технічної готовності.

Автобуси туристичного класу – транспортні засоби, які мають більше 8 пасажирських сидінь і відповідають вимогам Міжнародного Союзу Автоперевізників (IRU) або технічним стандартам і нормам безпеки України.

Автобуси, що перевозять туристів, можуть бути класифіковані і за такими ознаками: за габаритною довжиною, за призначенням, за кількістю зірок. На рис 1.1 представлена класифікація автобусів, що використовуються у сфері туризму в Україні (рис. 1.1).

За способом організації і проведення подорожей існує розподіл на планові та самодіяльні. Плановані подорожі автомобільним транспортом можуть включати подорожі на орендованому автотранспорті, такий як автобуси або мікроавтобуси, а також спортивні подорожі на орендованому чи особистому транспорті. Зазначені

автобуси можуть бути розділені на кілька категорій, включаючи міські, приміські, міжміські, місцевого сполучення, туристичні, екскурсійні та шкільні [12] (табл. 1.1).

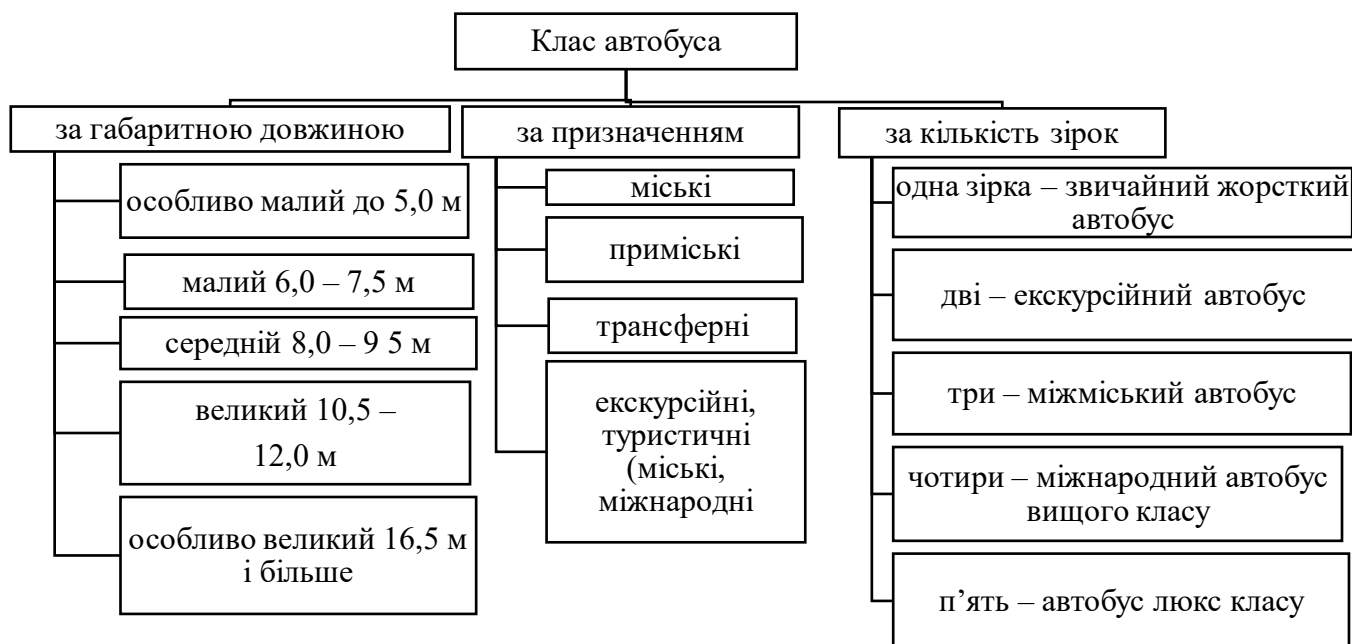


Рис. 1.1 Класифікація автобусів [Розроблено автором за джерелами 11; 13; 30]

Таблиця 1.1

Класифікація автобусів за видами і призначенням [12]

Вид автобуса	Мета, практичне застосування
Міські і приміські автобуси	Для перевезення пасажирів у населених пунктах і містах, використовуються туристами для індивідуальних подорожей
Автобуси для перевезення туристів до великих транспортних вузлів	Для перевезення в міжнародні аеропорти, залізничні вокзали, морські порти, тобто трансфер
Спеціальні, одиничного виготовлення автобуси з кількістю місць до 200 чоловік	Використовуються в аеропортах для перевезення пасажирів від терміналу до літака по льотному полю
Автобуси для екскурсійних цілей	Використовуються для проведення екскурсій. Частина об'єктів екскурсійного показу туристи оглядають безпосередньо з автобуса у ході екскурсії
Чартерні /рейсові автобуси	Служать для автобусних турів, а також для доставки туристів у райони в межах населеного пункту і у віддалені райони
Автобуси обладнані під кемпери і каравани	Для поїздок на природу, обладнані житловим приміщенням зі спальними місцями, кухнею і санвузлом, найчастіше використовуються туристами з сім'ями

Спеціальні автобуси для сафарі і пригодницьких турів	Пристосовані для їзди по бездоріжжю, кількість місць до 25 чоловік, мета – автономно подорожувати по країні далеко від цивілізації, повністю обладнані всім необхідним
--	--

Міські та приміські автобуси призначені для перевезення пасажирів у межах міста і його околиць у якості громадського транспорту.

Трансферні автобуси використовуються для організованого перевезення туристів з великих транспортних вузлів до готелів і назад. Вони зазвичай оснащені покращеними туристичними зручностями, такими як м'які сидіння та великі багажні відділення.

Спеціальні автобуси використовуються для перевезення пасажирів по льотному полю аеропортів від терміналу до літака і назад, і вони можуть вміщати до 200 пасажирів.

Екскурсійні автобуси використовуються для перевезення туристів у туристичних центрах і зазвичай мають підвищений рівень комфорту, м'які сидіння, великі панорамні вікна та радіопідсилювач з мікрофоном для екскурсовода.

Автобуси для далеких рейсів поділяються на рейсові та чартерні.

Рейсові автобуси призначені для регулярних перевезень пасажирів за визначеним маршрутом і розкладом, незалежно від кількості пасажирів.

Чартерні автобуси здійснюють перевезення пасажирів на замовлення туристичних фірм і зазвичай мають точний розклад та можуть мати проміжні зупинки.

Автобуси в якості туристичного транспорту є надзвичайно популярними для короткострокових туристичних відправлень, екскурсій по містам, відвідування пам'ятних місць, групових туристичних подорожей різного характеру та участі у спеціальних подіях. Туристичні компанії активно використовують автобуси для організації відвідування концертів, спортивних та культурних заходів, конгресів, ярмарків та виставок [3 с. 87].

Автобусний транспорт також дозволяє проводити подорожі на великі відстані, як за розкладом, так і поза ним, а також одноденні поїздки. Автобуси широко

використовуються для організації трансферів та внутрішніх подорожей туристів в країні призначення. У сфері туризму автобусні перевезення складають приблизно 40% всіх послуг, і, отже, надзвичайно важливо, щоб туристи отримували комфорт та зручності під час подорожей в автобусі [64].

Аналогічно до багатьох інших аспектів у сфері туризму, автобусні тури можна розділити на різні категорії, використовуючи кілька ознак. Ми провели класифікацію автобусних турів на основі інформації, отриманої з різних джерел [4, 9, 26], і подаємо її у вигляді табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Класифікація автобусних турів [4, 9, 26]

Класифікаційна ознака	Види автобусних турів
Мета подорожі	пізнавальний; культурно-розважальний; діловий; етнічний; спортивний; паломницько-релігійний; екологічний; навчальний; шопінг-тур; конгресовий
Тривалість поїздки	короткостроковий; середньостроковий; тривалий.
За сезонністю	літній; зимовий; міжсезонний; напівсезонний
За рівнем організації	малі групи; великі групи
Спрямованість туристичних потоків	в'їзний; виїзний; внутрішній
За принципом оплати	комерційний; соціальний; інсентив-тур
Наявність нічних переїздів	тури з нічними переїздами; тури без нічних переїздів

Ми також вважаємо, що важливо враховувати нічний переїзд, як це вірно вказано у роботі Шацької З.Я. Відповідно до цього, ми можемо додати ще одну класифікаційну ознаку:

- *тури з нічними переїздами* – туристи проводять ночівлю в автобусі, і зазвичай це означає 1-2 ночі в залежності від конкретної подорожі;
- *тури без нічних переїздів* – туристи ночують в готелі, через це тур може бути дорожчим [64].

Після аналізу популярності різних видів автобусного туризму серед українських туристів, можна зробити наступні висновки: найбільш популярними є внутрішні та закордонні автобусні туристичні програми, оскільки вони є більш доступними економічно, що особливо важливо в періоди економічних криз. Також важливе місце в туристичній практиці України займають паломницькі автобусні тури, які часто організовуються як туристичними, так і релігійними організаціями, що

діють як туроператори. Також, найбільш популярними серед автобусних тури вихідного дня (вікенди). Ці тури активно пропонуються вітчизняними туроператорами на внутрішньому та закордонному туристичних ринках.

Отже, автобусні перевезення в галузі туризму є другим за популярністю видом транспорту після авіаперевезень, за кількістю перевезених туристів. Хоча існують недоліки цього виду транспорту, такі як підвищена небезпечність та обмеженість для міжконтинентальних подорожей, вони компенсуються доступною ціною та різноманітністю послуг, таких як трансфери, екскурсії та інші.

Туроператори активно використовують автобуси при формуванні туристичних пакетів, оскільки цей вид транспорту є зручним, комфортним для огляду місцевості та відзначається доступною ціною.

1.2. Історія, огляд розвитку автобусного туризму

Міжнародний автобусний туризм з'явився відносно недавно, на початку 70-х років ХХ століття. Першими прихильниками цього виду туризму стали британці, коли в 1972 році відкрилася перший міжнародний туристичний маршрут, що з'єднував Лондон, Дублін та Голуей. Британці вперше продемонстрували всі переваги доступних та комфортабельних автобусних подорожей, які дозволяли за короткий період і за доступну ціну відвідати кілька країн Європи.

Автобусний туризм визначається як економічний вид туризму, який доступний для широкого спектру населення, і його популярність продовжує зростати. Згідно з даними UNWTO, понад 40% міжнародних туристичних подорожей виконуються автомобільним транспортом [68].

Найбільше автобусних турів організовується в Європі. Літній сезон дозволяє туристичним фірмам пропонувати поєднання подорожей і відпочинку на морі, а зимовий – участь у святкуваннях Нового року та європейських карнавалах.

У 1986 році в країнах Європи, у зв'язку зі зростанням конкуренції між залізничними і автобусними компаніями, було створено об'єднання автобусних перевізників – Раду "Євролінії" (Eurolines), до якої ввійшли 33 європейських

партнера. Автобусні компанії поєднали свої зусилля під однією торговою маркою, встановили єдину систему автобусних маршрутів із загальними стандартами обслуговування, правилами та системою знижок. В наш час "Eurolines" є однією з провідних компаній на ринку, обслуговуючи понад 250 маршрутів по всій Європі та включаючи 35 європейських автобусних компаній. З 1992 року "Eurolines" почала свою діяльність і в Східній Європі.

Підписання Шенгенської угоди стимулювало розвиток автобусних перевезень, спростивши багато формальностей.

Великою популярністю користуються поїздки на автобусах упродовж вихідних днів. Особливо поширені короткочасні (дво- і триденні) подорожі у Європі. Водночас широковідомі й більш тривалі (один чи два тижні) екскурсійно-пізнавальні тури містами Європи, де спеціально для туристів прокладено сотні різноманітних маршрутів [35].

Основний акцент робиться на автобусних турах вихідних днів, такі як 2-3-денні подорожі містами Європи з екскурсійно-пізнавальними цілями, які є дуже популярними. На другому місці за популярністю – маршрутні тури тривалістю 1-2 тижні по містах Європи з такими ж цілями. Вони користуються великою популярністю, оскільки дають змогу відвідати головні столиці світу. Найбільш популярними напрямками є тури в Грецію, Чехію, Німеччину та країни Балтики.

В Україні маршрутну мережу міжнародного регулярного автобусного сполучення утворюють понад 200 маршрутів до країн Західної Європи, які забезпечують стійкий зв'язок з 16 європейськими країнами. Поряд із рейсовими автобусними перевезеннями час від часу організовуються і спеціальні (чартерні) експрес-перевезення, як от поїздки на різдвяні ярмарки, новорічні свята або передсвяткові шоп-тури тощо. Потреба в чартерних автоперевезеннях загалом зумовлена такими ж причинами, що й організація чартерних авіаперевезень – це, здебільшого, надмірна завантаженість пасажирами регулярних рейсів, відсутність таких рейсів до певних місць призначення або ж незручний для туристів графік руху регулярних рейсів [35].

У 2019 році середня ціна тижневого автобусного туру по Європі становила від

200 до 300 євро. Автобусний тур – це економічний спосіб подорожі, і існують три цінові категорії автобусних програм:

1. Недорогі тури за ціною до 300 євро, передбачають поїзку тривалістю 10-12 днів з мінімальним комфортом. Вам доведеться згодитися на один-два нічні переїзди на відстань 500-700 км. В таких турах мало вільного часу в містах, і ви переночуєте в дешевих мотелях на околицях міста. Попит на ці програми як і раніше дуже високий. Для тих, хто вперше виїжджає за кордон, такі тури залишаються найпривабливішими.

2. Тури вартістю до 700 євро, то отримаєте більше комфорту в своїй подорожі. Такі тури включають проживання в готелях категорії "три" або навіть "чотири зірки", менше нічних переїздів і більше екскурсій. Вас також доставлять до місця відправлення автобуса з усіма зручностями, наприклад, у купе поїзда або літаком.

3. Автобусні тури дорожче 700 євро вважаються ексклюзивними і рідко проводяться. Це для досвідчених мандрівників, які втомилися від стандартних турів. Ці програми можуть включати подорожі до дорогих місць, таких як Швейцарія, південні провінції Франції або карнавали. Вони можуть тривати 20 днів і бути вартістю близько 900 євро, не враховуючи вартості проїзду і оформлення візи. Але, поділивши цю суму на 23 міста в шести країнах, які відвідуєте, ви отримаєте відчуття, що витратили лише 50 євро за місто [44].

Автобусні тури "Україна - Європа" різняться за ціною залежно від тривалості, способу доставки, класу готелю, кількості екскурсій і нічних переїздів. Наприклад, стандартний тур з Києва до Західної Європи тривалістю 10 діб вартістю 420-450 євро включає сніданок, розміщення в двоабо тризіркових готелях, мінімальну екскурсійну програму та візу. Середній тур коштує близько 500 євро і має поліпшені умови, а дорогий тур вартує від 700 євро і включає більше екскурсій та комфортніше проживання, але менше вільного часу для самостійних прогулянок.

Середній ціна за автобусний тур починається від 500 євро, надає більше можливостей для комфортної подорожі. В такому турі збільшується тривалість маршруту, покращується рівень готелів і розширюється програма екскурсій. Ці невеликі зміни мають велике значення для забезпечення зручності туристів. Дорогі тури, вартістю від 700 євро, відповідають вищому стандарту "ціна – якість".

Наприклад, програма тривалістю 10 днів і вартістю 750 євро включає в себе відвідування міст, таких як Відень, Мюнхен, Ліон, Париж, Брюссель, Амстердам, Берлін і Варшава. З урахуванням обмежень на швидкість руху автобусів на європейських дорогах, до Відня можна доїхати з Києва за 28-32 години, а на повернення з круїзу потрібна ще одна доба. Залишається лише вісім днів для відвідування восьми міст. Тому екскурсійна програма зводиться до мінімуму, і вільного часу залишається дуже мало. В результаті у туриста виникає дилема: чи спати в автобусі за 450 євро, чи в готелі за 750 євро.

За думкою фахівців, на ринку автобусних турів конкуренція спостерігається в області різноманітності маршрутів і якості обслуговування [19].

Важливо відзначити, що автобусні тури не обмежені лише молодими туристами. Старші і пенсійні групи також вибирають цей вид подорожей і залишаються задоволеними. Вік туристів, які обирають автобусні тури, може залежати від сезону. Під час шкільних канікул, таких як жовтень, січень і березень, частіше вирушають молоді мандрівники. У сезон відпусток, з травня по вересень, цей вид туризму популярний серед трудівників офісів і підприємств, тобто середнього віку туристи.

Нещодавно збільшилася популярність автобусних турів серед тих, хто страждає від "авіафобії". Різний рівень доходів туристів також впливає на їх вибір турів. Однак вартість туру не завжди є визначальною для достатку туриста. Наприклад, весною можна обрати тур "Австрія – Швейцарія" за 600 євро, а взимку – невеликий тур Фінляндією та Швецією за 200 євро. Часто туристи, познайомившись в поїзді, домовляються подорожувати разом і бронюють наступний тур спільно.

В Північній Америці автомобільний туризм є досить популярним, але автобусні тури менше популярні через великі відстані між туристичними місцями і значний час переїзду.

Україна стикається з обмеженими можливостями у вивозі іноземних туристів автобусами в порівнянні з більшістю європейських країн. Це обумовлено кількома факторами, такими як обмеженість маршрутів для іноземних туристів, поганий стан доріг і відсутність належного технічного обслуговування, початок повномасштабного

вторгнення, обмеження виїзду чоловіків за кордон [6; 8].

Треба визнати, що Україна має значний потенціал для розвитку автотуризму, особливо для іноземних туристів. Країна має різноманітність природних і культурних ресурсів, які можна б використовувати для приваблення іноземних відвідувачів.

На сьогоднішній день основна увага приділяється короткостроковим автобусним турам, включаючи виїзди на вихідні та короткострокові подорожі. Україна розробила національну систему туристично-екскурсійних маршрутів "Намісто Славутича", яка використовує рекреаційний потенціал усіх областей країни [5].

Хоча є певні позитивні зрушення у сфері автотуризму в Україні, існують ще нерозв'язані проблеми. Для подальшого розвитку автотуризму потрібні поліпшення автомобільних трас, розширення мережі розміщення автотуристів, спрощення системи прокату автомобілів та поліпшення інформаційної бази для туристів.

Головною проблемою, що гальмує розвиток автотуризму в Україні, є відсутність державної програми розвитку автотуризму. Співпраця між підприємствами автотранспорту та турфірмами потребує подальшого вдосконалення та державного регулювання [7].

Усі ці проблеми потребують уваги та вирішення, щоб підвищити привабливість України для іноземних туристів і розвивати автотуризм в країні.

1.3. Основні принципи організації автобусних турів

Весь процес організації автобусних турів можна визначити як *автобусний туроперейтинг*. Під *туроперейтингом* О. Любіцева розуміє діяльність у сфері туризму, що полягає у створенні комплексного туристського продукту і оптимізації умов його споживання як зарубіжними, так і вітчизняними туристами, яка здійснюється на основі розробки пакету програм їх обслуговування на маршруті і є формою туристського бізнесу [22].

