

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.Н. КАРАЗІНА**

Факультет геології, географії, рекреації і туризму

Кафедра фізичної географії та картографії

До захисту допустити
Зав. кафедри _____ доцент **Анатолій БАЙНАЗАРОВ**
« ____ » _____ 2025 р.

**РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО АВТОБУСНОГО ТУРИЗМУ В
УКРАЇНІ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

Виконав: студент 4-го курсу з.ф.н,
групи ГР- 41з
спеціальність: 106 Географія
освітня програма: Географія рекреації
та туризму
Ольга Сергіївна МІЩЕНКО
Науковий керівник:
доцент, к.геогр.н. **Олена АГАПОВА**

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою

Голова ЕК Тарас ПОГРЕБСЬКИЙ

Секретар ЕК Олена ПЕДЬ
« ____ » _____ 2025 р.

Харків – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ АВТОБУСНОГО ТУРИЗМУ	7
1.1. Сутність поняття, історія розвитку та особливості автобусного туризму	7
1.2. Основні фактори, що впливають на розвиток автобусного туризму	11
1.3. Основні види автобусних турів, їх організація та особливості обслуговування туристів	13
1.4. Вплив географічних чинників та інфраструктури на розвиток автобусного туризму.....	19
РОЗДІЛ 2. СТАН РОЗВИТКУ АВТОБУСНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	21
2.1. Аналіз поточного стану та тенденцій розвитку автобусного туризму в Україні	21
2.2. Дослідження інфраструктурних обмежень та пропозиції щодо їх вирішення.....	30
2.3. Проблеми розвитку автобусного туризму і рекомендації для їх вирішення.....	37
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО АВТОБУСНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	45
3.1. Популярні напрямки та тенденції внутрішнього автобусного туризму в Україні	45
3.2. Потенціал культурної спадщини у розвитку автобусного туризму та розробка нових маршрутів	49
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71

ВСТУП

Актуальність. Туристичні автобусні перевезення посідають ключове місце у відкритті нових горизонтів для мандрівників по всьому світу. Цей сектор генерує щорічний фінансовий оборот у 1,3 мільярда євро і є потужним рушієм усієї туристичної індустрії. Однією з безумовних переваг автобусів є їхня висока ефективність у перевезенні великої кількості людей одночасно, що суттєво зменшує вуглецевий слід від спалювання пального порівняно з індивідуальним автотранспортом. Спеціально розроблені автобусні маршрути сприяють відповідальному туризму, організовано скеровуючи відвідувачів до найпопулярніших місць таким чином, щоб забезпечити захист крихких екосистем та мінімізувати негативний вплив на місцеві громади та довкілля.

Автобусний туризм має не тільки екологічний, але й вагомий економічний ефект. Первозячи понад 220 мільйонів пасажирів щороку, туристичні автобуси створюють приблизно 22 000 прямих та опосередкованих робочих місць як у транспортній, так і в туристичній галузях. Ці можливості для працевлаштування сприяють соціально-економічному розвитку місцевих громад та країн. Крім того, фінансові надходження від автобусного туризму відіграють важливу роль у фінансуванні заходів зі збереження, реконструкції туристичних об'єктів і підтримки інфраструктури, а також сприяють активізації екскурсійної діяльності, оскільки групи туристів частіше замовляють екскурсії у порівнянні з індивідуальними відвідувачами.

Впровадження електричних та гібридних автобусів у діяльність туристичних компаній значно зменшує викиди парникових газів, стаючи прикладом для наслідування іншими видами транспорту. Освітні кампанії та програми підвищення обізнаності є невід'ємними складовими зобов'язань автобусного сектору щодо сталого туризму. Мандрівників активно заохочують приймати зважені рішення та обирати екологічно чисті види транспорту, тим самим сприяючи відповідальній туристичній практиці. Таким

чином, автобусні перевезення роблять значний внесок у розвиток сталого туризму та відповідальних туристичних практик [1].

Попри очевидні переваги автобусного туризму, в Україні внутрішній ринок цих послуг залишається недостатньо вивченим і структурованим. У цьому контексті виникає необхідність комплексного аналізу стану, тенденцій і перспектив внутрішнього автобусного туризму в Україні. Дослідження цієї теми дозволяє не лише окреслити наявні бар'єри, а й виявити резерви зростання та сформувати стратегічні орієнтири для підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту.

Об'єктом дослідження є внутрішній автобусний туризм як складова туристичної галузі України. **Предметом дослідження** є особливості функціонування, фактори розвитку та перспективи вдосконалення внутрішнього автобусного туризму в контексті сталого розвитку.

Метою роботи є аналіз сучасного стану, факторів розвитку та особливостей організації автобусного туризму в Україні, а також розробка рекомендацій для його вдосконалення з урахуванням принципів сталого розвитку туристичної сфери.

Для досягнення поставленої мети були визначені такі основні **завдання**:

- 1) Охарактеризувати сутність, види та особливості автобусного туризму;
- 2) Дослідити чинники, що впливають на розвиток внутрішнього автобусного туризму в Україні, включаючи географічні, економічні, соціальні, технологічні та інфраструктурні аспекти;
- 3) Проаналізувати сучасний стан автобусного туризму на національному ринку, виявити основні проблеми та перспективи розвитку;
- 4) Розробити рекомендації щодо підвищення ефективності функціонування внутрішнього автобусного туризму в контексті сталого розвитку;
- 5) Проаналізувати перспективи розвитку автобусного туризму на прикладі культурної спадщини, що має потенціал, але потребує відновлення та реконструкції.

Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові **методи**: аналіз і синтез (використані для розкриття сутності автобусного туризму та його видів), системний підхід (застосований під час вивчення комплексу чинників, що впливають на розвиток автобусного туризму та взаємозв'язків між ними), узагальнення (для виявлення характерних рис і закономірностей організації автобусних турів в Україні), а також картографічний метод та методи просторового аналізу (використані при плануванні та візуалізації маршрутів).

Практичне значення роботи полягає у можливості використання сформульованих висновків і рекомендацій для покращення діяльності туристичних компаній, органів місцевого самоврядування, державних структур, транспортних операторів і науковців, які займаються питаннями організації та сталого розвитку туризму. Запропоновані заходи можуть слугувати базою для оптимізації маршрутів автобусного туризму з урахуванням географічних і інфраструктурних особливостей, підвищення рівня сервісу та популяризації автобусного туризму як ефективної форми внутрішніх подорожей.