Сучасний високий рівень туристичних подорожей безпосередньо пов'язаний з науково-технічним прогресом у транспорті. Виходячи з того, що транспортні системи

різних держав світу мають свої особливості, зумовлені такими чинниками, як географічне положення країни, природно-ресурсний потенціал, рельєф, клімат, ландшафт тощо. Тому різні країни мають різну структуру транспортного комплексу. Наприклад, рівнинні країни розвивають насамперед залізничний та автомобільний види транспорту; якщо є багато річок та озер – активно функціонує річковий транспорт; держави, які мають вихід до морів та океанів, обов’язково використовують морський транспорт; гірські країни та країни з великою територією активно розвивають повітряний транспорт» [25].

У нашій країні першочерговою галуззю, яка розвивається, є транспорт, зокрема залізниця та автомобільний транспорт. Це призвело до поширеності автобусних туристичних подорожей, які вже стали стандартними для вітчизняних туристичних компаній. Подорож автобусом відкриває унікальну можливість об’єднати в одній поїздки безліч чудових місць.

Проводячи аналіз туроператорів в українській туристичній галузі, які спеціалізуються на організації автобусних турів, ми прийшли до висновку, що їх можна розділити на три основні категорії. (рис. 1.2).

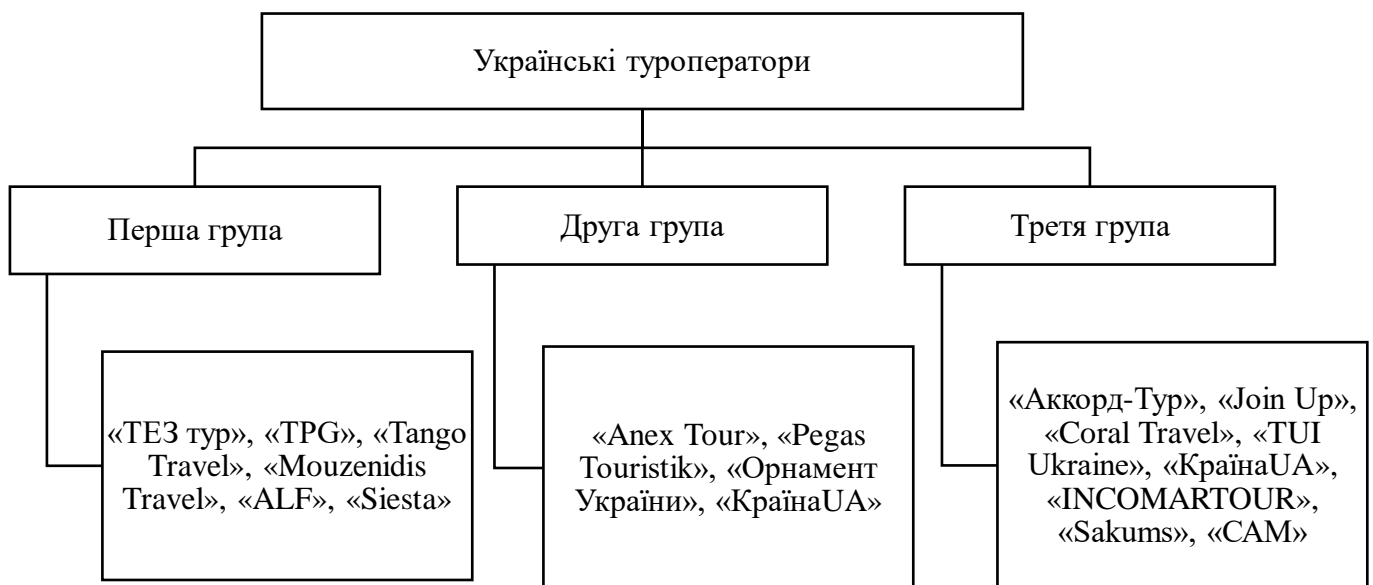


Рис. 1.2. Розподіл українських туристичних операторів що займаються організацією автобусних турів [46; 47; 48; 49; 50; 51; 52; 53; 54; 55; 56; 57; 58; 59; 60]

Перша група туристичних компаній спеціалізується головним чином на міжнародних туристичних подорожах, працюючи з громадянами України. Вони

надають популярні напрямки у Європі, такі як Франція, Німеччина, Іспанія, Італія, Австрія, Швейцарія, Нідерланди та скандинавські країни [46; 47; 48; 49; 50; 51; 52; 53; 54; 55; 56; 57; 58; 59; 60].

Друга група туристичних компаній зосереджена переважно на внутрішньому туризмі та обслуговує як українців, так і іноземних туристів, які виявляють зростаючий інтерес до України. У цьому сегменті українські компанії зазвичай використовують іноземні автобуси для перевезення туристів [46; 47; 48; 49; 50; 51; 52; 53; 54; 55; 56; 57; 58; 59; 60].

Третя група туристичних компаній не має чіткої спеціалізації на внутрішніх чи міжнародних автобусних турах і обслуговує різні замовлення як для українських, так і для іноземних клієнтів. Ці компанії також не діляться на прихильників певних іноземних чи вітчизняних марок автобусів [46; 47; 48; 49; 50; 51; 52; 53; 54; 55; 56; 57; 58; 59; 60].

Усі пасажирські перевезення на території України здійснюється відповідно до наступних нормативних актів:

- Закону України «Про автомобільний транспорт» зі змінами № 440-IX від 14.01.2020 р.,
- «Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту», затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 18.02.1997 № 176,
- Наказу Мінтрансв'язку від 25.05.2007 № 450/167 «Про основні вимоги щодо забезпечення безпечного перевезення пасажирів під час здійснення нерегулярних пасажирських перевезень»,
- Наказу Мінтрансв'язку від 07.05.2010 № 278 «Про затвердження Порядку розроблення та затвердження паспорта автобусного маршруту».

Зважаючи на те, що автобусний тур відноситься до нерегулярних пасажирських перевезень, у табл. 1.3 розглянемо основні вимоги до замовника та виконавця таких перевезень, зазначених у «Правилах надання послуг пасажирського автомобільного транспорту», адаптувавши їх до туристичного підприємства як замовника транспортної послуги та автотранспортного підприємства як виконавця угоди (табл. 1.3).

Щодо особливостей міжнародних перевезень відповідно до чинного законодавства як у європейських країнах, так і в Україні, автобус може продовжувати свій маршрут після старту руху (наприклад, після перетину кордону, зупинки для посадки/висадки пасажирів, туалетних перерв, зупинок для кави, заправки, очікування на кордонному контролі, паспортному чи митному контролі і таке інше) не довше 21 години, за умови, що на борту є два водії. Після цього періоду автобус повинен обов'язково зупинитися і перебувати принаймні 9 годин у спокої.

Таблиця 1.3

Основні визначення щодо регулювання пасажирських перевезень у «Правилах надання послуг пасажирського автомобільного транспорту» [37]

№ пункту	Сутність
п. 18.1	Договір про автобусне перевезення туристів укладається між туристичним підприємством – замовником транспортних послуг та автотранспортним підприємством – виконавцем і вважається укладеним з моменту його підписання сторонами
п. 18.2	Перевізник установлює передній трафарет з написом «На замовлення» та забезпечує інформування про місця розташування аварійних виходів та спосіб їх відкриття.
п. 18.3	Туристична компанія зобов'язана: подати транспортній компанії заяву на здійснення автобусного перевезення туристів, у якій зазначається початковий та кінцевий пункти маршруту, час початку автобусного туру, необхідний термін перебування транспортного засобу; провести інструктаж туристам про умови перевезення; узгодити із транспортною компанією туристичного маршруту, режим руху та умови перевезення, внести їх у дорожній лист
п. 18.4	Виконавцю транспортних послуг забороняється брати до салону інших осіб, не зазначених у списку, наданому замовником, здійснювати посадку туристів на зупинках загального користування
п. 18.5	документами на перевезення пасажирів автобусом на замовлення та на туристичні перевезення є для перевізника – ліцензія, документ, що засвідчує використання автобуса на законних підставах, інші документи, передбачені законодавством України. для водія – посвідчення водія відповідної категорії, реєстраційні документи на транспортний засіб, ліцензійну картку, дорожній лист, договір із туристичною компанією, документ, що засвідчує оплату транспортних послуг, інші документи, передбачені законодавством України

Час в дорозі фіксується за допомогою тахографа на спеціальних дисках. Усі ці диски повинні бути доступні для інспекції поліції на їх вимогу. В разі виявлення порушень чи відхилень від встановлених правил, європейський поліцейський може наразі нарахувати штраф від 1500 до 2500 євро, без можливості домовленостей. В разі

невиплати штрафу транспортний засіб може бути арештований, і йому може бути заборонено подальший в'їзд до країн Європейського Союзу.

Крім того, водій повинен обов'язково зробити перерву після неперервної їзди протягом 4,5 годин, тривалістю не менше 45 хвилин, якщо немає іншого часу відпочинку. Цю перерву можна замінити кількома короткими перервами тривалістю не менше 15 хвилин кожна, розподіляючи їх в межах контрольного періоду так, щоб загалом вони становили не менше 45 хвилин. Ці короткі перерви можуть бути зроблені прямо в автобусі під час руху [33].

В процесі проектування схем туристичних перевезень варто враховувати, що в залежності від поєднань видів транспорту можуть утворюватися специфічні інтегровані системи перевезення як поєднання двох видів транспорту (залізниця - автомобільний транспорт; залізниця - водний транспорт; залізниця – авіаційний транспорт; автомобільний транспорт - водний транспорт; автомобільний транспорт - повітряний транспорт; водний транспорт - повітряний транспорт), так і декількох видів транспорту для перевезення однієї групи туристів особливо при проектуванні великих та тривалих турів [27, с.245].

При організації міжнародних автобусних турів важливо виконати процедури митного контролю. Після в'їзду туристичного автобуса на митну територію керівники групи та водії подають документи представнику митної служби. зазвичай, керівник групи дає інструкції туристам щодо правил поведінки на митниці.

Під час під'їзду до контрольного майданчика митник перевіряє закордонні паспорти туристів та фотографії в них, зокрема у випадках наявності візи (для країни, яка вимагає візового дозволу на в'їзд). Туристи повинні пред'являти паспорт з візією відкритою на відповідній сторінці. Якщо є вільне місце, автобус під'їжджає на контрольний майданчик. Далі, в залежності від вимог митниці, є два можливі варіанти:

Більш легкий: під час цього процесу туристи залишаються в автобусі, тоді як водії відчиняють багажники. Митники разом із керівником групи виділяють декілька валіз з багажників для перевірки їх на наявність заборонених предметів, за бажанням митників. Якщо перевірка завершується успішно, валізи знову покладаються в

багажник, і група може рухатися з контрольного майданчика. Наступною кроком керівник групи забирає всі закордонні паспорти туристів з відмітками про проходження кордону і видає їх кожному учаснику подорожі.

Більш складний: кожен учасник туру виходить із автобуса, має свій закордонний паспорт і валізу, і проходить особистий митний огляд. Валізи розміщуються на спеціальному столі, де їх відкривають за участю туриста і перевірку. Одночасно внесення відміток про кордонний контроль здійснюється у закордонному паспорті. Після того, як усі учасники туру пройшли митний огляд, їх валізи знову помістилися в багажник автобуса, і маршрут продовжився до митниці, що приймається країни.

Ще однією важливою особливістю організації міжнародних автобусних турів є необхідність враховувати суворий екологічний контроль, який існує в більшості європейських країн. Транспортні засоби, які в'їжджають на їхню територію, повинні обов'язково відповідати встановленим стандартам щодо викидів у повітря. Оцінки показують, що туризм відповідає за 5% всіх глобальних викидів CO², при цьому 40% припадають на повітряний транспорт, 20% – на готелі та інші місця проживання. Решта 40% пов'язані з іншими видами транспорту (круїзні судна, автомобільний, залізничний транспорт і інші) та розважальними послугами для туристів [10, с.10].

Наступним чинником, який доречно врахувати при плануванні міжнародних автобусних турів є врахування того, що центральні частини європейських міст часто закриті для туристичних автобусів зокрема, а то й для усіх транспортних засобів взагалі. Практичними прикладами таких обмежень можуть бути такі європейські міста, як Стокгольм (Швеція), Делфт (Нідерланди), Гронінгем (Нідерланди), Брно (Чехія), Варшава (Польща), Зальцбург (Австрія), Будапешт, Угорщина) Рига (Латвія), Любляна (Словенія), Мадрид (Італія) [33].

Крім того, під час автобусних подорожей по Європі важливо обирати готелі з власним паркінгом для зупинок. Хоча паркування в готелях, ймовірно, є платним, вартість цього сервісу значно нижча, ніж витрати на годинник на вуличних паркінгах, особливо в західній чи північній Європі, де ціни можуть сягати 25 або 35 євро за добу паркування.

Автобусні тури відрізняються від інших видів туризму тим, що вони обов'язково супроводжуються керівником туру. Керівник туристичної групи – це представник туристичної компанії, який супроводжує групу туристів під час їхньої подорожі по країні та за кордоном. Він надає інформацію та організовує екскурсії в місцях транзиту, які не включені до програми місцевого гіда. Керівник маршруту вирішує всі питання технічного та організаційного характеру. Для цієї посади вимагається наявність належних навичок та досвіду, тому керівником туристичної групи може стати фахівець туристичного агентства або туристичного оператора, який відповідає наступним вимогам [41]:

- має вищу освіту в сфері туризму;
- має свідоцтво про закінчення курсів з підготовки керівників туристичних груп;
- знає порядок оформлення фінансових документів (на проїзд групи, при розрахунках з готелем, рестораном, екскурсійним бюро та інших туристичних формальностей);
- знання положень та рекомендації міжнародних туристичних організацій;
- володіє та може використовувати основи психології при спілкуванні з туристичною групою;
- знає правила перевезення туристів і багажу на всіх видах транспорту, проходження митного та прикордонного контролю та їх особливості в різних країнах;
- знає та може використовувати методи надання першої (невідкладної) медичної допомоги учасникам туристичної групи;
- знає умови і порядок страхування туристів і керівника туристичної групи;
- володіє однією чи двома іноземними мовами.

Першим важливим завданням для керівника туристичної групи є створення позитивної атмосфери в салоні транспортного засобу. Від його комунікабельності залежить здатність встановити гарні стосунки з туристами. Лідерські якості, які допомагають здобути авторитет серед групи туристів, дозволяють керівнику ефективно та оперативно реагувати на будь-які проблеми, які можуть виникнути протягом туру, такі як захворювання, нещасні випадки, втрата документів чи

викрадення.

В умовах пандемії COVID-19 обов'язки супроводжуючого туристичної групи розширюються на виконання проти епідеміологічних заходів та посилення безпеки членів туристичної групи. Якщо країна, в яку планується тур, знаходиться в зеленій зоні, то супроводжуючий туристичної групи повинен [34]:

- ознайомитись з правилами перебування в цій країні в умовах пандемії та довести їх до відома та виконання усіх членів туристичної групи;
- виконувати всі необхідні туристичні формальності в цій країні в умовах пандемії;
- забезпечити масочний режим та режим дезінфекції усіх членів туристичної групи при посадці автобус, при поїзді, відвідуванні екскурсій, в готелях, ресторанах, тощо;
- під час посадки в автобус забезпечити температурний контроль усіх членів туристичної групи.

Також, супроводжуючий туристичної групи під час повномасштабного вторгнення має важливі обов'язки для забезпечення безпеки та добробуту туристів. Ці обов'язки включають такі аспекти [34]:

- супроводжуючий повинен вжити всі необхідні заходи для захисту туристів від можливих небезпек. Це включає організацію евакуації, шукацькі рятувальні операції, інструктаж і консультації з питань безпеки;
- супроводжуючий має забезпечити постійну комунікацію з туристами, надавати їм необхідну інформацію та інструкції щодо поточної ситуації та дій, які їм слід приймати;
- в разі вторгнення, супроводжуючий повинен координувати дії туристів, допомагати їм об'єднуватися та діяти разом для збереження безпеки. Він повинен також співпрацювати з місцевими владами та рятувальними службами;
- забезпечення першої допомоги вразливим членам групи, оцінка стану та потреб в медичній допомозі;
- в разі необхідності, супроводжуючий повинен допомагати організувати та

- провести евакуацію туристів з небезпечних зон;
- надання психологічної підтримки туристам, які можуть бути під впливом стресу та травматичних подій;
 - супроводжуючий має дбати про безпеку документів і особистих цінностей туристів, зокрема паспортів, грошей та інших цінностей;
 - співпраця з місцевими органами для отримання інформації та допомоги у вирішенні ситуації;
 - збереження спокою та порядку серед туристів, попередження паніки та неврожайної поведінки.

Ці обов'язки супроводжуючого групи в надзвичайних ситуаціях дуже важливі для забезпечення безпеки під час подібних подій.

У роботі супроводжуючого туристичної групи основною умовою, що визначає його успіх є: творчий підхід до всіх членів туристичної групи та вміння врахувати контингент груп. Якщо туристи відчують, що керівник робить це сумлінно, на високому професійному рівні, то можна бути впевненим, що інформація буде донесена до клієнта і їх потреби в пізнанні будуть досягнуті [20].

Автобусні тури викликають ряд специфічних викликів при їх організації. Наприклад, вирішення питань ночівлі може бути складним завданням. Деякі туристичні компанії включають нічні переїзди у свої маршрути та рекомендують туристам брати з собою подушечки та пледи для більшого комфорту під час ночівлі в автобусі. Інші відмовляються від нічних переїздів і розміщують туристів у гуртожитках або інших колективних місцях, що може збільшити тривалість туру і вартість.

Однак основною проблемою при організації автобусних турів є організація харчування та обслуговування пасажирів. Під час таких турів харчування відрізняється від ресторанного, і його характер залежить від відстані подорожі. Довгі маршрути можуть включати як гарячі, так і холодні страви, в залежності від технічних можливостей автобуса. Харчування туристів може бути організоване придорожніми закладами або ресторанами під час зупинок.

Автобусний туризм є доступним і популярним видом туризму, і його

популярність продовжує зростати. Незважаючи на можливі труднощі, такі як митний контроль, ночівля в автобусі та харчування, багато українців активно подорожують автобусними турами по Європі. На внутрішньому ринку автобуси залишаються популярним засобом пересування для туристів. Фахівці вважають, що збільшення використання більших автобусів, зокрема великої ємності, може покращити обслуговування пасажирів в Україні.

Висновки до 1 розділу

Через відсутність чіткого визначення автобусного туризму, ми запропонували власне визначення цього виду туризму. *Автобусний туризм* – це вид туризму, при якому організовані туристи подорожують та відвідують туристичні атракції, використовуючи автобуси для зручного та комфортного переміщення. Вид туризму може включати в себе різноманітні маршрути, екскурсії, програми та інші послуги, спрямовані на створення нового досвіду подорожі для учасників.

Автобусні тури класифікуються за декількома ознаками: мета подорожі, тривалість поїздки, за сезонністю, за рівнем організації, за спрямованістю туристичних потоків, за способом оплати.

Весь процес організації автобусних турів можна визначити як *автобусний туроперейтинг*, розуміючи під ним діяльність у сфері автобусного туризму, що полягає у створенні комплексного туристського продукту і оптимізації умов його споживання як зарубіжними, так і вітчизняними туристами, яка здійснюється на основі розробки пакету програм їх обслуговування на маршруті і є формою туристського бізнесу.

Хоча є певні позитивні зрушення у сфері автотуризму в Україні, існують ще нерозв'язані проблеми. Для подальшого розвитку автотуризму потрібні поліпшення автомобільних трас, розширення мережі розміщення автотуристів, спрощення системи прокату автомобілів та поліпшення інформаційної бази для туристів. Головною проблемою, що гальмує розвиток автотуризму в Україні, є відсутність

державної програми розвитку автотуризму. Співпраця між підприємствами автотранспорту та турфірмами потребує подальшого вдосконалення та державного регулювання.

Автобусний туризм є доступним і популярним видом туризму, і його популярність продовжує зростати. Незважаючи на можливі труднощі, такі як митний контроль, ночівля в автобусі та харчування, багато українців активно подорожують автобусними турами по Європі. На внутрішньому ринку автобуси залишаються популярним засобом пересування для туристів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ АВТОБУСНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Сучасний стан ринку автобусних турів українських туристичних операторів

Українські туристичні оператори пропонують широкий спектр автобусних турів для подорожей як у межах країни, так і за її межами. Це можуть бути екскурсійні подорожі до історичних місць, пішохідні тури, відвідування курортів або паломництва до релігійних святинь. Оператори також можуть пропонувати тури до країн Європи та інших континентів.

У зв'язку з пандемією COVID-19 та повномасштабним вторгненням росії в Україну туристичний бізнес виявився серйозно зміненим. Зменшення попиту на міжнародний туризм, обмеження на масові заходи та періодичні зміни умов в'їзду в країни можуть вплинути на пропозицію та попит на автобусні тури. Також був збільшений інтерес до внутрішнього туризму під час пандемії через бажання уникнути складнощів з міжнародними поїздками та потім зменшений через ризики війни.

Це тільки загальні тенденції, і конкретний стан ринку автобусних турів може змінюватися залежно від багатьох факторів, таких як економічні умови, політична ситуація, рівень пандемічного впливу та стратегії самого оператора.

Під час воєнних конфліктів або воєнного стану в Україні можуть виникати специфічні та вкрай складні обставини, що впливають на ринок туризму, зокрема на автобусні тури:

- скорочення попиту на міжнародні тури: Воєнний конфлікт може призвести до значного зменшення попиту на туристичні подорожі в Україну з-за побоювань щодо безпеки та стабільності;
- перенаправлення туристичного потоку: Замість місць зі збройним конфліктом, туристи можуть вибирати інші напрямки подорожей, навіть у межах країни, що віддалені від конфліктної зони;

- збільшення внутрішнього туризму: Люди можуть віддавати перевагу відпочинку та подорожам в межах власної країни через безпеку та меншу нестабільність у зовнішніх поїздках;
- падіння туристичної інфраструктури: Війна може призвести до знищення або пошкодження туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, музеї, що може ускладнити подорожі та зменшити здатність пропонувати туристичні послуги;
- зміни у безпеці та обмеження на пересування: Введення обмежень на рух та безпекових заходів може значно ускладнити організацію та проведення автобусних турів.

Ці тенденції можуть привести до значного зниження попиту на автобусні тури в Україні та вимагати переорієнтації та адаптації туристичних операторів до нових умов.

За даними Національної туристичної організації України, кількість громадян, які виїхали в інші країни скоротилася за 2013–2022 рр. на 34,58%, у тому числі кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну – на 90,71% [31] (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Туристичні потоки України 2013-2022 років [31]

Рік	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Кількість громадян, які виїхали в інші країни	23,76	22,43	23,14	24,66	26,43	27,97	29,34	12,25	14,72	15,53
Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну	24,67	12,71	12,42	13,33	14,22	14,34	13,7	3,88	4,27	2,3

Результати аналізу статистики виїзду та в'їзду громадян вказують на динаміку змін туристичних потоків в Україні протягом останніх десяти років.

Графічне відображення цієї статистики на діаграмі допоможе візуалізувати ці тенденції та контраст у зміні туристичних потоків протягом всього періоду (рис. 2.1).

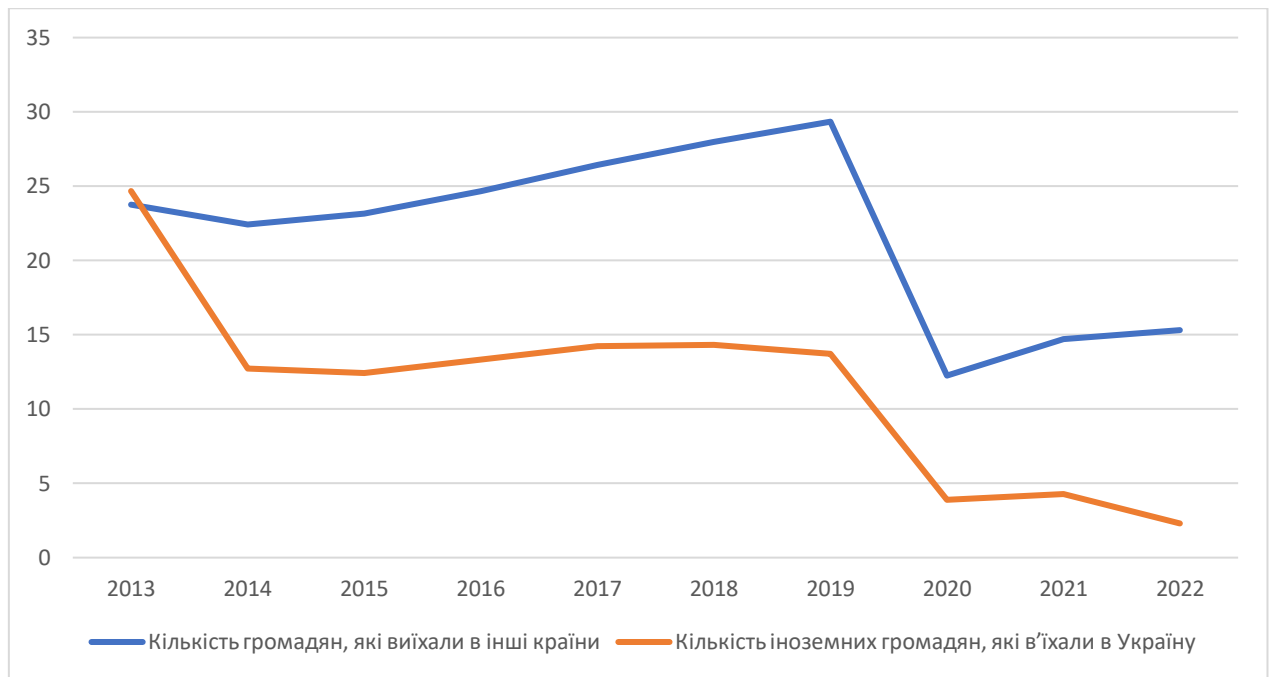


Рис. 2.1. Туристичні потоки України 2013-2022 років

Розроблено автором за джерелом [31]

Таким чином, загальна тенденція зростання кількості громадян, які виїжджали з України, була помітна з 2013 до 2020 року. Проте у 2020 та 2021 роках спостерігається різке зменшення виїзду громадян, що може бути пов'язане з пандемією COVID-19 та обмеженнями на міжнародні подорожі. Після спаду в 2020-2021 роках в 2022 році спостерігається певне зростання кількості громадян, які виїхали з України.

Щодо кількості іноземних громадян, які в'їхали в Україну, видно тенденцію зменшення кількості іноземних громадян, які в'їжджали в Україну, з 2013 до 2014 року через події в Україні 2014 року. 2015-2019 рр. спостерігається загальна тенденція збільшення туристичних потоків в Україну. Проте у 2020 та 2021 роках почався дуже значний спад в'їзду іноземців, що стало наслідком пандемії та пов'язаних з цим обмежень. У 2022 році показник в'їзду іноземців в Україну ще більше зменшився через війну.

Аналіз статистичних даних свідчить про вплив пандемії COVID-19 та повномасштабного вторгнення на туристичний рух в Україні. Обмеження на міжнародні подорожі відображаються у різкому спаді як виїзду українців, так і в'їзду

іноземців у країну у 2020-2022 роках.

Проаналізуємо обсяги виїзного туризму в Україні за 2015-2020 роки. З метою дослідження тенденцій саме туристичних потоків, до уваги бралися громадяни, для яких метою виїзду з країни був туризм (рис. 2.2).

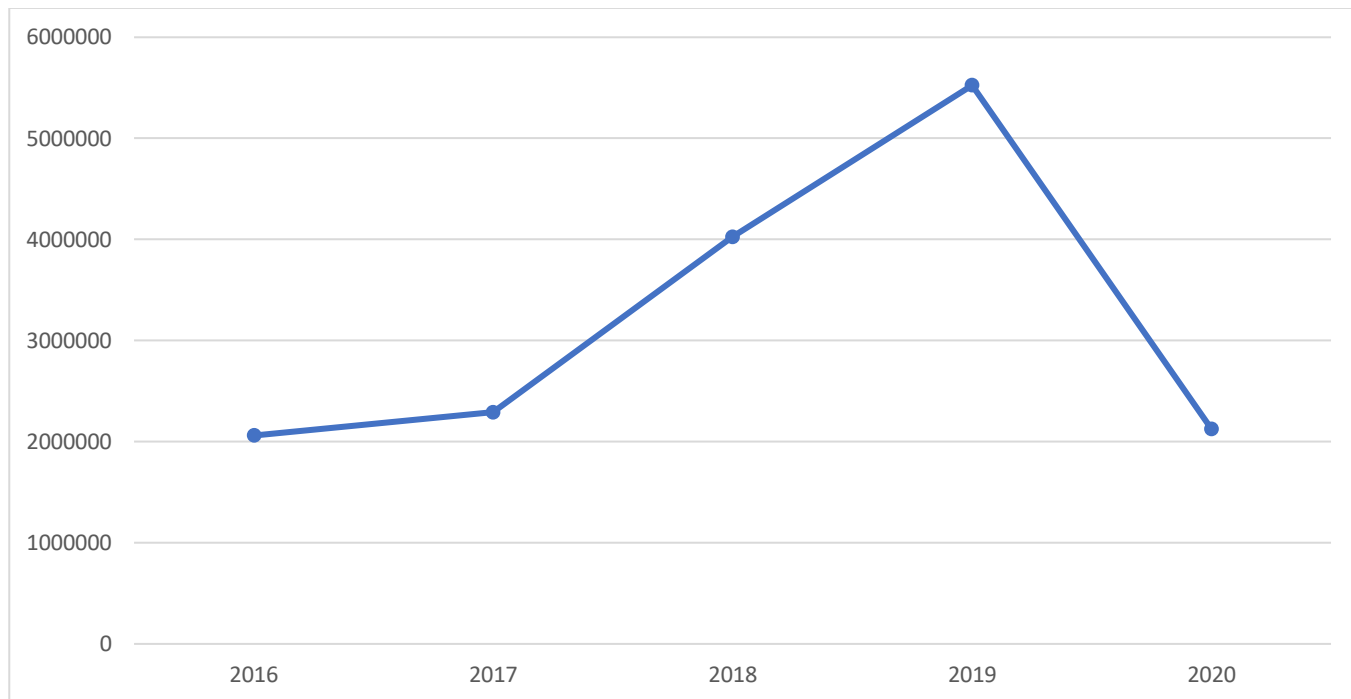


Рис. 2.2. Виїзд громадян України за кордон з метою організованого туризму у 2016-2020 рр.

Розроблено автором за джерелом [17]

Виходячи з даних рис. 2.2. можна зробити висновок, що за досліджуваний період найменше українці подорожували за кордон у 2016 р., а вже у 2017-2019 рр. відмічалось зростання виїзних туристичних подорожей. У 2017 р. кількість закордонних подорожуючих збільшилась на 11,1%, а з 2017-2019 р. збільшилась ще на 141,2%. Основною причиною цього стали помірні ціни на перевезення, введення безвізового режиму, високий сервіс закордонних компаній за доступними цінами. Однак через COVID-19 показники в 2019-2020 рр. значно знизились (на -67,5%). При цьому слід зафіксувати, що порівняно з 2016 р. обсяг виїзного турпотoku в 2019 р. збільшився на 168,1% [1].

Статистичні дані про кількість туристів, обслугованих туроператорами та

турагентами за видами туризму з 2013 по 2020 рік, ці цифри відображають динаміку туристичної діяльності як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях. Вони розкривають кількість в'їзних (іноземних) туристів, виїзних туристів та внутрішніх туристів у зазначені роки (табл. 2.2).

Таблиця 2.2.

Кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами за видами туризму [17]

Рік	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами за видами туризму	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2013	3,45	2,32	2,51	0,7
2014	2,42	0,017	2,08	0,32
2015	2,01	0,015	1,6	0,35
2016	2,54	0,035	2,06	0,45
2017	2,8	0,039	2,28	0,47
2018	4,5	0,075	4,02	0,45
2019	6,13	0,086	5,52	0,52
2020	2,36	0,011	2,12	0,22

Загалом, за цей період спостерігалася коливання у числі туристів, що користувалися послугами туроператорів та турагентів. Можна помітити зростання кількості туристів на 67,26% у 2015 та 2019 роках.

Проте, важливо відзначити, що у 2020 році спостерігається помітне зменшення на 67,53% загальної кількості туристів, що відвідували місця відпочинку як внутрішніх, так і з-за кордону. Це зменшення може бути пов'язане з різними факторами, такими як пандемія COVID-19 та пов'язані з нею обмеження у подорожах.

У 2022 році рейтингове агентство «ElitExpert» та Міжнародний експертний клуб склали Національний рейтинг туристичних компаній, щоб підтримати та виділити тих представників бізнесу, які часом на шкоду собі продовжують працювати на благо країни (табл. 2.3).

Рейтинг туристичних компаній 2022 р. [32]

Номер в рейтингу	Туристичні оператори
1	Join UP!
2	Coral Travel
3	Alf
4	Tez Tour
5	Eurotrips
6	Відвідай
7	TPG (Travel Professional Group)
8	Аккорд-Тур
9	ITravel
10	Феєрія
11	Гамалія
12	Яструб-Тур
13	InSky
14	Навігатор
15	GTO TRAVEL

На базі рейтингу туристичних компаній за 2022 рік видно, що з найвищих позицій займаються такі компанії, як Join UP!, Coral Travel, Alf та Tez Tour. Ці лідери мають потужний вплив ринку на сегмент автобусних турів, враховуючи їхню популярність, якість послуг та репутацію. Львівський туроператор Аккорд-Тур займає 8 місце в рейтингу, компанія з 20-річною історією завжди спеціалізувалася на власних автобусних турах, тому закриття неба для польотів не так сильно вдарило по бізнесу компанії [32].

Такі дані дають підставу оцінювати поточну ситуацію як незадовільну та неконкурентоспроможну. Причини цього полягають у тому, що основний матеріально-технічний комплекс українського господарського комплексу застарів, інфраструктура потребує реконструкції та реставрації, рівень обслуговування не відповідає міжнародним стандартам, індустрія розваг фактично не розвинена та організована, багато культурно-історичних пам'яток занедбано, ряд екологічних, соціальних та економічних проблем не вирішено [15 с. 100].

Окупація Криму призвела до втрати приблизно 30% рекреаційно-туристичного потенціалу в Україні. Частина українців, які віддають перевагу відпочинку на морських курортах, змушені шукати альтернативи за кордоном або змінювати свої

плани.

Таким чином, сучасний стан туристичної галузі в Україні є двозначним: з одного боку, спостерігається криза в галузі, пов'язана зі стрімким падінням покупівельної спроможності населення, а з іншого – спостерігається будівництво туристичних об'єктів та збільшення кількості туристичних організацій. Однак не лише економічна, а й політична криза має негативний вплив на розвиток туризму в нашій державі. Тому наразі існує велика необхідність у підтримці громадськості для сприяння розвитку галузі та внутрішнього туристичного ринку.

Аналізуючи розвиток внутрішнього автобусного туризму, важливо підкреслити, що транспортні послуги становлять значну частку в туристичному секторі і можуть значно впливати на цінову політику туру, від 20% до 60%, в залежності від тривалості та відстані подорожі [23, с.25].

Світовий досвід підтверджує, що сучасні послуги транспорту є важливою складовою подорожей та ключовим фактором для розвитку туризму. Якість, розмаїття та характер транспортних послуг у туризмі залежать від рівня розвитку транспортної інфраструктури та транспортного комплексу в країні.

Потік туристів визначає величину роботи, графіки та маршрути автобусного пасажирського транспорту. Структура попиту на туристичні послуги впливає на те, як і куди будуть організовані перевезення. Послуги туристичного транспорту, надані на кожному етапі подорожі, є ключовою складовою повного пакету туристичних послуг. Щоб визначити обсяги витрат на транспорт за різними видами транспорту впродовж останніх п'яти років, ми проведемо аналіз розподілу таких витрат, що здійснювали вітчизняні підприємства (табл. 2.4).

Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, використані при створенні туристичного продукту, демонструють значні обсяги впродовж останніх п'яти років у розподілі витрат за видами транспорту.

Узагальнюючи, можна зауважити, що витрати на повітряний та водний транспорт зменшуються порівняно з іншими видами. Значний обсяг витрат на залізничний транспорт, особливо у 2019 році, коли витрати значно зросли порівняно з попередніми роками.

Таблиця 2.4.

Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту [17]

Рік	Усього	за видами туризму			
		залізничний транспорт	повітряний транспорт	водний транспорт	екскурсійні автобуси
2016	3790837,1	118662,8	3544010,0	36861,8	50434,1
2017	3566939,0	116248,4	3223950,8	45332,3	48738,7
2018	3970270,1	35170,5	3591856,8	95963,5	83669,9
2019	6780530,0	26950,8	6447420,6	97839,8	126712,8
2020	3468085,5	15509,7	3265100,5	33879,1	153596,2

Екскурсійні автобуси також займають значний прибуток витрат на транспортні послуги, зростаючи у 2019 році та падаючи у 2020 році. З даних таблиці можна зробити висновок, що автобусні тури стали користуватися більшим попитом, так як з 2016 – 2020 рр. обсяг витрат виріз на 101,62%.

Але, також, ми вбачаємо в проблему чому автобусні тури не так стрімко розвиваються, на сьогоднішній день 95% шляхів України розбиті, 90% доріг не ремонтувались останні 30 років, що спричиняє високий рівень смертності на дорогах, який є найвищим в Європі. Забезпечення доріг в Україні набагато гірше, ніж в інших країнах. Територія України перевищує територію Франції та Німеччини, проте Україна має у 5,6 та 3,8 рази відповідно менше доріг. Якщо взяти до уваги щільність доріг, то Україна значно відстає за європейські країни за цим показником [36].