Робота складається зі вступу, трьох розділів (теоретичного, аналітичного та практичного), висновків та списку використаних джерел, що містить 61 джерело. Робота містить 27 рисунків та 9 таблиць.

Результати дослідження були апробовані на щорічній конференції студентів та аспірантів «Географічні дослідження: історія, сьогодення, перспективи», присвяченій пам'яті професора Г.П. Дубинського 10 квітня 2025 року, м. Харків, Україна [6].

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ АВТОБУСНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність поняття, історія розвитку та особливості автобусного туризму

Історія розвитку міжнародного автобусного туризму бере свій початок у другій половині XX століття, коли в 1960-х роках почав активно формуватись відповідний сегмент туристичного ринку. Такий процес був спричинений зростанням інтересу до автобусних турів з комплексним обслуговуванням, у межах яких витрати на транспорт включались до загальної вартості туристичного пакета. До цього автобуси здебільшого використовувалися для трансферів, місцевих екскурсій та коротких внутрішніх поїздок у межах окремих країн.

Запровадження такого формату подорожей сприяло широкому поширенню автобусного туризму серед різних соціальних груп завдяки його підвищеній організованості та фінансовій доступності. Однак згодом спостерігалось певне скорочення попиту на придбання автобусних подорожей, що було зумовлене зростанням популярності альтернативних і часто швидших засобів пересування — авіатранспорту та приватних авто. Незважаючи на це, вже в середині 1970-х років, на тлі економічної нестабільності, зростання цін на паливо та девальвації ключових валют, інтерес до автобусних турів почав відновлюватися. Поштовхом до цього стала поява комфортабельних автобусів нового покоління, які за рівнем зручностей не поступалися іншим видам транспорту — а в деяких аспектах навіть перевершували їх. Ці транспортні засоби оснащувались енергоощадними двигунами, що забезпечувало високу швидкість пересування та конкурентоспроможність автобусних маршрутів. Крім того, розвиток сучасної дорожньої інфраструктури дозволив ефективно долати проміжки шляху, що не мають туристичної цінності. Першою країною, яка запровадила автобусні

подорожі європейськими автошляхами, була Велика Британія. Саме туристичні компанії Великобританії першими оцінили переваги автобусного туризму, що дозволяв відвідати кілька країн за одну мандрівку, причому за відносно низьку вартість. В 1972 році відкрився перший міжнародний туристичний маршрут, що з'єднував Лондон, Дублін та Голуей. Однією з головних переваг таких поїздок була можливість придбати за кордоном дефіцитні товари без додаткових витрат на перевезення їх літаком, що зробило автобусні тури особливо привабливими для шопінгу.

У країнах пострадянського простору автобусні тури почали набувати популярності значно пізніше — приблизно через двадцять років. Це було пов'язано з особливостями економічного розвитку та інфраструктури, які не одразу адаптувалися до впровадження такого виду туризму.

Наразі тури за покупками втратили актуальність через поширення онлайн-торгівлі, яка пропонує широкий вибір товарів з доставкою. Однак ідея автобусних подорожей збереглася й набула розвитку. За останнє десятиліття автобусний туризм демонструє стабільний попит, без суттєвих коливань у популярності.

Аналізуючи наукову літературу, можна стверджувати, що станом на 2025 рік не існує єдиного загальноприйнятого визначення поняття «автобусний тур». У зв'язку з цим було розглянуто визначення, запропоновані різними авторами.

На думку Ф. Шандора та М. Кляпа, автомобільний туризм «охоплює подорожі туристів у межах власної країни або за її межами, в яких основним засобом пересування виступає приватний транспорт, транспорт туристичної фірми або орендований автотранспорт». До цього виду туризму включають автобусний туризм, караванінг, автосафарі тощо [2].

О. Колотуха визначає автомобільний туризм як вид спортивного туризму, що передбачає подолання маршрутів на автомобілях. Особливістю такого виду є можливість доїзду до початку маршруту та повернення своїм

ходом, використовуючи дороги загального користування, що зумовлює велику протяжність подорожі [3].

В Законі України «Про туризм» автомобільний туризм визначено як «система підприємств, які забезпечують туристів, що подорожують на власному або орендованому автомобільному транспорті» [4].

У навчальних матеріалах Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського надано, на наш погляд, вдале визначення автобусного туру - це «туристський продукт, що включає: перевезення групи туристів на автобусі по певному маршруту, тривалістю більше 24 годин, розміщення в готелях відповідно до програми туру, екскурсійне обслуговування відповідно до програми туру, супровід керівником туристської групи». Там же наведено визначення автобусу туристичного класу: це «транспортний засіб з кількістю пасажирських сидінь понад 8, відповідне вимогам IRU (Міжнародного Союзу Автоперевізників) або технічним нормам і нормам безпеки».

Однак у сучасній українській науковій літературі поняття «автобусний туризм» не отримало чіткого формулювання. Нами запропоновано наступне визначення: автобусний туризм – це вид туризму, в якому пересування відбувається автобусами (власними або орендованими) за спланованим туристичним маршрутом та в супроводі керівника туристичної групи.

Автобусний туризм є дуже популярним і відносно недорогим способом подорожей, особливо для груп людей. Автобусні тури можуть включати екскурсії, відвідування культурних подій, концерти, спортивні заходи та інші форми туристичної діяльності. Завдяки мобільності й відносній незалежності від розкладів автостанцій і транспортних комунікацій автобусні подорожі дозволяють організовувати маршрути цікавими місцями в найбільш зручні для туристів часові терміни. Автобусні тури можуть бути чудовим вибором для людей, які не бажають подорожувати наодинці, але не мають компанії для поїздки.

Згідно з дослідженнями, автобусний туризм має важливе значення для розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, оскільки дозволяє ефективно поєднувати транспортні послуги з екскурсійними програмами та іншими туристичними заходами.

Автобусний туризм характеризується як фінансово доступна форма подорожей, яка приваблює широкі верстви населення, що сприяє збереженню його стабільної популярності. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), понад 40% усіх міжнародних подорожей здійснюються наземним автомобільним транспортом, при цьому вагома частка припадає саме на автобусні перевезення [5].

Найбільша кількість автобусних турів організовується в Європі. У літній сезон туристичні компанії пропонують поєднання подорожей з відпочинком на морі, тоді як зимовий сезон приваблює туристів участю у святкуваннях Нового року та європейських карнавалах.