Перевезення пасажирів – загальна кількість пасажирів, транспортованих рухомим складом окремих видів транспорту (автобуси, легкові автомобілі, тролейбуси, трамваї, залізничні пасажирські вагони, річкові та морські судна, літаки) (рис. 2.3) [18, с.105].

Вибір транспортного засобу в туризмі зумовлений низкою факторів, таких як вартість перевезення, транспортна доступність туристичних дестинацій і ступінь розвитку транспортної мережі, безпека перевезень, наявність системи бронювання квитків, тривалість транспортування, мобільність транспортного засобу, можливість зупинки під час подорожі, сезонний характер роботи окремих видів транспорту,

рівень комфорту, умови харчування, можливість здійснення комбінованих перевезень тощо. Сьогодні в структурі транспортного обслуговування туристів найбільша частка припадає на повітряний та автомобільний види транспорту. Зокрема, у 2020 р. 59 % туристів подорожували повітряним транспортом. Автомобільний вид транспорту обрали 35 % туристів. Значно менша частка припадає на водний (5 %) і залізничний види транспорту (1 %). В розрізі окремих країн частка в структурі транспортного обслуговування може різнитися [27, с.171].

На рис. 2.2 ми бачимо, що автомобільні (автобусні) пасажирські перевезення займають вагоме друге місце на січень 2022 року. Вони зробили 86,8 млн. пасажирських перевезень, після міського електротранспорту (115,8 млн.), який включає в себе трамваї, тралейбуси і метрополітен.

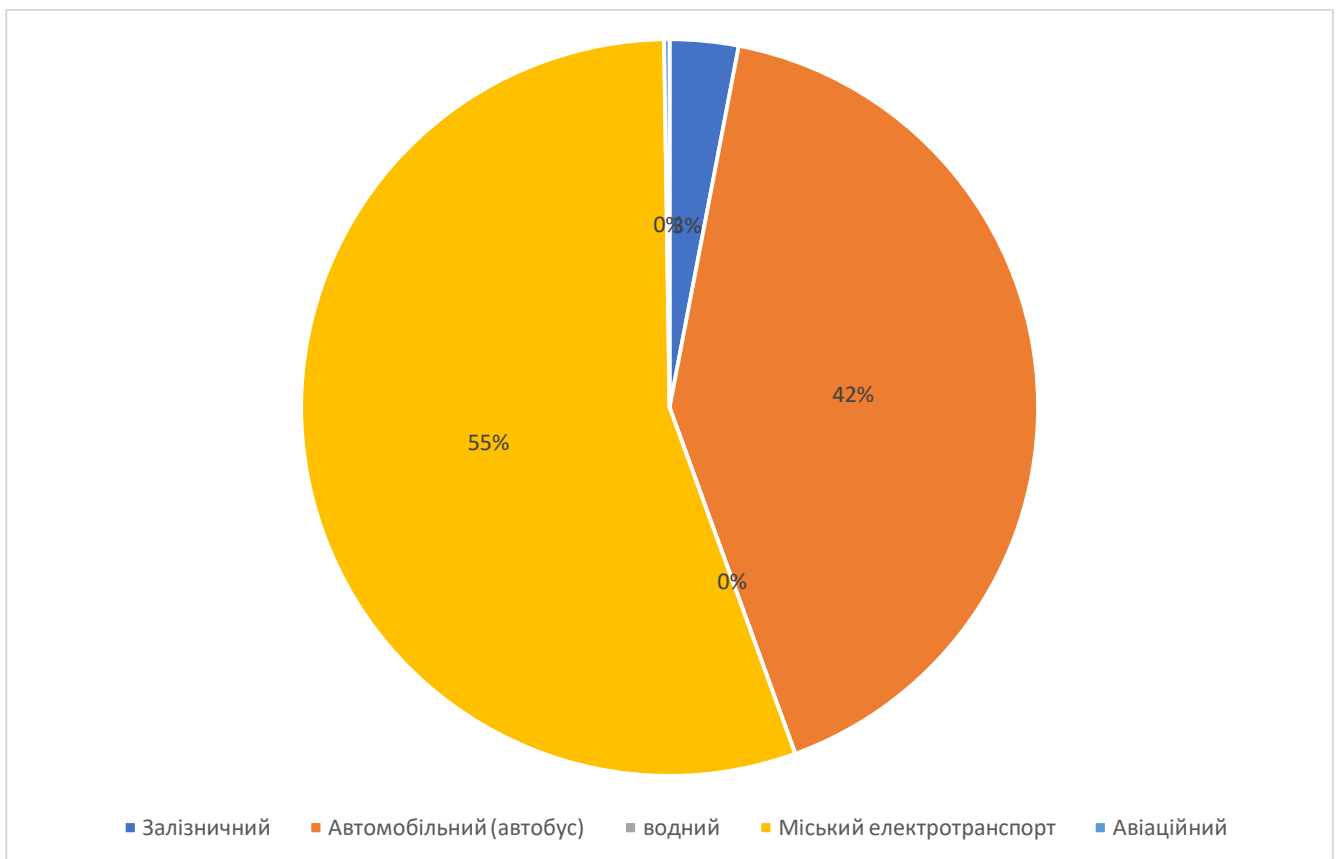


Рис. 2.3. Розподіл окремих видів транспорту у загальному перевезенні пасажирів Україною у січні 2022 р.

Розроблено автором за джерелом [17]

Таблиця 2.5.

Кількість перевезень пасажирів автобусним транспортом України у 2018-2022 роках
(млн. пас.) [17]

Показники	2018	2019	2020	2021	2022
Усього	1907	1805	1084	1089	-
За видами сполучення:					
Внутрішні	1904,6	1802,3	1082,3	1087,8	-
Міжнародні	2,35	2,65	1,09	1,17	-

З табл. 2.5 ми бачимо, що з 2018-2021 рік видно значне скорочення превезень автобусним транспортом через поганий стан доріг і зменшення кількості пасажирських автобусів, придатних до експлуатації. З власного досвіду може сказати, що в 2022 році кількість пасажирів автобусного транспорту значно збільшилась в зв'язку з закриттям неба над Україною, в наслідок відсутності авіаційних перевезень.

У Київській області зареєстровано 1 056 перевізників різних форм власності, із них 444 займаються пасажирськими перевезеннями, у тому числі 158 – працюють і надають послуги населенню на внутрішньо обласних автобусних маршрутах, 546 зайняті вантажними перевезеннями, 66 – вантажо-пасажирськими. Постійним автобусним сполученням охоплені всі міста і сільські населені пункти області. Перевезення пасажирів виконують перевізники на 695 автобусних маршрутах, у тому числі: міських – 66, приміських – 389, міжміських – 240, міжобласного сполучення – 34. Відкриття нових маршрутів і збільшення кількості рейсів на діючих маршрутах здійснювалось через відкриті конкурси на перевезення пасажирів автомобільним транспортом загального користування [18, с.107].

Автобусний туризм в Україні не відіграє значної ролі у в'їзному туристичному потоці. Основні цільові аудиторії складаються з громадян Німеччини, Франції, Іспанії, США, Канади, Швейцарії, росії, які подорожують через автомобільні пункти пропуску Польщі, Словаччини, Угорщини, Румунії, Молдови.

Три з найкращіх компаній Європи: Eurolines, Ecolines, Günsel. Ці компанії по цей час працюють на території України (табл. 2.6).

ТОП-10 найкращих автобусних компаній Європи [42]

№	Назва в рейтингу	Країна засновник	Основні напрямки
1	Eurolines	Брюсселі	Україна, Польща, Латвія, Німеччина, Чехія, Франція, Бельгія та Іспанія
2	Ecolines	Латвія	Україна, країни Європи
3	Orangeways	Австрія	Країни Європи
4	Megabus	Велика Британія	Велика Британія, Канада та США
5	Bus Eireann	Ірландія	Ірландія
6	JJ Kavanagh & Sons	Ірландія	В основному Ірландія та деякі країни Європи
7	Swebus	Швеція	Країни Європи
8	Gobybus	Швеція	Швеція, Норвегія, Фінляндія, Китай
9	Rede Nacional de Expressos	Португалія	Країни Європи
10	Lasta Beograd	Сербія	Сербія та країни Європи
11	Abildskou	Данія	Данія, Німеччина
12	Етап	Болгарія	Болгарія
13	Gunsel	Україна	Україна, Туреччина, Молдова, Польща, Болгарія, Румунія, Литва
14	Matkahuolto	Фінляндія	Фінляндія

Розвитку автобусного туризму в нашій країні перешкоджають:

- проблема заторів на дорогах;
- екологічні вимоги до транспорту;
- дорожня небезпека;
- слабкий розвиток транспортної індустрії.

Станом на 2020 рік в дії знаходиться Державна програма підвищення рівня безпеки дорожнього руху в Україні на період до 2020 року, затверджена постановою Кабінетом Міністрів України від 25 квітня 2018 р. № 435 [38].

Проблема підвищення рівня безпеки дорожнього руху, згідно Державної програми підвищення рівня безпеки дорожнього руху в Україні на період до 2020 року вирішується шляхом:

- удосконалення державного управління у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху;
- удосконалення ведення обліку та проведення аналізу даних стосовно дорожньо-транспортних пригод;
- підвищення рівня безпечності доріг та дорожньої інфраструктури;

- підвищення рівня безпеки транспортних засобів;
- покращення медичного забезпечення у сфері безпеки дорожнього руху та підготовки водіїв;
- підвищення рівня безпеки перевезення пасажирів та вантажів комерційним автомобільним транспортом;
- покращення безпечної поведінки учасників дорожнього руху;
- удосконалення здійснення заходів реагування та управління наслідками дорожньо-транспортних пригод;
- забезпечення дотримання правил дорожнього руху [38].

Через Україну проходять 20 європейських автомобільних шляхів [29] (табл.2.7).

Таблиця 2.7

Європейські автомобільні дороги які проходять через Україну [29]

№	Номер європейського маршруту	Шлях
1	E38	Шлях бере початок у Глухові (Україна), далі прямує через Курськ, Воронеж, Саратов, Уральськ, Актобе, Карабутақ, Аральськ, Айтеке-бі, Кизилорду і завершується у Шимкенті (Казахстан).
2	E40	Шлях з'єднує французьке місто Кале через Бельгію, Німеччину, Польщу, Україну, росію, Казахстан, Узбекистан, Туркменістан і Киргизстан із казахським містом Ріддер
3	E50	Шлях починається на кордоні зі Словаччиною на пропускному пункті Ужгород, Закарпатська область закінчується E50 на пропускному пункті Довжанський, Луганська область
4	E58	Шлях починається в австрійському Відні і закінчується в Ростові-на-Дону
5	E81	Шлях починається в українському Мукачевому і закінчується в румунській Констанці.
6	E85	Бере свій початок в литовській Клайпеді і закінчується у грецькому Александруполісі.
7	E87	Бере свій початок в українській Одесі і закінчується у турецькій Анталії
8	E95	Проходить територією Чернігівської, Київської, Черкаської, Кіровоградської, Миколаївської і Одеської областей України, далі поромом Чорним морем, потім територією Туреччини.
9	E97	Бере свій початок в українському Херсоні і закінчується у грузинському Поті
10	E101	Бере свій початок в Москві і закінчується в Києві.
11	E105	Бере свій початок в норвезькому Кіркенесі і закінчується в Ялті (АР Крим).
12	E372	Бере свій початок у Варшаві і закінчується у Львові.
13	E373	Траса пролягає від Києва через Коростень, Сарни, Ковель, міжнародний пункт пропуску Ягодин-Дорогуськ, Холм, П'яскі до Любліна.
14	E381	Бере свій початок в російському Орлі і закінчується в українському Києві.
15	E391	Бере свій початок в російській Тросні і закінчується в українському Глухові.

16	E471	Бере початок в місті Мукачєво та закінчується у Львові.
17	E573	Бере свій початок в угорському Пюшпекладані і закінчується в українському Ужгороді.
18	E581	Бере свій початок у румунському Мерешешті і закінчується в українській Одесі.
19	E583	Бере свій початок у румунському Романі і закінчується в українському Житомирі.
20	E584	Бере свій початок в українській Полтаві і закінчується в румунському місті Слобозія.

П'ятнадцять з двадцяти європейських автомобільних шляхів пролягають через територію Європи, що робить подорожі між країнами більш зручними. Для України це важливо з декількох причин: легший доступ до розвинутих країн Європи, зручність і комфорт, економічна користь, розширення знань українців про інші народи та країни.

Ми вивчили розвиток туризму в Україні і визначили, що для просування автобусного туризму потрібна модернізація туристичної транспортної інфраструктури. Ми вважаємо, що важливо зосередитися на екологічності перевезень, забезпеченні безпеки та оптимізації маршрутів. Також важливе міжнародне співробітництво для розвитку міжнародного туризму.

2.2. Можливості здійснення автобусних турів сучасними туристичними операторами

У зв'язку з попитом на туристичні послуги частково поновили свою роботу туроператори, які спеціалізуються на внутрішньому туризмі. Завдяки туристичній активності українців цілий ряд суміжних галузей – транспорт, заклади харчування, заклади розміщення виробники туристичної продукції – теж запрацювали [22].

Туристичні потреби та умови відпочинку стали зовсім іншими. Через закрите небо, фокус змістився на автобусні тури з Києва та у більш безпечні регіони України, а також на авіаційні тури з трансфером до Кишиніва або Варшави та вильотом із цих міст. Туристичні агенції намагаються зберегти свою діяльність, щоб відновлювати туристичну галузь після закінчення війни. Отже, попри війну та закрите небо над

Україною, українці продовжують літати через аеропорти сусідніх країн.

Незважаючи на складну ситуацію після війни, рекреація і туризм повинні стати важливою частиною стратегії економічного відновлення в Україні. Після трирічної паузи, викликаної пандемією, у Берліні 7-9 березня пройшла Міжнародна туристична виставка ІТВ, в якій попри війну, Україна взяла участь. Близько 5500 експонентів зі 161 країни представили свій потенціал [25].

Головним девізом стендів Державного агентства розвитку туризму України та столиці, Києва, було: «Запрошуємо в Україну після нашої Перемоги». Зацікавленість Україною виявили багато фахівців, серед них зокрема, керівники Всесвітньої туристичної організації [16].

Туристичні оператори мають великий потенціал у використанні попиту на трансфери до аеропортів сусідніх країн серед українських туристів. Представлення зручних і надійних автобусних маршрутів до ключових аеропортів може стати вигідним для туристичних компаній [25].

Це дасть можливість українським туристам легше досягати місць відльоту. Оператори можуть розробляти оптимальні маршрути та графіки для задоволення потреб та гнучкості туристів, що дозволить їм приємно та ефективно розпочинати свої подорожі.

Крім того, це може стати додатковим заробітком для туроператорів, розширивши їхні можливості та послуги, що привернуть більше клієнтів. Забезпечення комфорту, безпеки та надійності у подорожах до аеропорту може стати конкурентною перевагою туристичних компаній і відкрити нові ринки для розвитку.

Надання трансферних послуг до аеропортів сусідніх країн може стати вигідною можливістю для українських туристичних операторів, забезпечуючи зручність, доступність та розширення можливостей для подорожуючих.

Сучасні туроператори володіють унікальними можливостями для організації та проведення таких подорожей, що сприяє розвитку туристичної галузі та забезпечує комфорт та задоволення клієнтів.

Технологічні новації стали ключовим фактором у поліпшенні автобусних турів. Використання сучасних транспортних засобів забезпечує безпеку та комфорт

подорожей. Автобуси оснащені новітнім обладнанням для зручності пасажирів: Wi-Fi, розетки для зарядки гаджетів, системи розваг та комфортні сидіння [25].

Сучасні туроператори використовують технології для підвищення якості подорожей. Від удосконаленого бронювання онлайн з використанням GPS для оптимізації маршрутів, технології створення автобусних турів ефективнішими та комфортнішими для клієнтів.

Важливим елементом є розробка цікавих маршрутів та програм екскурсій. Сучасні туроператори активно працюють над створенням унікальних турів, які задовольняють потреби навіть найвибагливіших туристів. Вони розробляють різноманітні маршрути, які об'єднують культурні пам'ятки, природні краси та інші цікаві місця, що робить подорож більш насиченою та захоплюючою.

Індивідуальний підхід до клієнтів стає все більш поширеним. Туроператори пропонують різноманітні пакети послуг, враховуючи побажання та потреби кожного туриста. Це може бути вибір маршруту, гнучкий графік, різні категорії проживання та харчування.

Великий асортимент та індивідуально підібрані програми турів дозволяють кожному туристу знайти оптимальні варіанти для себе. Це можна включити в себе вибір тривалості туру та акценти в програмі екскурсій.

Крім того, екологічність стає важливою складовою для сучасних автобусних турів. Туроператори впроваджують екологічно чисті автобуси, спрямовують зусилля на зменшення викидів та оптимізацію маршрутів для зменшення впливу на довкілля.

У цілому, сучасні туроператори мають унікальні можливості в організації автобусних турів, які враховують потреби та побажання сучасного туриста. Їхні можливості технологічного прогресу, індивідуального підходу та екологічності сприяють розвитку та популяризації цього виду подорожей, роблячи їх більш доступними та цікавими для широкого кола подорожуючих.

Важливим аспектом на сучасному етапі розвитку автобусного туризму є просування туристичного продукту. В цьому контексті важливого значення набувають соціальні мережі. Соціальні мережі вже стали важливим елементом сучасного інформаційного простору і суттєво вплинули на розвиток туристичної

галузі, а одним з туристичних напрямків, які значно скористалися цим явищем, є автобусні тури.

Соціальні мережі надали туроператорам можливість створювати заходи з просування автобусних турів, які можуть бути спрямовані на різні цільові аудиторії. Рекламні інтеграції, спеціальні пропозиції та акції легко розповсюджуються через соціальні мережі, залучаючи нових клієнтів. Важливим є також вплив соціальних відгуків та рейтингів, які можуть значно вплинути на рішення потенційних туристів.

Соціальні мережі – частина соціальних медіа. Соціальні медіа транслюють інформацію, а соціальні мережі виступають платформами для спілкування один з одним. На кінець 2022 року, найчисельнішими соціальними медіа за кількістю активних користувачів стали: Youtube – 23 млн., Facebook – 15,6 млн., Instagram – 13,2 млн., TikTok – 12 млн. Також, туристичні фірми активно використовують месенджери, такі як Viber та Telegram [65].

Феномен успіху соціальних мереж полягає у тому, що інтернетизація світу продовжується стрімкими темпами. Тому, для успішного просування свого продукту в соціальних мережах туристичне підприємство повинно правильно вибрати цільову аудиторію, створити унікальний і цікавий контент сторінки, постійно оновлювати інформацію, бути чесним з користувачами соціальної мережі, оскільки негативна інформація дуже швидко розповсюджується [65].

Роль месенджерів, таких як Viber і Telegram, в туристичних фірмах стає все важливішою завдяки їх зручності та ефективності в комунікації з клієнтами та внутрішнім обміну інформацією, а саме:

- месенджери дозволяють туристичним фірмам забезпечувати клієнтів оперативною підтримкою;
- месенджери дозволяють туристичним фірмам надсилати сповіщення та оголошення клієнтам щодо нових турів, акцій, спеціальних пропозицій та важливої інформації;
- Telegram і Viber забезпечує можливість створення групових чатів та каналів, де клієнти можуть обговорювати свої досвіди та отримувати оновлення від фірми;

- використання ботів в Telegram та Viber дозволяє автоматизувати обробку запитів клієнтів, надаючи їм швидку відповідь на популярні запити, які стосуються наявних турів, цін та доступності;
- месенджери доступні на різних пристроях, що дозволяє клієнтам та фахівцям фірми легко комунікувати незалежно від місця перебування [2].

Усі ці фактори роблять месенджери важливою частиною комунікації для туристичних фірм, допомагаючи покращити обслуговування клієнтів та підвищити ефективність продажів автобусних турів.

При дослідженні проблем використання соціальних мереж для просування автобусних турів на світовому ринку, необхідно провести характеристику цих проблем, оскільки відповідь на питання про відмінності між різними соціальними мережами буде визначати інструменти та підходи, які найкраще підходять для реклами. Зокрема, для успішних продажів автобусних турів важливий безпосередній контакт з клієнтами.

Отже, до переваг просування автобусних турів у соціальних мережах можна віднести:

- менші витрати часу на створення та підтримку групи в соціальній мережі, ніж на розробку і просування сайту-візитки;
- оперативне інформування реальних і потенційних клієнтів про нові пропозиції автобусних турів;
- низька вартість просування;
- користувачі стають рекламними агентами туристичного підприємства, оскільки обмінюються посиланнями на його групу і сторінку;
- інформація, що поширюється в соціальних мережах, сприймається як більш достовірна, без яскраво вираженого рекламного підтексту;
- можливість чіткого виділення цільової аудиторії за статтю, віком, доходами, професією тощо;
- можливість відстежувати негативні відгуки, швидко реагувати на них і нейтралізувати [65].

Таким чином, соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного

туристичного бізнесу і їх роль у просуванні та комунікації автобусних турів надзвичайно важлива. Вони дозволяють туроператорам привертати нових клієнтів, впливати на їх рішення та підтримувати високий рівень обслуговування. Попри виклики, використання соціальних мереж в сфері автобусних турів обіцяє залишатися актуальним та розвиватися в майбутньому, впливаючи на спосіб, яким ми подорожуємо та вибираємо тури.

2.3. Аналіз автобусних турів туристичного оператора на прикладі Аккорд-Тур

В нашому дослідженні ми проаналізуємо діяльність туристичного оператора «Аккорд-Тур», яке знаходиться за адресою: місто Львів, вулиця Новий Світ, буд. 15, офіс 18. Туристична компанія розпочала свою діяльність в 2003 році. За свої 20 років роботи туристичний оператор зміг здобути прихильність від клієнтів.

Мета ТОО «Аккорд-Тур» полягає в організації та наданні послуг щодо подорожей в автобусному турі, відпочинку та туризму.

Основним напрямком діяльності екскурсійних туристичних компаній є створення екскурсійних послуг, які задовольняють потреби клієнтів і надають їх споживачам, а також підтримка конкурентоспроможності туристичних продуктів. Залежно від змісту і характеру діяльності туристичні організації є зв'язком посередника між споживачами (туристами) і виробниками окремих послуг (розміщення туристів, транспорт, підприємства ресторанного господарства тощо).

Компанія "Аккорд-тур" – туроператор не лише міжнародного, а й внутрішнього туризму, ця компанія є одним із провідних на ринку, ми організовуємо різні типи турів: автобусні тури без нічних переїздів; тури із нічними переїздами; тури до Європи з відпочинком на морі; тури вихідного дня до Європи; авіа тури; по Україні та інші види турів.

Оператор займається організацією турів до країн Європи (Чехія, Словаччина, Угорщина, Польща, Хорватія, Болгарія, Греція, Італія, Франція, Іспанія, Нідерланди та інші), а також по Україні (Львів та Львівщина, Закарпаття, Гуцульщина, Буковина,

Київщина, Херсонщина).

Досліджуване туристичне підприємство є приватним за організаційною формою власності та можна визначити його як велике за чисельністю персоналу. За останніми даними, в штаті туристичного оператора «Аккорд-Тур» працює 62 співробітники, що свідчить про значний обсяг діяльності та широкий спектр послуг, які вони можуть надавати. Основну інформацію про туристичного оператора «Аккорд-Тур» представлено в табл. 2.8 [54].

Таблиця 2.8

Інформаційна карта ТОВ «Аккорд-Тур» [54]

№	Показники	Основна інформація
1	Назва підприємства	ТОВ "АККОРД-ТУР"
2	Юридична адреса	Україна, 79013, Львівська обл., місто Львів, ВУЛИЦЯ НОВИЙ СВІТ, будинок 15, офіс 18
3	Сфера діяльності згідно КВЕД	Основна: 79.12 Діяльність туристичних операторів Додаткова: 79.11 Діяльність туристичних агентств 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність
4	Форма власності	Приватна
5	Рік заснування	2003
6	Номер телефону	2949870
7	Веб-сайт	https://www.accordtour.com/
8	Середня кількість працівників	62 (на момент 2022 року)
9	Керівник	Петрусь Олена Богданівна

Клієнтам, які звернулися до туристичної агенції «Аккорд-Тур», гарантується ефективна співпраця та своєчасне задоволення наявних потреб, які можуть стосуватися:

- консультації на предмет туристичного продукту;
- пошуку і підбором акомодації;
- комплектації розважального та екскурсійного дозвілля;
- бронювання сервісів за допомогою міжнародних систем інтернет бронювання, зокрема таких як Amadeus та Galileo;
- посередництва між постачальником додаткових туристичних послуг та клієнтом, проведення розрахунків та оплати;

- оформлення та впорядкування форм і актів, необхідних для здійснення туристичної мандрівки та перетину митниць і проходження прикордонного контролю;
- послуг страхування;
- оформлення віз.

Як бачимо, спектр послуг, які пропонує компанія дуже широкий. У цьому контексті формується досить складна організаційна структура компанії, яку можна охарактеризувати як лінійно-функціональну. У цьому випадку він є найбільш прийнятним і здатним найбільш ефективно функціонувати в умовах сучасного ринку туристичних послуг, що зараз повною мірою демонструє «Аккорд-Тур».

На чолі компанії стоїть генеральний директор в підпорядкування якого входять менеджери підрозділів (кадрового, фінансового, візового, відділ роботи з клієнтами, відділ розробки та комплектування туристичного продукту, відділ по роботі з постачальниками та посередниками, та інші). Менеджери підзвітні лише генеральному директору за роботу свого відділу.

Керівництво господарсько-фінансовою діяльністю товариства здійснюється на загальних зборах керівного складу товариства. Періодичність зборів може бути встановлена згідно з фіксованим заздалегідь розкладом, але вони можуть проводитися частіше ніж один раз на чотири квартали. Однак за потреби менеджери можуть проводити зустрічі поза регулярними зустрічами.

Така організаційна структура дозволяє забезпечити розумний розподіл обов'язків між працівниками та ефективно управління.

За відносно короткий термін існування на українському туристичному ринку ТОВ «Аккорд-Тур» була високо конкурентоспроможним на внутрішньому та міжнародному ринках, про що свідчать численні нагороди та сертифікати, вивішені на стінах їх головного офісу. «Аккорд-Тур» також займається поліпшенням іміджу Львова і працює над його покращенням різними способами, навіть отримали подяку від міського голови у 2013 році.

Аккорд-Тур співпрацює з такими тур агенціями як: «Аладін-Груп», «АльянсТур», «Аурум», «Галіція-Тур», «Євромарін-Тур», «Імперія-Тур», «Інтер-

Лайн», 178 «Менора», «Пілігрим», «Реал Сервіс Плюс», «Супутник», «Говерла-Тур», «Ілона», «Савана», «Яремія» а також, закладами розміщення і харчування, страховою компанією «Капіталь», підприємствами, що забезпечують автобусне та авіап перевезення «Каменярь», «Одигітрія» [14].

Напрямами діяльності тур організації є Україна, Угорщина, Хорватія, Чехія, Польща, Австрія, Італія, Франція, Болгарія, Румунія, Нідерланди, Німеччина, Швейцарія, де пропонуються різновиди тур послуг таких як: екскурсійні тури, гірськолижні тури, оздоровчі тури, економ тури, тури вихідного дня, шопінг-тури, тури для школярів, сезонно-святкові тури, фестивальні тури, лікувальні тури, індивідуальні тури, автобусні тури, авіа тури. Туристична організація також має додаткові послуги, такі як: допомога в оформленні закордонних паспортів, оформлення віз (за необхідності), забезпечення туристів високоякісним спорядженням, розміщення та додаткові екскурсійні послуги на маршруті, що відповідно сприяє підвищенню кількості туристів та збільшенню коштів, які надходять до бюджету.

Внутрішній туризм представлений на теперішній час такими екскурсійними програмами як: «Веселка Карпат!», «Намісто Гуцульщини», «Родзинки Закарпаття», «Те що треба - Львів і Карпати!», «Закарпаття рецепт бадьорості... СПА & Релакс», «Подільський десерт», «Теплий вікенд: Закарпаття і терми! (Зима)». Чітко прослідковується територіальна сконцентрованість, що об'єднує всі програми тур організації Аккорд-Тур.

Виїзний туризм представлений такими екскурсійними програмами як: «Чао, Італія! 2 дні в Римі+Флоренція і Венеція!», «Знайомство з Казанова! Відень+Верона+Венеція», «На одному диханні: Мюнхен, Цюрих, Венеція», «Дефіле для романтиків: Прага, Мілан, Венеція», «Швейцарська інтрига: Австрія, Італія та Доломітові Альпи», «Барселона – Королева Півдня», «Там, де Північ зустрічається з Півднем... Амстердам+Мілан+Венеція!», «Казки Балтійського моря Стокгольм, Рига, Таллінн», «Пікнічок в Амстердамі», «Душевний Вікенд: Краків, Прага, Відень, Будапешт+Егер» це тільки частина автобусних турів Європою всі інші варіанти представлені на офіційному сайті [54].

Щоб конкретно вивчити особливості організації автобусних турів, розглянемо більш детально такі тури, які організовує ТОО «Аккорд-Тур». ТОО «Аккорд-Тур» організовує автобусні тури в різні куточки Європи. Згідно з інформацією, отриманою з сайту компанії, можна зробити висновок, що основними країнами, куди подорожують туристи, є Австрія, Італія, Нідерланди, Німеччина, Польща, Румунія, Угорщина, Франція та Чехія (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Об'єкти та міста через які організовують тури та екскурсійні програми [40]

Країна	Об'єкти та міста через які організовують тури та екскурсійні програми
Австрія	Організація турів може включати в себе відвідування історичних міст, замків, музеїв, гірських курортів, таких як Відень, Зальцбург, Інсбрук, Грац, Холлштат та інші.
Італія	Планування маршруту може включати відвідування місць, таких як Рим, Флоренція, Венеція, Мілан, Неаполь, Ватикан та інші.
Нідерланди	Відвідування таких міст як Амстердам, Роттердам, Гаага, Утрехт та інших з оглядом на історичні пам'ятки, архітектуру та культурні спадщини.
Польща	Відвідування старовинних міст, замків, костелів та інших історичних пам'яток: Краків, Варшава, Вроцлав та Гданськ - міста з багатою культурною спадщиною.
Румунія	Організація турів може включати в себе середньовічні замків, фортець, старовинних центрів міст, таких як Бухарест, Брашов, Сігішоара та інші, що відомі своєю архітектурою та історією.
Угорщина	Екскурсії до історичних міст, які відомі своєю архітектурою та культурою, наприклад, Будапешт, Дебрецен, Егер та інші.
Франція	Відвідування історичних міст, таких як Париж, Ліон, Марсель, Ніцца, з оглядом на культурні пам'ятки, тематичні парки, музеї, замки, храми та інші архітектурні перлини.
Чехія	Відвідування старовинних міст та історичних пам'яток, таких як Прага, Карлові Вари, Чеський Крумлов, з оглядом на замки, палаці, катедрали та інші архітектурні шедеври.

Підкреслимо, що туроператор організовує більшість автобусних турів як виїзний туризм. І незважаючи на те, що кожен із розглянутих автобусних турів є унікальним за своєю структурою та технологією організації, усі існуючі міжнародні автобусні тури, туристична компанія «Аккорд-Тур» поділила на п'ять груп (табл. 2.10).

Вважаємо, що дане туристичне підприємство приділяє недостатню увагу розвитку внутрішнього туризму та популяризації вітчизняної туристичної галузі.

Аналіз автобусних турів за видами ТО «Аккорд-Тур» [54]

Вид автобусного туру	Особливості туру	Назва туру	Кількість ночей	Вартість туру (євро/особу)
Тури без нічних переїздів	- ночівлі в готелях; - насичена екскурсійна програма; - проживання у 2-3* зіркових готелях на розташованих околицях міст.	В повному шоколаді... або 2 дні в Швейцарії!	6	від 246
		Три горішки для Попелюшки Дрезден, Прага, Краків	4	від 133
		Австрійський вальс	5	від 216
		Мої найкращі друзі Амстердам і Париж	5	від 326
Економ тури	- насичена екскурсійна програма; - проживання у 2-3* зіркових готелях, розташованих на околицях міст; - нічні переїзди	Закохані в Париж + Страсбург...	6	від 178
		Ультотний вікенд: Краків + Прага + Відень + Будапешт!!!	4	від 138
		Апельсиновий рай відпочинок на морі Іспанії та Франції + Швейцарія!!!	9	від 341
Тури вихідного дня	- тривалість не більше 4х днів; - можливі нічні переїзди	Вікенд в Будапешт! + Хевіз!	4	від 66
		Душевний Вікенд: Краків, Прага, Відень, Будапешт + Егер	4	від 130
		СПА-вікенд в королівство термалів Польща, Словаччина, Угорщина	3	від 123
Тури з виїздом після 12.00	- виїзд після 12.00 з місця призначення	Вікенд у Будапешт! + Відень!	4	від 41
		Світ магії... Каппадокія!	7	від 252
		В обіймах Балкан!	6	від 216
Тури з Європи	- можливий виїзд або підсадка з міст Європи	Французький настрій в Парижі та Діснейленді!	6	від 178
		Маленька французька подорож + Діснейленд	6	від 178
		Розкішна подорож: Париж та Швейцарія	7	від 306

Крім того, компанія має широкий спектр знижок і спеціальних пропозицій – це програма під назвою «А ось і знижка!» створена для тих, хто хоче придбати тур за дешевшою ціною, зберігши той же маршрут і екскурсії, що і звичайний тур. Ця програма діє протягом чітко визначеного періоду, зазначеного на сайті компанії – тільки протягом цього часу можна забронювати тур зі знижкою. Програма ««Я з мультівізою!»» пропонує знижку 11 євро на будь-який тур, якщо клієнт має діючу візу в основну країну перебування на момент вильоту. Програма «Для друзів!»

орієнтована на клієнтів, які хоча б раз скористалися послугами компанії «Аккорд-Тур» – це 3% знижки на всі подальші замовлення, причому знижки «Я з мультівізою!» та «Для друзів!» можуть сумуватися [45].

Час від часу проводяться розіграші сертифікатів гроші або знижку, яку можна використовувати для знижки на тур. Існує також система «11+1», за якою можна забронювати групу з 11 осіб, і 12 осіб не платять за тур та екскурсії, окрім вхідних квитків в пам'ятки культури. Туристам, які святкують свій день народження під час туру, надається безкоштовний екскурсія. Повертаючись з туру, компанія часто пропонує бонус «Екскурсія по Львову», якщо у вас є вільний час [45].

Компанія «Аккорд-Тур» у своїй торговій політиці активно користується послугами посередників. Посередниками є понад 6000 турфірм, які працюють по всій Україні.

Комунікаційна політика компанії є досить розвиненою. Компанія має офіційний сайт та профілі у відомих соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter). Окрім різноманітних послуг та умов надання знижок, на сайті також представлені нагороди компанії та відгуки вдячних клієнтів [45].

Під час пандемії робота «Аккорд-туру» не припинялася ні на хвилину. Компанія має широкий спектр послуг, що дозволяє їй бути постійно на плаву. На початку пандемії Covid-19 вся туристична діяльність була організована на території України (Закарпатська область, Волинь, Поділля, Херсонська область). Це дозволяє туристам краще пізнати свою рідну країну, а підприємствам – розширювати свої послуги. Влітку 2020 року було здійснено близько 10 виїздів до Болгарії та Туреччини. З кінця квітня 2021 року активно стартували тури в Північну Македонію, Чорногорію, Хорватію, Грецію, Албанію, Сербію та вище згадані країни. З початку вересня, відновилися тури до Угорщини, Австрії та Франції. При необхідності транскордонних поїздок компанія надавала послугу колективної здачі ПЛР-тестів.

З початком війни компанія організовувала евакуаційні рейси до країн ЄС та інших держав, офіси компанії стали волонтерськими штабами, а співробітники чергували у пунктах допомоги біженцям. У травні 2022 року компанія повноцінно відновила свою основну діяльність та знову пропонує туристам десятки автобусних

турів по всій Європі.

«Наша віра у перемогу непохитна, тому ми відкриваємо економічний фронт! Стабільні робочі місця, донати ЗСУ, сплата податків – саме так зараз виглядає наша допомога державі», - йдеться у заяві компанії.

Характеризуючи діяльність туристичної організації «Аккорд-Тур», ми побачили економічну стабільність, популярність серед споживачів, різноманітність туристичних проектів, конкурентоспроможність, завжди залишаються не до кінця розкриті можливості туристичної організації на внутрішньому ринку туристичних послуг. Успіх вимагає нових підходів та можливостей, дисципліни та відданості справі. Туристична діяльність, спрямована на розвиток внутрішнього ринку, є дуже перспективною та довгостроковою, оскільки країна має велику ресурсну базу та зацікавленість у її розвитку. Стратегічна позиція в розвитку внутрішнього туризму забезпечить організації лідируючі позиції на ринку туристичних послуг.

Висновок до 2 розділу

Аналіз стану ринку автобусних туристичних перевезень загалом та сучасний стан ринку автобусних турів українських туристичних операторів дав нам можливість визначити, що для розвитку автобусного туризму в Україні є всі необхідні передумови. Для просування автобусного туризму потрібна модернізація туристичної транспортної інфраструктури. Ми вважаємо, що важливо зосередитися на екологічності перевезень, забезпеченні безпеки та оптимізації маршрутів. Також важливе міжнародне співробітництво для розвитку міжнародного туризму.

Аналіз сучасного стану автобусного туризму свідчить про те, що автомобільні (автобусні) пасажирські перевезення займають високу другу позицію станом на січень 2022 року. Вони перевезли 86,8 млн. людей. З 2018 по 2021 рік автобусні перевезення значно зменшилися через погані дороги та зменшилася кількість автобусів, придатних до експлуатації, пандемію.