У 1986 році, у зв'язку із загостренням конкуренції між залізничними та автобусними перевізниками, у країнах Європи було створено об'єднання автобусних компаній — Раду "Євролінії" (Eurolines). До його складу увійшли 33 європейських партнери. Учасники об'єднання об'єднали свої ресурси під єдиним брендом, створили спільну мережу автобусних маршрутів, встановили стандартизовані правила обслуговування та запровадили систему знижок, що зробило їхні послуги більш конкурентоспроможними.

В Україні транспорт, зокрема залізничний і автомобільний, є однією з пріоритетних та динамічно зростаючих галузей господарства. Це сприяло популяризації автобусних туристичних подорожей, які стали звичним форматом для вітчизняних туристичних компаній. Поїздки автобусом надають унікальну можливість у межах однієї подорожі відвідати багато цікавих місць і побачити різноманітні визначні пам'ятки. Питання організації автобусних турів досліджували такі науковці, як 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 ін. [6].

Автобусний туризм має низку унікальних особливостей, які вигідно відрізняють його від інших видів подорожей:

- доступність і масовість (завдяки відносно низьким витратам, автобусні тури доступні широкому колу споживачів);
- мобільність і варіативність маршрутів (маршрути автобусних турів можна змінювати або доповнювати залежно від потреб групи);
- зручність для групових подорожей (такий формат дозволяє об'єднати людей зі спільними інтересами, забезпечуючи комфортне пересування та спілкування);
- різноманіття програм (автобусний туризм пропонує широкий спектр послуг: одноденні екскурсії, багатоденні подорожі, освітні поїздки, культурні, спортивні, тематичні тури тощо).

1.2. Основні фактори, що впливають на розвиток автобусного туризму

Автобусний туризм залишається одним із найпопулярніших видів подорожей, на формування й розвиток якого впливають як зовнішні, так і внутрішні чинники. Основними з них є економічні, технологічні, соціальні та інфраструктурні фактори, які представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Фактори, що впливають на автобусний туризм

<i>Група факторів</i>	<i>Конкретні аспекти</i>
1. Економічні	Рівень доходів населення (впливає на доступність турів)
	Ціни на паливо (формують собівартість перевезень)
	Вартість альтернативного транспорту (авіа, залізниця, авто)
	Обсяги інвестування в туристичний сектор та наявність державних стимулів (наприклад, податкових пільг)
2. Соціальні	Попит на групові подорожі (родинні, молодіжні, корпоративні тури)
	Сезонність попиту (відпустки, свята)
	Зміна туристичних уподобань (культурний, гастро-туризм, екстремальний тощо)
3. Технологічні	Розвиток автобусного транспорту (Wi-Fi, кондиționери, мультимедіа)
	Впровадження GPS-навігації та сервісів онлайн-бронювання

4. Інфраструктурні	Якість дорожньої інфраструктури (автомагістралі, безпека, заправки, зарядні станції, санітарні пости та асенізаційні установки для автобусів)
	Туристична інфраструктура (готелі, ресторани, паркування, місця для зупинок)
5. Політичні та регуляторні	Митні та візові обмеження (впливають на міжнародний туризм)
	Державна підтримка галузі (державні програми розвитку, зниження податків, реклама)
6. Екологічні	Екологічні норми щодо транспорту (викиди, типи пального, регулювання проїзду автотранспорту до туристичних локацій тощо)

Дослідження факторів, що визначають розвиток автобусного туризму, свідчить про його залежність від широкого спектра взаємопов'язаних умов, серед яких ключову роль відіграють економічні, логістичні, соціальні та нормативні аспекти. З економічної точки зору, доступність автобусних турів безпосередньо пов'язана з рівнем доходів населення, вартістю пального та цінами на альтернативні види транспорту. Ці параметри формують кінцеву ціну подорожі та визначають конкурентоспроможність автобусного сегменту на туристичному ринку. Соціальні чинники, зокрема сезонність (наприклад, сезон відпусток, шкільних канікул) та попит на групові подорожі, грають важливу роль у формуванні туристичного потоку. Також варто зазначити, що зростання інтересу до тематичних і культурних подорожей стимулює розвиток нових маршрутів і туристичних продуктів у форматі автобусних турів. Технологічні досягнення, як-от поява сучасних комфортних автобусів, систем навігації та електронного бронювання, значно підвищують рівень сервісу та дозволяють ефективніше організовувати тури. Інфраструктурні умови, зокрема якість доріг, наявність готелів, ресторанів і стоянок, заправок, зарядних станцій, санітарних постів, асенізаційних установок для автобусів є важливими для зручності, безпеки та загального враження від подорожі. Політичні та регуляторні аспекти, такі як спрощення візового режиму чи підтримка туризму на державному рівні, здатні суттєво впливати на розвиток автобусного туризму, особливо в контексті міжнародних поїздок. Нарешті, екологічні фактори набувають дедалі вагомого значення: як з точки зору

законодавчих вимог до транспорту, так і з боку зростаючої екологічної свідомості туристів. Таким чином, успішний розвиток автобусного туризму потребує системного підходу з урахуванням усіх згаданих груп чинників та їх динамічного взаємозв'язку.

1.3. Основні види автобусних турів, їх організація та особливості обслуговування туристів

Автобусний транспорт є одним із найпоширеніших засобів пересування в туризмі, особливо під час короткострокових подорожей, міських екскурсій, відвідування історичних і культурних пам'яток, а також організованих групових турів різної спрямованості. Туроператори широко застосовують автобуси для забезпечення участі туристів у концертних програмах, спортивних подіях, культурних фестивалях, міжнародних виставках, ярмарках, форумах і конференціях.

Завдяки своїй гнучкості, автобуси придатні для організації подорожей на великі відстані, як у межах розкладу, так і в режимі нерегулярного рафіку, в т.ч. і для одноденних поїздок. Крім того, автобусний транспорт активно використовується для організації трансферів, внутрішніх переміщень туристів у межах країни або регіону перебування. У загальній структурі туристичних перевезень автобусні становлять близько 40%, що підкреслює важливість забезпечення належного рівня комфорту та зручностей під час поїздки.