Сучасні автобусні туроператори використовують технології для підвищення якості подорожей – від удосконаленого бронювання онлайн з використанням GPS для

оптимізації маршрутів, через що, технології створення автобусних турів ефективнішими та комфортнішими для клієнтів, до створення унікальних турів, які задовольняють потреби навіть найвибагливіших туристів.

Все більш поширеним стає індивідуальний підхід до клієнтів. Туроператори пропонують різноманітні пакети послуг, враховуючи побажання та потреби кожного туриста – це може бути вибір маршруту, гнучкий графік, різні категорії проживання та харчування.

Великий асортимент та індивідуально підібрані програми турів дозволяють кожному туристу знайти оптимальні варіанти для себе. Це можна включити в себе вибір тривалості туру та акценти в програмі екскурсій.

Важливим аспектом на сучасному етапі розвитку автобусного туризму є просування туристичного продукту. В цьому контексті важливого значення набувають соціальні мережі. Соціальні мережі вже стали важливим елементом сучасного інформаційного простору і суттєво вплинули на розвиток туристичної галузі, а одним з туристичних напрямків, які значно скористалися цим явищем, є автобусні тури.

Аналіз діяльності туристичного оператора на прикладі компанії "Аккорд-Тур" показав результати успішного використання автобусних рейсів можливих турів. Їхня стратегія поєднання комфорту та ефективності, розробка цікавих маршрутів та висока якість обслуговування стали ключовими факторами у приверненні клієнтів та забезпеченні популярності серед туристів.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ НОВИХ АВТОБУСНИХ ТУРІВ

3.1. Проблеми створення нових автобусних турів

Важливим джерелом надходжень від експорту є туризм і ВВП для багатьох країн світу. За оцінками UNWTO, ВВП від туризму становив 3,5 трильйона доларів США у 2019 році, або 4% світового ВВП (UNWTO, 2021). У 2020-2021 рр. COVID-19 змінив міжнародний туризм, в тому числі в Україні. Проте український туризм ще більше постраждав через військову агресію росії, а особливо в регіонах поблизу, а де ведуться бойові дії, він взагалі припинив діяльність. Через агресію РФ в Україні знищено багато туристичних об'єктів, в т.ч 1327 таких об'єктів станом на грудень 2022 року: 907 закладів культури, 168 спортивних об'єктів, 157 об'єктів туризму та 95 релігійних об'єктів та низка пам'яток природи (Олешківські піски, Великий Луг, Святі Гори, Білобережжя Святослав в межах Кінбурнської коси та багато ін.) були пошкоджені. Війна призвела до закриття повітряного простору, порушення логістики та масова міграція. Це зменшило безпеку туристів і податкові надходження на передову регіонів та зменшення туристичних програм [68].

Військовий наступ росії в Україні становить негативний ризик для міжнародного туризму. Це посилило і без того високі ціни на паливо та витрати на транспортування, збільшило невизначеність і призвело до перебоїв у подорожах у Східній Європі.

Напрямки, які найбільше постраждали (крім України та росії), це Республіка Молдова з падінням кількості рейсів на 69% з 24 лютого (порівняно з рівнем 2019 року), Словенія (-42%), Латвія (-38%) та Фінляндія (-36%) за даними Eurocontrol [68].

Пом'якшення обмежень на поїздки сприяє нормалізації подорожей (36 країн скасували всі обмеження на подорожі, пов'язані з COVID 19, станом на 13 травня 2022 року), але конфлікт продовжує становити серйозну загрозу для відновлення.

З початком війни у туристичній галузі прифронтових населених пунктів

України відбулися такі зміни: по-перше, знизився рівень платоспроможності населення (22,6%); по-друге, привабливі туристичні об'єкти перестали функціонувати або приймати туристів (22,3%); по-третє, знизився рівень інтересу до відвідування туристичних об'єктів (18,3%) [66].

Туристичні суб'єкти прифронтових громад зазначили, що після початку військової агресії вони надавали такі види туристичних послуг, як екскурсійне, інформаційно-консультаційне обслуговування, волонтерська допомога переселенцям.

Дослідивши автобус як основний транспортний засіб для автобусних турів, важливо визначити недоліки його застосування:

- удвічі небезпечніший за залізничний та в чотири рази за авіаційний;
- нездатність до міжконтинентальних перевезень;
- можлива поломка автобуса під час туру;
- можуть виникнути складності з якісним харчуванням, адже часто доводиться харчуватися у придорожніх кафе;
- для деяких туристів постійне сидяче положення може створювати дискомфорт;
- якщо робота турсервісу недостатньо професійна, то у разі переміщення автобусом, організаційні неточності проявляють себе найгостріше. Але, як показує досвід, прикрі недогляди у роботі таких операторів трапляються й у разі переміщення потягом та літаком. Тут ймовірність приблизно однакова;
- автобусні тури, в переважній більшості випадків, передбачають оплачені сніданки у готелі. Обід і вечеря, як правило, чекає мандрівників у попутних кафе чи ресторанах [1].

UNWTO наголошує, що військові дії на території України мають значні наслідки для світового туризму [68]:

- зміни в потоках виїзних туристів з України та росії, на які припадало близько 3% світових витрат – це 14 мільярдів доларів США у 2020 році;
- додатковий ризик слабкого та нерівномірного відновлення туризму;
- сильний вплив на традиційні напрямки попиту, а також нові та особливо

- прибережні напрямки;
- зниження довіри споживачів;
- послаблення економічного зростання та висока інфляція;
- високі ціни на паливо + інфляція + процентні ставки = високі транспортні витрати для споживачів і тиск на підприємства;
- загрожує скорчєння робочих місць і туристичних підприємств.

Під час війни туризм в Україні сильно постраждав через велику кількість знищених історичних пам'яток, пошкоджено або повністю знищено туристичну інфраструктуру, завдано шкоди рекреаційному потенціалу територій, які окуповані та постраждали внаслідок бойових дій. Однак, у світі є багато прикладів, коли країни швидко відновилися і успішно розвивалися після збройних конфліктів [67].

Стає все більш очевидним, що після перемоги буде великий інтерес іноземних туристів до нашої країни і, як наслідок, у майбутньому потік туристів до нашої країни посилиться. Водночас припускаємо, що значна кількість туристів захоче відвідати постраждалі прифронтові райони.

У таких регіонах України, як Запорізька, Дніпровська, Сумська, Харківська, Донецька області, є значна втрата туристичного потенціалу та руйнування інфраструктури туризму. Тим не менш, туристичний сектор адаптувався до війни і зазнав структурних змін. З цієї причини, наразі важливо досліджувати зарубіжний досвід відновлення туризму, оцінювати погляди представників туристичного бізнесу з громад біля фронту на цю тему, а також розробляти власні наукові та практичні рекомендації для подальшого розвитку туризму в періоди війни та після неї. Це стає ключовим завданням у сфері науки та практики, актуальним і вчасним у світлі поточних подій [24].

У березні та квітні 2022 року – найкритичніші періоди для України – індустрія подорожей зупинилась майже повністю. Утім, пізніше, коли Уряд закликав українців підтримувати роботу економіки, поступово почалося відновлення. Хоча досягти показників перших місяців року так і не вдалося [66].

Як результат, лише за два місяці до початку активних бойових дій – січень і лютий – туроператор Join UP! відправив 41% від загальної кількості туристів, що

скористались послугами туроператора, протягом усього 2022 року. Відповідно, на всі інші 10 місяців приходить 59% мандрівників [61].

Найбільш завантаженими для туристичного сектору місяцями традиційно стали липень, серпень і вересень. Але якщо порівнювати з аналогічними місяцями попереднього року, то турів в кожному з них продавалося втричі менше.

Ситуація в країні істотно вплинула на портрет українських мандрівників у 2022 році. Кількість жінок, що подорожували протягом року, в 4–5 разів більша за чоловіків. При цьому тури тепер частіше замовляють для однієї особи. 77% всіх подорожей – виключно дорослі [61].

Через ускладнену логістику та здорожчання туристичних послуг у курортних країнах виріс і середній чек подорожей. Різниця між 2021 та 2022 роками склала +23%.

Стабільною залишається глибина бронювань. Як і в 2021 році тури бронюють за 14–21 день до подорожі. При цьому раніше (до 2020 року) глибина бронювань сягала 6 місяців, але значно скоротилась після початку пандемії коронавірусу [61].

Розглянемо докладніше проблеми, які можуть виникнути під час створення нових автобусних турів в Україні під час війни:

- безпека та ризики – проблема полягає в забезпеченні безпеки туристів. Нестабільна ситуація в зоні конфлікту може створити небезпеку для учасників туру через можливість випадкових повітряних тривог та обстрілів, підвищений ризик терористичних актів або непередбачувані події;
- обмеженість маршрутів – зони воєнного конфлікту чи ті, що зазнали військових дій, стають обмеженими для подорожей. Це обмежує доступність різноманітних маршрутів, можливість відвідати певні визначні місця або регіони;
- зруйнована чи пошкоджена туристична інфраструктура в зоні конфлікту (дороги, готелі, атракціони) може ускладнити організацію туру, збільшити час подорожі та знизити комфортність маршруту;
- збільшення витрат – забезпечення додаткової безпеки, а також потреба у резервних варіантах у разі змін в планах можуть зростити витрати на

- організацію туру;
- зменшений туристичний попит деякі регіони стали менш привабливими для туристів, що може призвести до загального зменшення попиту на туристичні послуги;
 - ускладнений маркетинг, так як озиціонування туристичних маршрутів в зоні конфлікту може бути викликом через негативний імідж цих регіонів у соціальних медіа [62].

Створення нових автобусних турів в умовах війни в Україні стає проблемою через багатофакторність ситуації, яка вимагає важливого аналізу, планування та врахування різних ризиків та складнощів.

3.2. Перспективи створення нових автобусних турів

Сучасний світ, наповнений неспокійністю та складнощами, вимагає винахідливих підходів до розвитку туристичної індустрії, особливо в сьогоденних умовах. У контексті України, країни, що зазнає вплив військових конфліктів, створення нових автобусних турів стає не лише викликом, а й перспективою для розвитку туризму. Аспект туристичної індустрії відкриває двері до можливостей пошуку інноваційних шляхів розвитку, враховуючи складні ресурси.

У період війни туристична індустрія в Україні відчула важкість втрат: було пошкоджено безліч історичних пам'яток, туристична інфраструктура отримала серйозні ушкодження, а рекреаційний потенціал країни в областях, що постраждали від бойових дій чи окупації, був суттєво пошкоджений. Проте, світовий досвід показує, що країни здатні швидко відновлюватися та успішно розвиватися після збройних конфліктів.

Наприклад, досвід Великобританії (Північна Ірландія) чи Ізраїлю показують військові об'єкти та різноманітні заходи військової тематики користуються популярністю та відіграють важливу роль у розвитку туризму. Це досвід таких країн які можуть бути використані як основа для відновлення туризму промисловості в Україні в повоєнний період. Країни на які вплинули політичні чи військові події

зазнали зниження кількості міжнародних туристів і доходів від туризму. Жодна країна не може захистити свій туристичний сектор від наслідків незахищеності [67].

Наприклад, політична нестабільність в Єгипті у 2013 році призвело до зниження кількості туристів до 9,5 млн порівняно з 11,5 млн у 2012 році. Лівано-ізраїльська війна 2006 року та серія насильницьких дій в 2008 році призвели до падіння надходжень від іноземного туризму в Лівані на 17,3% [62].

З наукової точки зору цікавим є досвід розвитку Грузії після російсько-грузинської війни 2008 року. Варто зазначити, що в умовах інформаційної епохи огляд трагічних подій, природних явищ, війн привертає увагу світової спільноти до будь-якої країни. У 2008 році Грузія була на всіх шпальтах світових газет і, відповідно, стала більш впізнаваною у світі. Однак, від цієї війни дуже постраждала індустрія туризму. Тому після війни Грузія зосередилася на створенні позитивного туристичного іміджу. У цей процес були залучені різні регіони (Аджарія, Кахетія, Сванетія та ін.). У 2010 році була розроблена Стратегія регіонального розвитку Грузії до 2017 року, яка включила розвиток туризму та охорону навколишнього середовища серед пріоритетів. Розробка такої стратегії відновлення туризму та захисту довкілля є доцільною і для регіонів України, флора і фауна яких зазнали 257 випадків екоциду, що призвело до збитків довкіллю на понад 962 млрд грн [28]. У 2009 році для розвитку туристичної галузі уряд Грузії приділив особливу увагу рекламі та розвитку інфраструктури. Замість реклами на CNN уряд використовував сайти соціальних мереж, такі як Flickr, YouTube або Facebook, які були надзвичайно популярні в країнах пострадянського періоду, щоб повідомити про можливість подорожей до Грузії. Міністерство туризму Грузії також встановило веб-камери в Батумі, щоб відвідувачі грузинського туристичного порталу могли на власні очі побачити, що російське вторгнення не знищило місто.

Ми вважаємо, що позитивний досвід відновлення туризму в Грузії можна запозичити для України.

З огляду на розвиток технологій, зміни у смаках та побажаннях подорожуючих, перспективи створення нових автобусних турів вражають своєю різноманітністю та можливостями.

Інноваційні маршрути з використанням мультимедія враження можуть бути однією з інноваційних перспектив створення нових автобусних турів. Однією з ідей є використання віртуальної реальності (VR) під час поїздки. Це може додати нові виміри до подорожей, створюючи можливість поглибленого вивчення історії та культури країн, які відвідуються [62].

Друга перспектива полягає у розвитку тематичних турів, спрямованих на конкретні інтереси аудиторії. Наприклад, тури, присвячені гастрономічним відкриттям, мистецтву, природним дивам або навіть подорожам у минуле через відвідування історичних місць.

Також, розвиток екологічно чистих автобусів, які використовують альтернативні джерела енергії, може привернути увагу тих, хто прагне подорожувати екологічно.

Створення унікальних інтерактивних програм для пасажирів також може підвищити привабливість автобусних турів. Це можуть бути лекції від місцевих експертів, майстер-класи з місцевої кулінарії або навіть музичні виступи під час поїздки.

Крім того, розвиток інтерактивних платформ для планування подорожей та обміну досвідом може сприяти зростанню популярності автобусних турів серед молоді та активної аудиторії.

Напрямки для розвитку нових автобусних турів [62]:

- екстремальні маршрути можна створювати маршрути через найважкодоступніші місця, де можна задіяти екстремальні види спорту;
- маршрути з фокусом на здоров'я та відновлення – тури для відновлення духовних та фізичних потреб. Медитація, йога, спа-процедури в поєднанні з місцевими традиціями відвідуваних країн;
- тури для навчання та освіти можуть включати в себе курси місцевої культури, майстер-класи від місцевих майстрів, а також навчання мовам чи традиційним ремеслам;
- технологічно підтримані тури з використанням сучасних технологій, таких як розумні додатки для організації подорожей;

- екологічні тури – тури, спрямовані на відвідування екологічно чистих місць, підтримку місцевих ініціатив щодо екології та зменшення впливу туризму на природу.

Туристам, яким бракує часу та грошей, автобусні дають змогу цікаво відпочити. Серед головних перспектив створення нових автобусних турів є використання новітніх технологій.

3.3. Розробка автобусного туру Європою

За результатами дослідження представляємо розробку групового автобусного туру з використанням тематичних парків Франції – автобусний тур «Паризькі вечори та Амстердамські канали».

Тур є груповим та насичений екскурсійною програмою, розрахований на 40 - 45 осіб віком від 6 років. Розрахований маршрут на 7 днів пересування відбудеться на туристичному автобусі марки Мерседес-Бенц (рис. 3.1).



Рис. 3.1 Туристичний автобус Mercedes-Benz Tourismo

Вартість туру з урахуванням витрат на проживання, транспортування, екскурсійне обслуговування та комісійну винагороду туроператора становитиме 15 400 грн. Вхідні квитки сплачується окремо.

Маршрут автобусного туру «Паризькі вечори та Амстердамські канали» представлений на рис. 3.2.

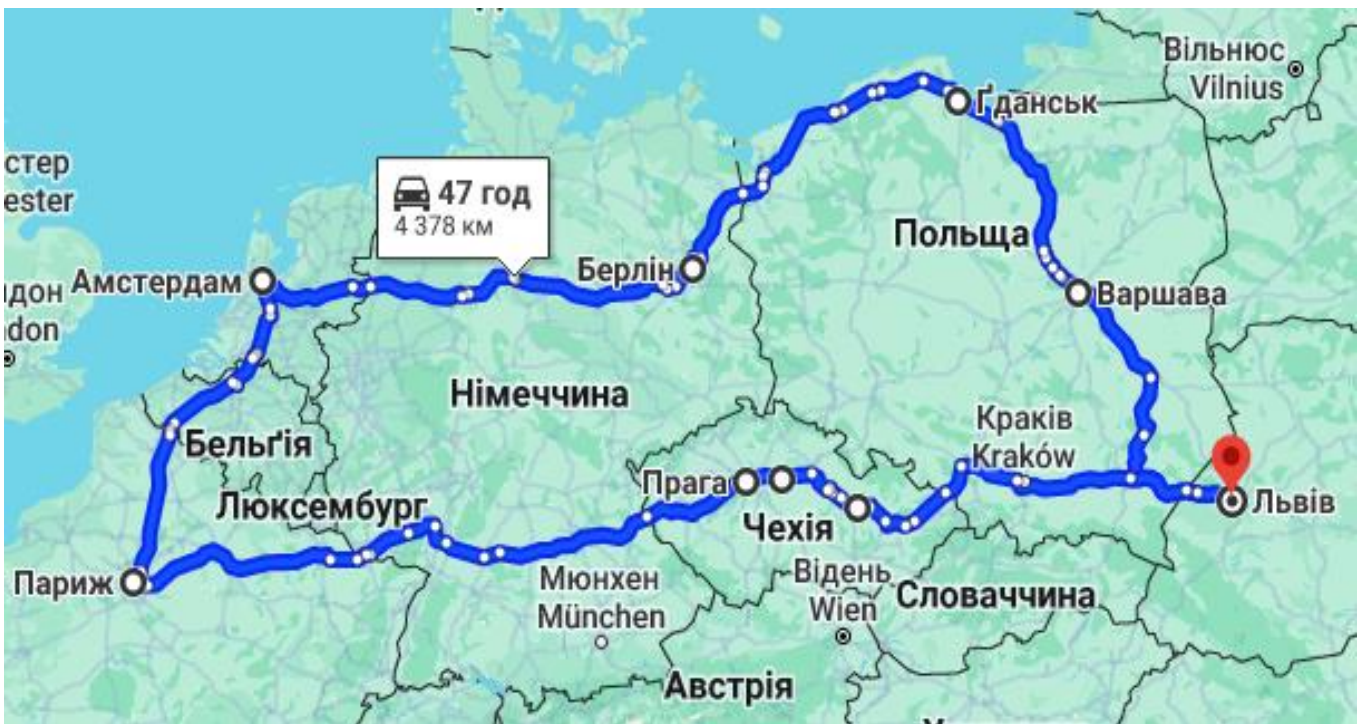


Рис. 3.2 Маршрут автобусного туру

Програма туру «Паризькі вечори та Амстердамські канали»

День 1. Львів – Варшава
<p>Зустріч з туристами на залізничному вокзалі Львову, виїзд о 6.00. Перетин кордону, переїзд до Варшави. Оглядова екскурсія у вартості туру.</p> <p>Під час нашої екскурсії ми відкриємо як минуле, так і сьогодення. Ми почнемо з Краківського передмістя біля пам'ятника Миколі Копернику, щоб побачити одну з найкрасивіших і найжвавіших вулиць міста з її дивовижними будівлями, широкими пішохідними зонами, ресторанами, магазинами та зеленими насадженнями, а завершимо в Старому Місто – історичне серце Варшави.</p>

Під час екскурсії ми побачимо:

- Пам'ятник Копернику на вулиці Краківське передмістя
- Королівський замок
- Варшавський університет
- Президентський палац
- Колона Зигмунда
- Ринкова площа старого міста
- Собор Святого Іоанна



Старе місто Варшави

Вільний час або додаткова екскурсія «Подорож польською кухнею» (50 євро/дор.). Пориньте в принади ситної польської кухні, відправившись у цей комплексний гастрономічний тур до Варшави. Гід перекладає та пояснює вам пункти меню. Скуштуйте різноманітні польські страви, наприклад «п'єрогі» (фаршировані вареники).