Як і інші сегменти туристичної індустрії, автобусні подорожі підлягають класифікації за різними ознаками, що дозволяє краще адаптувати їх до потреб цільових аудиторій (табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація автобусних турів

Критерій	Види автобусних турів
<i>За тривалістю</i>	Одноденні (короткі поїздки в межах регіону) Багатоденні (маршрути, що включають ночівлі в готелях)
<i>За географією охоплення</i>	Внутрішні (у межах однієї країни) Міжнародні (подорожі за кордон)

<i>За метою подорожі</i>	Екскурсійний (огляд визначних пам'яток, історичних місць) Розважальний (відвідування парків розваг, фестивалів) Гастрономічний (дегустація місцевих страв) Релігійний (паломницькі тури) Екологічний (відвідування природних парків і заповідників) Навчальний (поєднання подорожей з освітнім процесом) Діловий (переговори, конференції, семінари чи виставки) Спортивний (відвідування спортивних заходів) тощо
<i>За формою організації</i>	Регулярні (проводяться за розкладом) Індивідуальні/Корпоративні (замовлені групою за індивідуальним маршрутом)
<i>За рівнем комфорту</i>	Економ-клас, середній клас, VIP-тури (з підвищеним рівнем сервісу)
<i>За принципом оплати</i>	Комерційні, соціальні, інсентив-тури
<i>За наявністю нічних переїздів</i>	З нічними переїздами та без нічних переїздів

Організаційний процес, пов'язаний із плануванням і реалізацією автобусних подорожей, визначається поняттям автобусного туроперейтингу. За визначенням О. Любіцевої, туроперейтинг — це вид діяльності у сфері туризму, що передбачає створення комплексного туристичного продукту, а також забезпечення оптимальних умов для його споживання як внутрішніми, так і іноземними туристами. Ця діяльність базується на розробці пакету послуг, що супроводжують туристів протягом маршруту, і виступає однією з форм функціонування туристичного бізнесу [7].

Основними етапами організації автобусного туру є:

1. Аналіз ринку та виявлення цільової аудиторії - вивчення вподобань туристів, популярних напрямків, сезонності та фінансових можливостей потенційних клієнтів. Визначення, для кого створюється тур (молодь, родини, пенсіонери, корпоративні клієнти тощо). Аналіз пропозицій інших компаній, їхніх маршрутів, цінової політики та рівня сервісу.

2. Планування туру - вибір місць призначення, зокрема привабливих і багатих на історико-культурну спадщину напрямків, які можуть сподобатися цільовій аудиторії, і подальша розробка маршруту, що передбачає підготовку детального опису розкладу туру. Організація зручних точок для відпочинку, огляду пам'яток і харчування. Урахування часу на дорогу, екскурсії,

харчування та ночівлю. Перевірка стану доріг, наявності паркувань для автобусів, правил в'їзду в міста або країни.

3. Бюджет і фінанси - оренда автобусів, витрати на паливо, платні дороги, паркування, заробітна плата водіїв, гідів і супроводжуючих, витрати на проживання та харчування (якщо входять у пакет). Урахування прибутковості туру та конкурентоспроможності ціни. Запровадження прозорих процедур оплати, чітке визначення кінцевих термінів розрахунків і забезпечення безпеки фінансових транзакцій.

4. Логістика та транспорт - оцінка безпеки автобусів, їхнього комфорту (сидіння, кондиціонери, туалети). Перевірка відповідності транспортного партнера законодавчим вимогам. Створення детального графіку, який включає усі етапи поїздки.

5. Проживання - передбачає бронювання готелів, які відповідають вимогам туристичної групи за рівнем комфорту, місцем розташування та вартістю, а також надання учасникам повної інформації про умови розміщення.

6. Екскурсійні гіді та керівники групи - підбір професійних екскурсоводів, що володіють вільно кількома мовами, добре знають маршрут і можуть працювати з різними аудиторіями і керівників, відповідальних за супровід групи та вирішення поточних питань.

7. Документація та дозвільні документи - оформлення страхування для кожного туриста та на весь тур. Укладення угод із постачальниками послуг (готелі, ресторани, екскурсоводи, транспорт). Оформлення візових документів та паспортів передбачає надання учасникам чітких інструкцій щодо вимог до отримання віз, а також супровід у процесі подання заявок. Особлива увага приділяється дотриманню законодавчих норм, що регулюють надання туристичних послуг

8. Харчування та кейтеринг — організація раціонального харчування учасників туру (сніданок, обід, вечеря) відповідно до типу розміщення в

готелях або шляхом залучення закладів громадського харчування та кейтерингових сервісів.

9. Рекламна кампанія та продаж туру - розробка буклетів, постів для соцмереж, відеороликів, співпраця з агентствами. Просування акцій: знижки для раннього бронювання, групових заявок чи постійних клієнтів.

10. Проведення туру та контроль якості - зустріч туристів, перевірка документів, організація посадки, слідкування за дотриманням маршруту та часом зупинок, збір відгуків після туру для аналізу та покращення.

Сервіс в автобусних подорожах має свої характерні риси, обумовлені специфікою тривалого перебування в дорозі. Транспортні засоби, що використовуються для таких поїздок, зазвичай оснащені необхідним набором зручностей, який формує так званий мінімальний сервісний стандарт. До нього належать кондиціонер, біотуалет та умивальник. Крім того, багато сучасних автобусів мають міні-кухню, пристрій для підігріву або кип'ятіння води, а також мультимедійні засоби: можливість прослуховування музики або перегляду фільмів під час подорожі. Протягом поїздки водії регулярно організовують технічні зупинки приблизно кожні 3 - 4 години. Вони тривають орієнтовно 30–40 хвилин і дають змогу пасажирам відпочити, перекусити в придорожньому кафе, скористатися стаціонарним туалетом (зазвичай платним) або за потреби обміняти валюту. Такі зупинки є важливою складовою сервісу, що підтримує комфорт туристів у дорозі. Зважаючи на те, що автобусні тури переважно мають яскраво виражений екскурсійний характер, учасникам подорожей надається велика кількість інформаційно-довідкових матеріалів. Серед них: карти міст та туристичних локацій, путівники, схеми експозицій музеїв, а також розмовники з базовими фразами іноземною мовою. Це сприяє кращому орієнтуванню в незнайомій місцевості та глибшому зануренню в культуру країн, які відвідуються. Загалом у сфері сервісу пріоритет надається якості транспортного засобу, професіоналізму супровідного гідів та насиченості екскурсійної програми. В той же час рівень готелів, у яких здійснюються ночівлі, не є визначальним чинником. Адже їх

основна функція забезпечити базовий комфорт для короткого відпочинку та сну. Тому в більшості випадків цілком достатньо готелів категорії 2 або 3 зірки. Такі готелі зазвичай розташовані на околицях міст, що має низку практичних переваг: більша кількість вільних номерів, зручне планування для розміщення туристичних груп, наявність номерів із роздільними ліжками, просторіші їдальні, а також облаштовані паркувальні зони для туристичних автобусів неподалік від місця проживання.

Однією з головних переваг автобусних турів є їх економічність. У порівнянні з іншими видами турів, автобусні подорожі зазвичай мають нижчу вартість, оскільки одна з найдорожчих складових будь-якої туристичної поїздки – авіаквиток – у даному випадку відсутня. Поїздка автобусом дозволяє суттєво зекономити на транспорті, що робить такі тури доступнішими для ширшого кола мандрівників. Ще одним аргументом на користь автобусних турів є відсутність необхідності самостійно займатися організаційними питаннями. Туристам не доводиться самостійно складати маршрут, вивчати особливості місцевості, взаємодіяти з поліцією чи займатися бронюванням готелів та послуг гіда. Усі ці турботи бере на себе супровідний гід, який піклується про комфорт і цікавість подорожі. Саме до нього можна звертатися з усіх питань від організаційних моментів до таких дрібниць, як вибір сувеніру.

Інформативність автобусних турів також є суттєвою перевагою. За відносно короткий період 10-14 днів туристи можуть відвідати 8-10 міст у 5-6 європейських країнах. Подорожуючи суходолом, вони мають змогу побачити, як змінюється культура, архітектура та природа з півночі на південь або зі сходу на захід. Це дозволяє сформувати цілісне уявлення про регіон.

Ще одним привабливим аспектом є можливість поєднати екскурсійну програму з пляжним відпочинком. Багато автобусних турів, особливо в літній сезон, передбачають такий формат: спочатку відвідування культурних та історичних пам'яток, а потім кілька днів на морському узбережжі. Це дозволяє поєднати активне знайомство з країною з релаксацією. Не можна не згадати і

про соціальний аспект. Автобусні тури відбуваються у складі групи зазвичай 40-50 осіб, а у випадку двоповерхових автобусів і до 60-70 людей. Протягом подорожі між учасниками встановлюються певні комунікативні зв'язки. Для екстравертів це чудова можливість для нових знайомств і яскравих вражень, а для інтровертів — виклик. Проте навіть у практичному сенсі група є зручною: завжди можна попросити допомоги, позичити щось чи отримати пораду.

Разом із перевагами, автобусні тури мають і низку недоліків. Перш за все, це обмеження в часі. Дуже часто на огляд того чи іншого міста відводиться лише 2-3 години, з яких лише годину або навіть менше турист має у своєму розпорядженні вільно. За цей час потрібно встигнути оглянути основні пам'ятки (наприклад, Дрезденську галерею), придбати сувеніри, перекусити або взяти їжу із собою. Тому надзвичайно важливо чітко планувати свій час і не запізнюватися: навіть кілька хвилин затримки можуть зірвати подальшу програму або ускладнити перетин кордону.

Ще одним мінусом є відсутність свободи вибору. Усі автобусні тури відбуваються по заздалегідь визначеній програмі, якої чітко дотримується гід. У зв'язку з цим у туристів часто не залишається часу або можливості побачити ті об'єкти, які вони хотіли б відвідати, чи поїсти в улюбленому закладі.

Крім того, варто бути готовим до умов розміщення в готелях економ-класу. Зазвичай автобусні тури передбачають ночівлі в готелях, розташованих на околицях міст, які пропонують базовий рівень комфорту: невеликі кімнати, часто на кілька осіб, із двоярусними ліжками. Ще один аспект - неповноцінне харчування. Через напружений графік туру туристам часто доводиться їсти нашвидкуруч або просто перекушувати в автобусі. Повноцінні прийоми їжі зустрічаються рідко, а тому слід бути готовим до переважання фаст-фуду в раціоні. І нарешті, фізичний дискомфорт також є поширеним недоліком. Упродовж подорожі доводиться годинами сидіти в автобусі — іноді по 3-4 години без зупинки. Це викликає втому, затікання ніг, біль у спині чи шиї. Тому за найменшої нагоди варто виходити з автобуса і розминатися [8].

1.4. Вплив географічних чинників та інфраструктури на розвиток автобусного туризму

Автобусний туризм тісно пов'язаний з географічними особливостями та станом інфраструктури, оскільки саме ці чинники визначають зручність, безпечність і привабливість маршрутів. Усвідомлення ролі географії та інфраструктурного забезпечення сприяє формуванню ефективних стратегій розвитку цього виду туризму, підвищує його конкурентоспроможність і стимулює економічне зростання регіонів. Їхній вплив представлено в таблиці 3.

Таблиця 3

Географічні та інфраструктурні чинники, що впливають на розвиток автобусного туризму

<i>Група чинників</i>	<i>Критерій</i>	<i>Опис впливу на розвиток автобусного туризму</i>
1. Географічне положення та доступність туристичних локацій	- Положення відносно туристів - Розташування на транзитних шляхах - Можливості під'їзду на автобусі - Віддаленість від гарячих точок - Конкуренція з іншими регіонами	Впливає на привабливість та доступність регіону або окремих туристичних локацій для туристичних потоків, зокрема автобусних турів, відвідування великими групами; Об'єкти, близькі до транспортних вузлів, частіше включаються в маршрути
2. Рельєф	- Гірські території - Рівнинні області	Гірські райони привабливі пейзажами, але складні для проїзду. Рівнини зручні для довгих маршрутів.
3. Клімат	- Сезонність - Екстремальні умови	Клімат визначає сезони активності; несприятлива погода може спричинити затримки та ризики.
4. Довжина маршрутів	- Короткі - Довгі	Короткі тури (наприклад, Львівщина), довгі – міждержавні (Європа).
5. Ландшафти	- Природна різноманітність	природна різноманітність приваблює туристів
6. Природні ризики	- Стихійні лиха - Екологічні проблеми	Землетруси, зсуви, повені чи забруднення знижують туристичну привабливість.
7. Дорожня інфраструктура (автошляхи)	- Якість покриття - Доступність маршрутів	Якісні дороги сприяють комфорту, погані — знижують популярність маршрутів.