Переїзд до готелю. Ночівля в готелі Ракоже Duchowko 3* м. Ельболонг.

День 2. Гданськ

Сніданок в готелі. Виїзд з готелю.

Оглядова екскурсія.

За найкрасивішими видами міста ми вирушимо на вулиці Длуга та Длуги Тарт, які

розтягнулися від Золотих до Зелених воріт Гданська. Тут ви у фарбах уявите, як жили міські патриції, і помилуєтеся традиційними гострими дахами та вузькими фасадами, за кожним з яких ховається цікава історія. Ми зупинимося біля міської ратуші, розглянемо старовинний фонтан Нептуна, побуємо на старовинній вулиці Мар'яцької і заглянемо в Олівський парк, розташований на місці середньовічних монастирських садів. А всередині архітектурної доміанти міста, костелу Пресвятої Діви Марії, ви зустрінете кілька шедеврів світового мистецтва – триптих «Страшний Суд» пензля Ганса Мемлінга та дивовижний астрономічний годинник 15 століття.

Вільний час або вечірня екскурсія на байдарках (35 євро/з дор.)

Здійсніть прогулянку на байдарках та познайомтеся з Гданськом з води. Відкрийте для себе частини міста, які не бачить більшість туристів. Прогуляйтеся гарними каналами Гданська в компанії заходу сонця, що насувається, і досвідченого гіда.



Екскурсія на байдарках

Переїзд до готелю Campanile Hotel Szczecin (м. Щецин)

День 3. Берлін

Сніданок в готелі. Переїзд в столицю Німеччини. Орієнтовно о 11:00 оглядова екскурсія. Ви побачите:

- Бранденбурзькі ворота

- Рейхстаг
- Берлінська стіна;
- Контрольно-пропускний пункт Чарлі
- Меморіал Голокосту
- Книжковий меморіал
- Пруський «Міський палац»
- Unter den Linden (Royal Boulevard)
- Friedrichstrasse Cabaret Mile
- 17 червня Memorial
- Колишня штаб-квартира Luftwaffe
- колишня штаб-квартира SS & Gestapo
- Меморіал жертви війни та тиранії.

Вільний час або додаткова екскурсія «Вуличне мистецтво Берліна» (20 євро/дор.)



Вуличне мистецтво Берліна

Ночівля в готелі Holiday Inn Express & Suites - Deventer, an IHG Hotel м. Девентер.

День 4. Амстердам

Сніданок. Виїзд до Амстердаму.

Вільний час або пропонуємо додаткові екскурсії:

- Прогулянка по мальовничих каналах Амстердаму (30 євро/дор.)
- Королівський парк квітів Кекенхоф (якщо сезон 21.03-12.05)
- По перлинках Голландії: Гаага та Делфт (42 євро/дор.)

Безкоштовна екскурсія «Таємниці вечірнього Амстердаму».

Амстердам виблискує вночі, тягне нас за собою, посвячує у свої таємниці, зачаровує... Забуваючи про сьогодні, насолоджуючись тишею середньовічних вуличок ми будемо зачаровано слухати історії вечірнього міста.



Королівський парк квітів Кекенхоф

Переїзд в готель. Поселення і ночівля в готелі HOTEL Saint-Denis Porte de Paris.

День 5. Париж

Сніданок. Виїзд в центр столиці.

Оглядова екскурсія містом.

Під час екскурсії ми побачимо:

- Паризька опера – найбільший у світі театр опери та балету. Оперний театр вражає своєю красою та розмахом. Його фасад прикрашений колонами, скульптурними роботами та позолотою, а інтер'єр прикрашений мармуром, фіолетовим оксамитом і фресками Марка Шея Стеля та Ісидора Пірса.
- Єлисейські поля, «найкрасивіший бульвар у світі», розташовані від площі. Згоди до Триумфальної арки та довжиною приблизно 2,5 км. Тут знаходяться офіси всесвітньо відомих компаній, багато розкішних магазинів, кінотеатрів, розкішних ресторанів і кафе, включаючи кабаре. Лідо і легендарний Le Fouquet, з постійними відвідувачами, такими як Чарлі Чаплін, Саша Гатрі, Джеймс Джойс та багато інших знаменитостей.

- Будинок інвалідів є місцем поховання великого імператора Наполеона І. Ансамбль Будинку Інвалідів – це шедевр класицизму, який послідує в собі витонченість і велич. Зараз у цій будівлі розташований один із найбільших військових музеїв Франції.



Ейфелева вежа

- Крім того, ви можете побачити інші відомі місця Парижа, такі як Вандомська площа, Церква Мадлен, вулиця Ріволі, сад Тюїльрі, арку Каррузель, інститут Франції, площу Вогезов, площу Бастилії, базиліку Сен-Дені, острів Сіте, Новий міст, Консьєржері, Міст міняв, площа Готель де Вілль, терми, Сорбонну, Пантеон, Люксембурзький сад.

Вільний час та ночівля в готелі.

День 6. Париж

Сніданок. Виселення з готелю. Виїзд в центр столиці.

В цей день ми пропонуємо вам провети вільний день або відвідати додаткові екскурсії:

- Поїздка в Діснейленд (Трансфер 18 євро + вхідний квиток)
- Музей парфумів Fragonard (вхідний квиток)
- Кораблик по Сені (25 євро/з дор.)

- Велич і розкіш – неповторний Версаль (30 євро + вхідний квиток)



Діснейленд

Переїзд в готель. MEININGER Hotel Heidelberg Hauptbahnhof м. Гайдельберг

День 7. Прага – нічний переїзд до Львову

Сніданок. Виселення з готелю. Виїзд в Прагу.

Оглядова екскурсія «Празький експрес: місто за 2 години»

Ви побачите Прагу живою та цікавою, місця класичні та «для своїх»: від Староміської площі до Градчан. Ви зробите фото з найкращих оглядових, зрозумієте Прагу та отримаєте корисні поради щодо підкорення міста.



Староміська площа

Пропонуємо додаткові екскурсії:

- «Двори, задвірки та підвороти Старого міста» (30 євро)
- «Містична прага» (18 євро)
- «Прогулянка найкращими пивоварнями Праги» (35 євро)

Нічний переїзд до Львову.

У вартість туру включено:

- проживання у готелі 3-4*;
- сніданки в готелях;
- груповий трансфер;
- екскурсії згідно програми;
- страхування;
- україномовний гід на весь маршрут.

У вартість туру не включено:

- вхідні квитки;
- туристичний податок;
- обіди та вечері;
- особисті витрати.

Висновок до 3 розділу

Військова агресія росії проти України становить негативний ризик для міжнародного туризму в цілому. Адже це підвищило і без того високі ціни на паливо та витрати на транспортування, збільшило невизначеність і призвело до перебоїв у подорожах у Східній Європі. Створення нових автобусних турів в умовах війни в Україні та функціонування вже існуючих стає проблемою через багатофакторність ситуації, яка вимагає важливого аналізу, планування та врахування різних ризиків та складнощів.

Проблеми, що здійснюють процес у створенні нових автобусних турів, включають: безпеку та ризики; обмеженість маршрутів; розруйнована чи пошкоджена туристична інфраструктура в зоні конфлікту (дороги, готелі, атракціони); збільшення витрат; зменшений туристичний попит.

Основними перспективами створення нових автобусних турів можуть бути створення інноваційних маршрутів з використанням мультимедіа, тури спрямовані на конкретні інтереси аудиторії, використання альтернативних джерел енергії в автобусах та створення інтерактивних програм для пасажирів.

За результатами дослідження був розроблений груповий автобусний тур з використанням тематичних парків Франції – автобусний тур «Паризькі вечори та Амстердамські канали». Тур насичений цікавою екскурсійною програмою, розрахований на 40 - 45 осіб віком від 6 років. Розрахований маршрут на 7 днів пересування. Вартість туру з урахуванням витрат на проживання, транспортування, екскурсійне обслуговування та комісійну винагороду туроператора становитиме 15 400 грн. У вартість туру включено: проживання у готелі 3-4*; сніданки в готелях; груповий трансфер; екскурсії згідно програми; страхування; україномовний гід на весь маршрут.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження всі поставлені завдання були виконані.

1. Було встановлено, що на даний момент не існує чіткого тлумачення поняття «автобусний тур». Тому, в дипломній роботі розглянемо наближені до цього визначення.

Так як, в українських джерелах немає чіткого визначення автобусного туризму, ми маємо намір запропонувати власне визначення цього виду туризму. Автобусний туризм – це вид туризму, при якому організовані туристи подорожують та відвідують туристичні атракції, використовуючи автобуси для зручного та комфортного переміщення. Вид туризму може включати в себе різноманітні маршрути, екскурсії, програми та інші послуги, спрямовані на створення нового досвіду подорожі для учасників.

Автобуси, що перевозить туристів, можуть бути класифіковані за такими ознаками: за габаритною довжиною, за призначенням, за кількістю зірок, за видами і призначенням.

Під час проведення дослідження цієї теми були проаналізовані роботи вчених таких, як В.К. Бабарицька та З.Я. Шацька, які частково створили класифікацію автобусних турів. Науковці розділили автобусні тури розділити на різні категорії, використовуючи кілька ознак: мета подорожі, тривалість поїздки, за сезонністю, за рівнем організації, за спрямованістю туристичних потоків, за принципом оплати, за наявністю нічних переїздів.

2. Міжнародний автобусний туризм, зародився на початку 70-х років ХХ століття. Історія його виникнення пов'язана із започаткуванням першого міжнародного туристичного маршруту, яка з'єднувала Лондон, Дублін та Голуей, і відтоді автобусні подорожі стали доступними та комфортабельними для подорожуючих.

Україна активно приєдналася до міжнародного автобусного туризму, забезпечуючи понад 200 маршрутів до країн Західної Європи. Популярність автобусних турів у вихідні дні, а також екскурсійно-пізнавальних подорожей,

свідчить про підвищений інтерес громадськості до зручного та доступного виду туризму.

3. Аналіз статистичних даних свідчить про вплив пандемії COVID-19 та повномасштабного вторгнення на туристичний рух в Україні. Обмеження на міжнародні подорожі відображаються у різкому спаді як виїзду українців, так і в'їзду іноземців у країну у 2020-2022 роках.

Статистичні дані про кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами за видами туризму з 2013 по 2020 рік. За цей період спостерігалася коливання у числі туристів, що користувалися послугами туроператорів та турагентів. Можна помітити зростання кількості туристів на 67,26% у 2015 та 2019 рр., у 2020 р. є помітне зменшення на 67,53% загальної кількості туристів, що відвідували місця відпочинку як внутрішніх, так і з-за кордону. Це зменшення може бути пов'язане з різними факторами, такими як пандемія COVID-19 та пов'язані з нею обмеження у подорожах.

Автомобільні (автобусні) пасажирські перевезення займають вагоме друге місце на січень 2022 року. Вони зробили 86,8 млн. пасажирських перевезень, після міського електротранспорту (115,8 млн.), який включає в себе трамваї, тралейбуси і метрополітен.

4. Аналіз діяльності ТОО на прикладі компанії "Аккорд-Тур" показав результати успішного використання автобусних рейсів можливих турів. Їхня стратегія поєднання комфорту та ефективності, розробка цікавих маршрутів та висока якість обслуговування стали ключовими факторами у приверненні клієнтів та забезпеченні популярності серед туристів.

5. Автобусні перевезення в галузі туризму є другим за популярністю видом транспорту після авіаперевезень, за кількістю перевезених туристів. Хоча існують недоліки цього виду транспорту, такі як підвищена небезпечність та обмеженість для міжконтинентальних подорожей, вони компенсуються доступною ціною та різноманітністю послуг, таких як трансфери, екскурсії та інші. Проблеми, що здійснюють процес у створенні нових автобусних турів, включають: безпека та ризику; обмеженість маршрутів; розруйнована чи пошкоджена туристична

інфраструктура в зоні конфлікту (дороги, готелі, атракціони); збільшення витрат; зменшений туристичний попит.

6. В дипломній роботі було розроблено автобусний тур «Паризькі вечори та Амстердамські канали». Тур насичений цікавою екскурсійною програмою, розрахований на 40 - 45 осіб віком від 6 років. Розрахований маршрут на 7 днів пересування. Вартість туру – 15 400 грн, вартість входить: проживання у готелі 3-4*; сніданки в готелях; груповий трансфер; екскурсії згідно програми; україномовний гід на весь маршрут. Окремо сплачується: вхідні квитки; туристичний податок; обіди та вечері; особисті витрати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антоненко К., Колотуха О. Автобусні туристські перевезення в Україні: аналіз стану, переваги та недоліки. // Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід: Матеріали XVII міжнар. наук. конф., м. Львів, 6 жовт. 2023 р. С. 15-18.
2. Антоненко К.В., Колотуха О.В. Роль соціальних мереж у просуванні та комунікації автобусних турів. // Перспективи розвитку територій: теорія і практика. поствоєнне відновлення : VII Міжнар. науково-практ. конф. здобувачів вищ. освіти і молодих уч., м. Харків, 16 листоп. 2023 р. С. 211-212.
3. Аріон О.В. Організація транспортного обслуговування туристів: навч. посібник. Київ: Альтепрес, 2008. 192 с.
4. Бабарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперайтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навч. посібник. Київ: Альтерпрес, 2008. 288 с.
5. Басюк Д. Стан і перспективи розвитку українсько-китайського співробітництва у туристичній сфері. // *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм.* 2020, № 3(1), С. 46-54.
6. Беркова О.П., Панасюк І.П. Розвиток в'їзного туризму як напрямок сталого економічного розвитку України. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».* 2017. №2(24). Т.2. С. 116-119.
7. Борисюк О.А. Міжнародний туризм в контексті сучасного безпекового виміру / О.А.Борисюк, І.В.Заря // *Географія і туризм : зб. на-ук. праць.* К.: Альфа-ПК, 2017. Вип. 37. С.3-14
8. В'їзний туризм : Навч. посіб. / П. Коваль та ін. Ніжин : Вид-во: «Лук'яненко В.В», 2010. 304 с.
9. Винниченко І.І. Середовище турбізнесу: навч. посібник. Київ: Академперіодика, 2006. 320 с.
10. Всесвітня туристська організація. «Всесвітня конференція Туризм і енергія майбутнього – Скорочення викидів CO₂, ЕКСПО-2017, Астана, Казахстан, 26-

11. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк, С.Г. Нездоймінов [та ін.]. Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.
12. Герасименко В.Г., Галасюк С.С. Організація надання туристичних послуг: навчальний посібник. Одеса: Атлант, 2014. 242 с.
13. Гетьман В.І. Автотуризм чи автомобільний туризм: теорія і реальність. Київ, 2011. 185 с.
14. Голубнича С.М. Основи екскурсійної справи: навчальний посібник. Донецьк, 2003. 214 с.
15. Гук Н.А. Міжнародний туризм в Україні: реалії та перспективи. //Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Вип. 7(49). С. 99-102.
16. Державна агенція розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 28.11.2023).
17. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 28.11.2023)
18. Дудник І.М. Транспортна географія: підручник. Київ: НАУ, 2016. 288 с.
19. Інноваційно-інвестиційна взаємодія підприємств транспорту і туризму: [монографія] / Є.М. Сич, О.М. Парубець, Д.О. Сугоняко. К.: Кондор, 2013. 219 с.
20. Коваль О.Д. Базові управлінські здібності в туристичній групі. //Науковий вісник Ужгородського університету. 2011. Спецвип. 33. Ч. 4. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/4701/1>
21. Колотуха О. Словник спортивного туризму та активної рекреації. Кропивницький, 2018. 217 с. URL: <https://geohub.org.ua/tourism> (дата звернення: 27.11.2023).
22. Кучеренко В.С., Бут М.Г., Фокін С.П. Напрямки і тенденції розвитку рекреації і туризму в Україні на сучасному етапі. //Інфраструктура ринку: електронний науково-практичний журнал. 2023. №72. С. 192-198.

23. Литвин О.В., Кирилюк І.М. Транспортні засоби в системі туристичної індустрії. Економічні горизонти. Умань, 2017. 57 с.
24. Маджумдар О. Скільки туризм України недоотримав через війну. РБК-Україна. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/spad-tretinu-stalo-vidomo-skilki-turizm-ukrayini-1678791650.html> (дата звернення: 28.11.2023).
25. Марценюк Л.В. Основні засади розвитку транспортного туризму в Україні. Наука та прогрес транспорту. *Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту*. 2013. Вип. 5(47). С. 24-32. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/2085/1/4.pdf>
26. Мельник А.О., Чапліч І.А. Перспективи розвитку вітчизняного туризму в умовах євроатлантичної інтеграції. // *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. Вип. 1. С. 76-80. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_1/zmist.files/_18.pdf
27. Методологія туризмознавства : географічні аспекти : [монографія] / За заг. ред. д.геогр.н. Дудника І.М. Дніпро: «Середняк Т.К», 2023. 374 с.
28. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України. URL: <https://mepr.gov.ua/> (дата звернення: 28.11.2023).
29. Міністерство інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua/> (дата звернення: 28.11.2023).
30. Міністерство пропонує класифікувати автобуси - УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/common/751896-ministerstvo-proponue-klasifikuvati-avtobusi.html> (дата звернення: 28.11.2023).
31. Національна Туристична Організація України. URL: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html (дата звернення: 28.11.2023).
32. Національний Рейтинг Туристичних Компаній України - 2022. Еліта України Національна рейтингова платформа. URL: <https://www.elitukraine.com/nacionalnii-reiting-turisticheskikh-kompanii-ukrain/> (дата звернення: 28.11.2023).
33. Обмеження руху в центрах міст Європи. URL: https://krass56.ru/traffic_restrictions_in_european_cities.html

34. Особливості організації роботи керівника групи в автобусних турах в умовах пандемії COVID-19. *Економіка та держава*. 2020. № 9. С. 95-98.
35. Пестушко В. Ю. Туризм. Вступ до фаху. Київ : НАУ, 2015. 276 с.
36. Погасій С.О., Шабала І.А. Про роль транспорту у розвитку туризму в Україні. *Інтернаука*. 2018. Вип. 2(2). С. 39-44.
37. Правила надання послуг пасажирського автомобільного транспорту: постанова Кабінету Міністрів України від 26.12.2019 № 176-97-п. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/176-97-%D0%BF#Text>
38. Про затвердження Державної програми підвищення рівня безпеки дорожнього руху в Україні на період до 2020 року. Веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/435-2018> (дата звернення 28.11.2023).
39. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. Відомості Верховної Ради України. 2004 р.
40. Романенко О. Характеристика основних напрямків екскурсійної діяльності турорганізації Аккорд-Тур. *Освіта та наука у вимірах XXI століття*. Київ, 2016. С. 176–179.
41. Дудник І.М, Семенюк В.І. Особливості туристичних перевезень автомобільним транспортом в умовах сьогодення. м. Київ. НАУ, 2017. С. 42
42. Список найкращих автобусних компаній Європи. URL: <https://skybooking.ua/news/avtobusnye-kompanii-evropy/> (дата звернення: 28.11.2023).
43. Товстий В.П. Енциклопедія техніки. Київ: Промінь. 2015. 65 с.
44. Транспортне забезпечення. URL: <https://buklib.net/books/32409/> (дата звернення: 28.11.2023).
45. Туник О.М., Лабурцева О.І. Маркетингове забезпечення турів європейськими містами (на прикладі туроператора Аккорд-Тур, Львів). *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід* : XV Міжнар. наук. конф., м. Львів. Львів, 2021. С. 306-308.
46. Туристична компанія Орнамент України. URL: <http://www.ornament.ua/> (дата звернення: 27.11.2023).
47. Туристичний оператор ALF. URL: <https://alf.ua/> (дата звернення:

27.11.2023).