8. Сервісні об'єкти	- Зони відпочинку - АЗС - Ночівля для водіїв - Обслуговування транспорту	Зупинки мають мати санітарні умови та їжу. Важливі для тривалих маршрутів. Сучасні автобуси та наявність сервісу зменшують поломки та мінімізують їх наслідки в дорозі і підвищують привабливість
9. Автовокзали та зупинки	- Сучасні автостанції - Безпечні зупинки	Охайні зупинки, навігація, інфраструктура покращують досвід подорожей.
11. Туристична інфраструктура	- Готелі, мотелі - Ресторани, кафе	Наявність житла, харчування і зручних під'їздів до цих об'єктів важлива для турів.
12. Інформаційна інфраструктура	- Маркування - Цифрові сервіси	Системи навігації, карти, мобільні додатки, онлайн-бронювання спрощують подорожі.
13. Екологічна інфраструктура	- Екобуси - Перехоплювальні парковки	Екобуси важливі для заповідних зон; парковки зменшують навантаження на центри.
14. Безпека	- Контроль доріг - Санітарні умови	Камери, контроль швидкості, туалети забезпечують комфорт і безпеку.

З таблиці бачимо, що географічні чинники є базовими при розробці автобусних маршрутів, оскільки вони визначають їх привабливість, складність і економічну доцільність. А інфраструктура відіграє вирішальну роль у самому розвитку автобусного туризму. Інвестиційні вкладення у дороги, транспортні вузли, сервісні об'єкти та цифрові інструменти роблять автобусні подорожі комфортними, безпечними і популярними серед туристів. Географічні чинники та інфраструктура є основою для організації маршрутів, забезпечення сервісу і створення позитивного досвіду подорожей. Це не лише покращує якість послуг, а й сприяє економічному зростанню регіонів.

РОЗДІЛ 2. СТАН РОЗВИТКУ АВТОБУСНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз поточного стану та тенденцій розвитку автобусного туризму в Україні

Після початку повномасштабної війни слово «туризм» українцями сприймається по-різному. Для багатьох категорій населення туристичні подорожі стали недосяжними, особливо для тих осіб, хто перебуває на фронті, в окупації, втратив житло або постійну роботу. Частина людей відмовляється від подорожей з моральних міркувань, оскільки вважає, що під час війни подорожі та відпочинок не на часі. Проте в Україні туризм існує і продовжує розвиток, адаптуючись до нових умов. Наразі сфера туризму має значення не лише для національної економіки, а й може бути ресурсом для відновлення та психологічної реабілітації людей [0].

Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ) разом з проєктом UNICEF U-Report Ukraine провели онлайн-опитування щодо подорожей на території України та їх особливостей в умовах воєнного стану, та оприлюднили результати проведеного дослідження [3]. Згідно з результатами проведеного опитування, починаючи з 24 лютого 2022 р., понад 45,3% респондентів здійснювали подорожі територією України з туристичною метою. Разом з тим, 54,7% опитаних зазначили, що з початку повномасштабної війни жодного разу не відвідували інші регіони країни з метою туризму. (рис. 1).

Відповідно до результатів зазначеного опитування, для 23,4% українців ставлення до туристичних подорожей у зв'язку з початком повномасштабної війни не зазнало змін. Водночас 23,2% респондентів зазначили, що не здійснюють туристичних поїздок через фінансові труднощі. Ще 21,1% учасників опитування вважають, що, подорожуючи країною, вони тим самим підтримують її економіку. Натомість 20,7% респондентів утримуються від

подорожей через відчуття небезпеки, а 11,7% - не вважають доцільним подорожувати під час дії воєнного стану.



Рис. 1. Результати опитування ДАРТ [3]

Щодо сезонності подорожей, найбільша активність спостерігається в літній період — 47,6% респондентів обирають саме цю пору року для мандрівок. Навесні подорожують 4,3% респондентів, восени — 2,8%, а взимку — лише 2,2%. Для 43,2% опитаних вибір пори року не є визначальним фактором при плануванні туристичних поїздок. На часові орієнтири подорожей впливають переважно: період відпустки або канікул — так відповіли 56% респондентів; для 22% визначальним чинником є вартість подорожі, а ще для 22% — погодні умови (рис. 2).

Опитування ДАРТ проводилося у період 18-28 серпня 2023 р. Загалом в ньому взяли участь 5525 осіб віком 14 - 34 років (метод формування вибірки не уточнюється).

Чи подорожуєте ви більш активно в певну пору року?



Оберіть твердження щодо ставлення до подорожей в Україні під час воєнного стану, з яким ви найбільше згодні?



Кількість респондентів 5 525 | Вік 14-34+ | 18-27.08 2023 р. | Разом з Державним агентством розвитку туризму

Рис.2. Опитування ДАРТ щодо внутрішнього туризму України [3]

Очільниця ДАРТ Мар'яна Олесків підкреслила, що в умовах повномасштабної війни ключовим чинником стабільності туристичної галузі залишається саме внутрішній туризм. За її словами, подорожі територією України в нинішніх умовах виступають не лише формою відпочинку, але й важливим засобом фізичної реабілітації та психологічного розвантаження — як для військовослужбовців та членів їхніх сімей, так і для цивільного населення. Окрім цього, внутрішній туризм розглядається як механізм підтримки національної економіки, яка наразі функціонує переважно задля забезпечення обороноздатності держави [2].

Попри суттєві втрати, яких зазнав туристичний сектор України внаслідок повномасштабної війни, обсяги надходжень туристичного збору продовжують демонструвати позитивну динаміку. Зокрема, у 2024 році сума

туристичного збору в Україні зросла майже на 23% у порівнянні з 2023 роком, коли місцеві бюджети отримали 222 млн 618 тис. гривень. Для порівняння, у 2022 р. загальний обсяг туристичного збору в регіонах був майже на 53% меншим і становив 178 млн 949 тис. гривень (рис. 3) [3].

ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР ЗА 2024 РІК

ДАРТ



Рис. 3. Туристичний збір за 2024 рік [3]

Як відомо, повномасштабна війна істотно вплинула на логістичні шляхи з України до інших країн. Попри закриття авіаційних хабів і припинення роботи цивільних аеропортів, залізничне та автобусне сполучення зберігають свою функціональність і залишаються доступними засобами міжнародного транспортування [4]. Проте військовозобов'язані чоловіки можуть виїжджати закордон лише за умови наявності дозвільних документів, тому попит на внутрішній туризм зростає.

Період 2022–2024 років характеризується помітними змінами та динамічним розвитком автобусного туризму, що стали реакцією на нові виклики та умови, які виникли внаслідок воєнного стану. Повномасштабна війна суттєво трансформувала туристичний простір, унаслідок чого багато традиційних напрямків стали або небезпечними, або недоступними для

мандрівників (зокрема, відпочинок на морі). У відповідь на ці зміни туристичні оператори активізували роботу над розширенням внутрішніх маршрутів, а також зосередили увагу на організації подорожей до країн, що залишаються досяжними автобусним сполученням. У зв'язку з припиненням регулярного авіасполучення з України, автобус став основною альтернативою для виїзного туризму. Зокрема, вже у 2022 р. організовано доволі значну кількість тривалих автобусних турів (тривалістю від 10 до 14 днів) до європейських країн, що включали проміжні зупинки у низці українських міст. Частка автобусного сегмента у загальній структурі туристичних продажів туроператорів сягнула приблизно 90%.

Упродовж 2023 року кількість автобусних маршрутів зросла ще більше, що є цілком закономірним явищем. Адже за вартістю двотижнева автобусна подорож часто прирівнюється до семиденного авіатуру, що робить такий формат поїздок економічно привабливим для значної частини населення [4].

Українські туроператори пропонують великий вибір автобусних турів як у межах України, так і за кордоном, зокрема, екскурсійні тури до історичних місць, пішохідні подорожі (з підвозом автобусом), відвідування курортів, подієві тури, наприклад, паломництва до релігійних святинь, поїздки на фестивалі тощо [5].

Лідерами серед українських туроператорів з організації автобусних турів, які демонструють стабільність, інноваційність та адаптивність до сучасних викликів є Join UP!, Adriatic Travel , TPG (Travel Professional Group), Kompas Україна, ALF, Tango Travel, Аккорд - тур [61].

Організація автобусних турів в Україні наразі має низку характерних особливостей, які сприяють їхній популярності серед мандрівників (табл.4).

Загалом, враховуючи цінову доступність, гнучкість в організації, високий рівень комфорту та адаптації до сучасних умов, а також можливості для відкриття нових напрямків, автобусні тури мають значний потенціал для подальшого зростання популярності та привабливості серед широкого кола мандрівників. Вони пропонують ефективну альтернативу іншим видам

подорожей, особливо в умовах постійних змін та викликів у туристичній галузі.

Таблиця 4

Характерні особливості організації автобусних турів в Україні

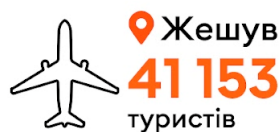
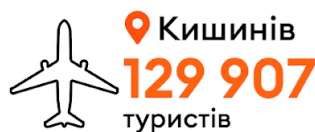
Особливість	Опис
Розширення різноманіття маршрутів	Туроператори пропонують широкий вибір маршрутів по Україні, зокрема до популярних туристичних регіонів (Карпати, Львів, Одеса, Київ тощо), а також закордонні автобусні тури до Польщі, Чехії, Угорщини, Болгарії, Туреччини та інших країн. Після початку повномасштабної війни зросла кількість нових автобусних напрямків, які раніше були доступні лише авіасполученням. У 2022 р. туристичні оператори почали організовувати 10–14-денні автобусні поїздки з Києва та Львова до курортів Греції, Албанії, Хорватії, Чорногорії та інших, з проміжними зупинками для початку подорожі в низці обласних центрів.
Гнучкість та адаптація до обставин	Автобусні тури організовуються цілий рік, з урахуванням сезонних умов. Наприклад, взимку популярні тури до Карпат. Туроператори швидко реагують на зміни, пов'язані з пандемією, війною або обмеженнями на кордонах. Також пропонуються трансферні послуги до аеропортів з різних міст України.
Цінова доступність	У порівнянні з авіатурами, автобусні поїздки є фінансово доступнішими. Пропонуються тури різного цінового рівня — від бюджетних до преміальних з підвищеним сервісом, що робить їх привабливими для різних категорій туристів.
Високий рівень організації	До супроводу туристичних груп залучаються професійні гіді, які не лише координують подорож, а й проводять пізнавальні екскурсії, що підвищує якість туру.
Комфортні умови подорожі	Маршрути здійснюються сучасними автобусами, оснащеними кондиціонерами, Wi-Fi та зручними сидіннями, що забезпечує комфортний переїзд навіть на далекі відстані.
Індивідуальний підхід	Окрім стандартних групових турів, туроператори пропонують спеціалізовані тематичні подорожі (гастрономічні, винні, паломницькі, активного відпочинку тощо) та індивідуальні маршрути, які враховують побажання туристів.
Додаткові послуги	До складу автобусних турів включаються бронювання готелів різного рівня, організація дозвілля — екскурсії, розважальні заходи, майстер-класи, що робить поїздку насиченою і привабливою.

Серед лідерів ринку, два туроператори вирізняються своєю спеціалізацією на організації міжнародних автобусних турів – це Join UP! і Adriatic Travel. За інформацією Join UP!, автобусні тури у 2024 році обрали 8,2% туристів, що на 0,5 відсоткового пункту більше, ніж у 2023 році (рис. 4) [8].

Які послуги бронювали частіше?



Найпопулярніші аеропорти



*тут і далі всі дані наведені на основі внутрішньої статистики туроператора Join UP!

Рис. 4. Внутрішня статистика туроператора Join UP [8]

Згідно із заявами туроператора Join UP!, спостерігається майже двократне зростання попиту на бюджетні туристичні напрямки закордон. Яскравим прикладом такого напрямку є Болгарія, до якої можна дістатися автобусом орієнтовно за одну добу. Цей вид доступного відпочинку набув особливої популярності та є дуже затребуваним серед сімей з дітьми. Для зручності клієнтів, у 2024 році до переліку міст, з яких здійснюється відправлення автобусних турів, було додано Запоріжжя та Харків [6]. А от щодо внутрішніх автобусних турів такого високого попиту не спостерігається.

Туроператор Adriatic Travel який здійснює свою діяльність з 2012 року, спеціалізується на організації різноманітних туристичних поїздок до багатьох країн світу. Проте, ключовими напрямками в їхній пропозиції є: екскурсійні автобусні тури до Туреччини та Болгарії, відпочинок на морі у таких країнах як Хорватія, Чорногорія, Греція та інші, автобусні екскурсійні подорожі Європою та країнами Європейського Союзу, а також організація гірськолижного відпочинку [9].