48. Туристичний оператор ANEX Tour. URL: <http://www.anextour.com.ua/> (дата звернення: 27.11.2023).

49. Туристичний оператор Kraina-UA. URL: <https://kraina-ua.com/ua> (дата звернення: 27.11.2023).

50. Туристичний оператор Mouzenidis Travel. URL: <https://www.mouzenidis.com/uk-ua> (дата звернення: 27.11.2023).

51. Туристичний оператор PEGAS Touristik. URL: <https://pegast.com.ua/> (дата звернення: 27.11.2023).

52. Туристичний оператор TEZ TOUR. URL: <https://www.teztour.ua/index.ua.html> (дата звернення: 27.11.2023).

53. Туристичний оператор TPG. URL: <https://www.tpg.ua/> (дата звернення: 27.11.2023).

54. Туристичний оператор Аккорд-тур. URL: <https://www.accordtour.com/> (дата звернення: 27.11.2023).

55. Туроператор Join UP!. URL: <https://joinup.ua/uk/> (дата звернення: 27.11.2023).

56. Туроператор Інкомартур. URL: <http://incomartour.com.ua/> (дата звернення: 27.11.2023).

57. Туроператор Coral Travel. URL: <https://www.coraltravel.ua/> (дата звернення: 27.11.2023).

58. Туроператор Сакумс. URL: <https://sakums.com.ua/> (дата звернення: 27.11.2023).

59. Туроператор Сієста. URL: <https://siesta.kiev.ua/> (дата звернення: 27.11.2023).

60. Туроператор Танго Тревел. URL: https://tangotravel.com.ua/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAmZGrBhAnEiwAo9qHib1fMjcM5mcsSftmvRkpaO55KxhEcI_J8SoxbhKhYHkZqngFXrtgqRoCxIwQAvD_BwE (дата звернення: 27.11.2023).

61. Час кризи та виходу на нові ринки – звіт 2022 року. Туроператор Join UP!.

URL: <https://joinup.ua/uk/news/chas-krizi-ta-vihodu-na-novi-rinki-zvit-2022-roku/> (дата звернення: 28.11.2023).

62. Чернишова Т. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні: проблеми та перспективи / Т. Чернишова, А. Осіпчук, С. Тищенко. *Zeszyty Naukowe*. 2020. Т. 17, rocz. IX, № 1. С. 21–32.

63. Шандор Ф., Кляп М. Сучасні різновиди туризму: підручник. К. : "Знання", 2013. 334 с.

64. Шацька З.Я., Ісаченко Ю.А. Особливості організації роботи керівника групи в автобусних турах в умовах пандемії Covid-19. *Економіка та держава*. Серія: Економічні науки. 2021. Вип. 9. С.95-98.

65. Шевчук І.Б. Бізнес у соціальних мережах. Львів, 2021. 215 с.

66. Kovalenko, O.V. Current State of Problems of Preparation and Regulation of Activity of Tour-Guides on the Example of Latvia, Belarus and Ukraine [Text] / O.V. Kovalenko, P.M. Oksiom. Development trends in pedagogical and psychological sciences: the experience of countries of Eastern Europe and prospects of Ukraine : monograph / edited by authors. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2018. С. 447–463.

67. Tourism in Ukrainian frontline communities: trends, challenges, and development prospects / M. Reimann et al. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2023. P. 581-597.

68. UNWTO. World Tourism Organization a UN Specialized Agency. URL: <https://www.unwto.org/> (date of access: 27.11.2023).

ДОДАТКИ

Публікації за темою дослідження

Додаток А

АВТОБУСНІ ТУРИСТСЬКІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ СТАНУ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Катерина Антоненко, Олександр Колотуха

Національний авіаційний університет

Київ, Україна

Туристична подорож в своїй більшості передбачає переміщення туристів одним із видів транспорту, часто на значні відстані. Однією з найпопулярніших форм подорожей в Європі та в Україні виступає *автобусний туризм*, який дозволяє зручно переміщуватися та відкривати нові місця.

З появою нових технологій, вимоги туристів до організації автобусних турів постійно зростають. На сьогоднішній день, спостерігається низка інноваційних підходів, які дозволяють туристичним компаніям збільшити конкурентну перевагу та задовольнити ці зростаючі потреби клієнтів.

Автобусні тури представляють собою подорожі груп туристів на власних або орендованих автобусах. Подібні тури мають практично безмежні можливості в межах близьких та середніх відстаней завдяки своїй мобільності та незалежності від громадського транспорту і розкладів. Автобусні подорожі дозволяють організовувати маршрути в зручний для туристів час та відвідувати визначні місця будь-де куди прокладена дорога.

Міжміські автобусні перевезення поділяються на дві основні категорії: регулярні та чартерні рейси. Регулярні рейси призначені для проведення регулярних перевезень пасажирів за встановленим маршрутом і розкладом, і це стосується навіть ситуацій, коли кількість пасажирів невелика. У свою чергу, чартерні рейси використовуються для перевезення пасажирів (туристів) за замовленням. Якщо турфірма регулярно організовує туристичні подорожі будь-якого типу, то чартерний рейс проводиться за певним графіком в різних напрямках і передбачає проміжні зупинки.

Отже, автобуси виступають найвигіднішим транспортним засобом для короткочасних туристичних поїздок, міських оглядових екскурсій, відвідування пам'ятних місць, групових туристичних подорожей різного спрямування, а також для участі в спеціальних заходах, таких як спортивні та культурні події, конгреси, виставки тощо [1, с. 87].

Автобусний транспорт може бути також використаним й для подорожей на великі відстані, як за розкладом, так і поза ним, а також для багатоденних поїздок. Автобуси широко використовуються для організації трансферів та для внутрішніх переміщень туристів у країні проживання. Автобусні перевезення складають значну частку всіх туристичних послуг, при цьому важливо забезпечити туристам відповідний комфорт.

Дослідивши автобус як основний транспортний засіб для автобусних турів, важливо визначити як переваги використання автобусів у якості туристичного транспортного засобу, так і недоліки його застосування (табл. 1).

Таблиця 1.

Переваги та недоліки використання автобусу як туристичного транспортного засобу

Переваги	Недоліки
Комфортний для сидіння, огляду довкілля, обладнаний відповідно до вимог туриста	У двічі небезпечніший за залізничний та в чотири рази за авіаційний
Практичний – не потребує попередньо-го бронювання місць, використання додаткових транспортних засобів	Нездатність до міжконтинентальних перевезень
Свобода пересування, вільний вибір зупинок	Можлива поломка автобуса під час туру
Не прив'язаний до певних маршрутів руху (наприклад, на противагу залізниці)	Можуть виникнути складності з якісним харчуванням, адже часто доводиться харчуватися у придорожніх кафе
Дешевший, (наприклад, порівняно з авіатранспортом)	Для деяких туристів постійне сидяче положення може створювати дискомфорт
Мобільність транспортного засобу – автобус привезе і на екскурсію, і в торговий центр, і забере прямо від дверей готелю. Туристи мають змогу зекономити сили на ходіння пішки	Якщо робота туроператора недостатньо професійна, то у разі переміщення автобусом, організаційні неточності проявляють себе найгостріше. Але, як показує досвід, прикрі недогляди у роботі таких операторів трапляються й у разі переміщення потягом та літаком. Тут ймовірність приблизно однакова
1	2

1	2
Можливість спілкування з попутниками – дуже багато часу доводиться проводити з тими, хто подорожує в одному автобусі	Автобусні тури, в переважній більшості випадків, передбачають оплачені сніданки у готелі. Обід і вечеря, як правило, чекає мандрівників у попутних кафе чи ресторанах
Вартість транспортних послуг, як правило, не змінюється протягом сезону	
Відсутність необхідності завантаження та вивантаження багажу, покупок	
Ідеальний транспорт для тих, хто боїться авіаперельотів	

Отже, навіть при наявності виявлених недоліків, українські туристичні підприємства часто віддають перевагу автобусному транспорту як головному виду переміщення. Це дозволяє знизити вартість туристичних пакетів, розширити список відвідуваних країн або міст, що, в свою чергу, відкриває можливість спостерігати, як проживає місцеве населення у країні, яку вони відвідують. Відкривається можливість дізнатися про побут і традиції, а також, принаймні крізь вікно автобуса, насолодитися природними краєвидами, що є важко досяжним якщо летіти на літаку.

Проаналізуємо обсяги виїзного туризму в Україні за 2015-2020 роки. З метою дослідження тенденцій саме туристичних потоків, до уваги бралися громадяни, для яких метою виїзду з країни був туризм (рис. 1).

Виходячи з даних рис. 1 можна зробити висновок, що за досліджуваний період найменше українці подорожували за кордон у 2016 р., а вже у 2017-2019 рр. відмічалось зростання виїзних туристичних подорожей. У 2017 р. кількість закордонних подорожуючих збільшилась на 11,1%, а з 2017-2019 р. збільшилась ще на 141,2%. Основною причиною цього стали помірні ціни на перевезення, введення безвізового режиму, високий сервіс закордонних компаній за доступними цінами. Однак через COVID-19 показники в 2019-2020 рр. значно знизились (на - 67,5%). При цьому слід зафіксувати, що порівняно з 2016 р. обсяг виїзного турпотоків в 2019 р. збільшився на 168,1%.

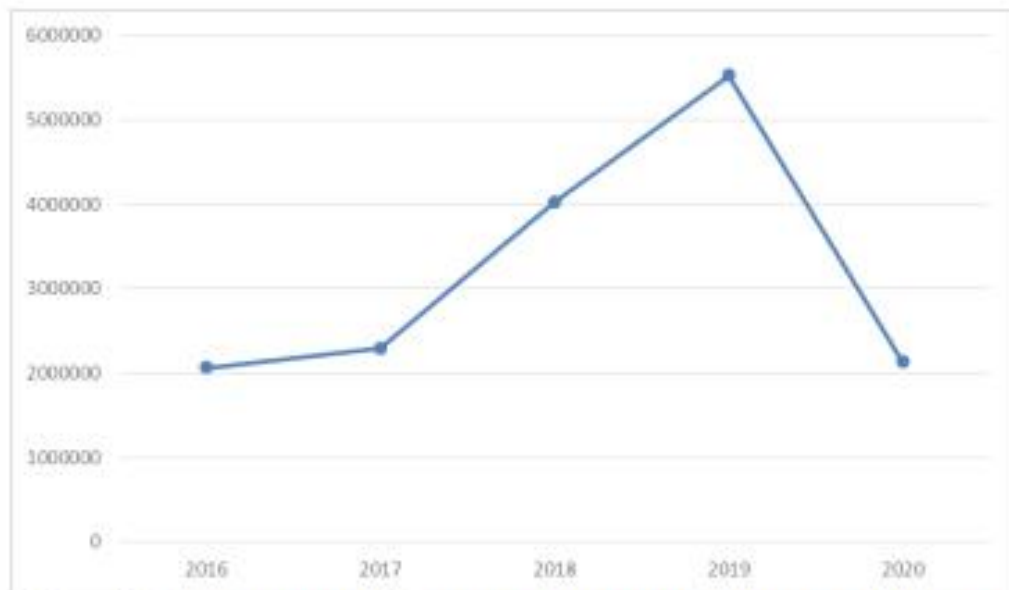


Рис. 1. Віїзд громадян України за кордон з метою організованого туризму у 2016-2020 рр. [2]

Досліджуючи розвиток вітчизняного автобусного туризму, слід наголосити, що автотранспортні послуги є одними з основних видів послуг у туризмі. Вони також становлять значну питому вагу ціни туру – залежно від тривалості та відстані подорожі ця частка коливається від 20 до 60% [3, с.25].

Отже, туристський потік в Україні забезпечує значні обсяги діяльності автобусного пасажирського транспорту, а ритм його руху та структура туристичного попиту впливає на географію перевезень, організаційні форми діяльності. Послуги туристичного транспорту, що надаються за видами пасажирських перевезень майже на всіх етапах подорожі, є надзвичайно вагомою складовою комплексного туристичного продукту.

Список використаних джерел:

1. *Арїон О.В.* Організація транспортного обслуговування туристів: навч. посібник. Київ: Альтепрес, 2008. 192 с.
2. *Державна служба статистики України.* URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. *Литвин О.В., Кирилюк І.М.* Транспортні засоби в системі туристичної індустрії. Економічні горизонти. Умань, 2017. 57 с.

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПРОСУВАННІ ТА КОМУНІКАЦІЇ АВТОБУСНИХ ТУРІВ

К.В. Антоновичко, студентка 2 курсу магістратури факультету міжнародних відносин

О.В. Колотуха, професор кафедри міжнародного туризму та країнознавства,
~~ДРДЗРБ~~

Національний авіаційний університет

Соціальні мережі стали важливим елементом сучасного інформаційного простору і суттєво вплинули на розвиток туристичної галузі. Одним з туристичних напрямків, які значно скористалися цим явищем, є автобусні тури.

Соціальні мережі надали туроператорам можливість створювати заходи з просування автобусних турів, які можуть бути спрямовані на різні цільові аудиторії. Рекламні інтеграції, спеціальні пропозиції та акції легко розповсюджуються через соціальні мережі, залучаючи нових клієнтів. Важливим є також вплив соціальних відгуків та рейтингів, які можуть значно вплинути на рішення потенційних туристів.

Соціальні мережі – частина соціальних медіа. Соціальні медіа транслюють інформацію, а соціальні мережі виступають платформами для спілкування один з одним. На кінець 2022 року, найчисельнішими соціальними медіа за кількістю активних користувачів стали: Youtube – 23 млн., Facebook – 15,6 млн., Instagram – 13,2 млн., TikTok – 12 млн. [3]. Також, туристичні фірми активно використовують месенджери, такі як Viber та Telegram [1].

Феномен успіху соціальних мереж полягає у тому, що інтернетизація світу продовжується стрімкими темпами. Тому, для успішного просування свого продукту в соціальних мережах туристичне підприємство повинно правильно вибрати цільову аудиторію, створити унікальний і цікавий контент сторінки, постійно оновлювати інформацію, бути чесним з користувачами соціальної мережі, оскільки негативна інформація дуже швидко розповсюджується [1].

Роль месенджерів, таких як Viber і Telegram, в туристичних фірмах стає все важливішою завдяки їх зручності та ефективності в комунікації з клієнтами та внутрішнім обміну інформацією, а саме:

- месенджери дозволяють туристичним фірмам забезпечувати клієнтів оперативною підтримкою;
- месенджери дозволяють туристичним фірмам надсилати сповіщення та оголошення клієнтам щодо нових турів, акцій, спеціальних пропозицій та важливої інформації;
- Telegram і Viber забезпечує можливість створення групових чатів та каналів, де клієнти можуть обговорювати свої досвіди та отримувати оновлення від фірми;
- використання ботів в Telegram та Viber дозволяє автоматизувати обробку запитів клієнтів, надаючи їм швидку відповідь на популярні запити, які стосуються наявних турів, цін та доступності;

- месенджери доступні на різних пристроях, що дозволяє клієнтам та фахівцям фірми легко комунікувати незалежно від місця перебування [2].

Усі ці фактори роблять месенджери важливою частиною комунікації для туристичних фірм, допомагаючи покращити обслуговування клієнтів та підвищити ефективність продажів автобусних турів.

При дослідженні проблем використання соціальних мереж для просування автобусних турів на світовому ринку, необхідно провести характеристику цих проблем, оскільки відповідь на питання про відмінності між різними соціальними мережами буде визначати інструменти та підходи, які найкраще підходять для реклами. Зокрема, для успішних продажів автобусних турів важливий безпосередній контакт з клієнтами.

Отже, до переваг просування автобусних турів у соціальних мережах можна віднести:

- менші витрати часу на створення та підтримку групи в соціальній мережі, ніж на розробку і просування сайту-візитки;
- оперативне інформування реальних і потенційних клієнтів про нові пропозиції автобусних турів;
- низька вартість просування;
- користувачі стають рекламними агентами туристичного підприємства, оскільки обмінюються посиланнями на його групу і сторінку;
- інформація, що поширюється в соціальних мережах, сприймається як більш достовірна, без яскраво вираженого рекламного підтексту;
- можливість чіткого виділення цільової аудиторії за статтю, віком, доходами, професією тощо;
- можливість відстежувати негативні відгуки, швидко реагувати на них і нейтралізувати [1].

Таким чином, соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного туристичного бізнесу і їх роль у просуванні та комунікації автобусних турів надзвичайно важлива. Вони дозволяють туроператорам привертати нових клієнтів, впливати на їх рішення та підтримувати високий рівень обслуговування. Попри виклики, використання соціальних мереж в сфері автобусних турів обіцяє залишатися актуальним та розвиватися в майбутньому, впливаючи на спосіб, яким ми подорожуємо та вибираємо тури.

Література:

1. Шевчук І.Б. Бізнес у соціальних мережах. Львів, 2021. 215 с.
2. Кухарська О. Месенджери як перспективна платформа для розповсюдження контенту ЗМІ. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2021. С. 49-55.
3. Рейтинг соціальних мереж в Україні та світі [Електронний ресурс]. - URL: <https://web-promo.ua/>
4. Тренди, які впливають на бізнес [Електронний ресурс]. - URL: www.innovations.com.ua