На основі опрацьованих публікацій можна стверджувати, що внутрішній

ринок автобусного туризму також має своїх сильних гравців.

Так туристична компанія “Танго Тревел” під час автобусних турів 2025 року пропонує оглянути ренесансно-барокові містечка, золотокупольні храми, дерев'яні козацькі чи карпатські церкви, прогулянки по вуличках Івано-Франківська, Чернівців та Кам'янець-Подільського, відвідини гірських масивів Карпат, водоспадів, Шацьких озер, скелястих річкових каньйонів Дністра та Південного Бугу, термальних вод Закарпаття, історичних пам'яток Кам'яні могили, ландшафтних парків та різних заповідників. Серед популярного - туристичні локації екопарків – страусина, овеча, равликова, устрична, креветкова ферми, унікальна крокодиляча ферма, а також екопарки з різними тваринами (козами, вівцями, оленями, коровами та ін.) [10].

Турагенція «KrainaUa» пропонує понад 300 екскурсійних програм автобусом. Їхній асортимент охоплює різноманітні формати подорожей, зокрема: групові та індивідуальні тури територією України, тури вихідного дня, тури для дітей та дорослих, тематичні автобусні подорожі, такі як романтичні, активні, кулінарні та в етнічному стилі [11].

Туристична компанія «Аккорд-тур» з 20-ти річним досвідом здійснює регулярні автобусні тури у Львів, Чернівці, Луцьк, Ужгород, Мукачево, Кам'янець-Подільський. Пропонує відпочинок в Карпатах, термальних джерелах Закарпаття [12].

Однією з найбільш помітних і значущих трансформацій у туристичній галузі України стало переформатування пріоритетів щодо вибору регіонів для відпочинку. Традиційно в літній період більшість українців надавала перевагу морському відпочинку, в той час як подорожі у горах обирало значно менше число туристів. Проте з початком війни ситуація повністю змінилася. Морські курорти Азовського та Чорного морів стали або небезпечними, або повністю недоступними. Хоча певна кількість людей продовжує їздити на морський відпочинок у районі Коблево-Одеси, обираючи готелі з басейнами або помешкання біля внутрішніх водойм (озер чи лиманів), загальною тенденцією є переорієнтація туристів на відпочинок у Карпатах. Цей гірський регіон

пропонує виняткову природну красу, різноманіття водних об'єктів, безліч можливостей для активного відпочинку та розвитку екологічного туризму. Внаслідок цього для Карпатського регіону відбулося значне розширення програм автобусних турів. Ця зміна пріоритетів спонукала туристичний бізнес до перегляду своїх пропозицій та послуг, що призвело до створення більш зручних, безпечних та цікавих туристичних продуктів. Карпати, з їхньою унікальною природною та культурною спадщиною, надають виняткові можливості для реабілітації військових та вимушених переселенців. Перебування в оточенні мальовничих пейзажів, залучення до екологічного туризму та участь у програмах екотерапії сприяють подоланню посттравматичного стресового розладу та поверненню до повноцінного життя.

Місцеві туристичні агентства та громадські організації співпрацюють з урядовими структурами над розробкою та впровадженням спеціалізованих програм реабілітації для військових та біженців саме у Карпатах. Такі програми впроваджують унікальні психологічні, медичні, та природні методи відновлення. Природа Карпат, завдяки своїй сприятливій атмосфері та потужному еко-терапевтичному потенціалу, відіграє особливо важливу роль у відновленні людей, що пережили травматичні події. Ці ініціативи не тільки забезпечують фізичне відновлення, але й допомагають відновити психологічний стан та повернутися до повноцінного життя. Завдяки цим консолідованим зусиллям, Карпатський регіон перетворюється не лише на популярний туристичний напрямок для розваг та відпочинку, а й місце, де надається така важлива допомога тим, хто пройшов життєві випробування або зазнав впливу війни. Така роль туризму в умовах війни робить відпочинок у Карпатських горах надзвичайно значущим і важливою сферою для розвитку й підтримки здоров'я нації [13].

За спостереженнями туроператора Батерфлай-трєвел найбільшу частку туристів на Закарпатті становив внутрішній сімейний туризм. Переважно це мами з дітьми, які приїжджали сюди на короткі відпустки з різних міст України. Особливу увагу приділяють дитячому відпочинку — організації

таборів у гірських районах та селах, де безпечно проводити час, тож батьки не бояться відправляти сюди своїх дітей. Третім популярним напрямком є конференц- та корпоративний туризм, який особливо затребуваний серед медичних працівників. Керівники медичних закладів прагнуть направити своїх виснажених співробітників хоча б на кілька днів у межах професійних конференцій, щоб вони мали змогу не лише підвищити кваліфікацію, а й відпочити.

Представники даного туроператора відмічають, що за умов обмежених можливостей виїзду за кордон, у т. ч. через відсутність авіасполучення та фінансову недоступність відпочинку в Європі для більшості громадян, спостерігається зростання інтересу до внутрішнього туризму. Водночас характерною особливістю попиту стало прагнення туристів максимально насичити програму подорожі за обмежений часовий проміжок. Відсутність авіасполучення не єдина причина, через яку автобусні тури стали настільки затребуваними. Туристи почали більше економити, і тепер автобусні подорожі є популярними серед різних сегментів клієнтів.

Звертаючи увагу на сучасні тенденції, туристичний сектор України і надалі зосереджуватиметься переважно на внутрішньому туризмі. Туристичні агентства активно пропонують українцям відпочинок у гірських районах або сільській місцевості [15]. Внутрішні подорожі користуються попитом, адже є більш доступнішими за вартістю та зручними для сімейного відпочинку. Такий вибір громадян сприяє економічному розвитку країни, адже туризм залишається важливою складовою національного доходу. Під час воєнного стану автобусні тури можуть пережити свою другу хвилю популярності.

2.2. Дослідження інфраструктурних обмежень та пропозиції щодо їх вирішення

У 2017 році компанія Kraina UA, що спеціалізується на внутрішньому туризмі в Україні, в межах свого проєкту «Змінюємо уявлення про подорожі

Україною!», провела дослідження, присвячене ставленню українців до подорожей власною країною.

Результати опитування виявили досить поляризовані погляди учасників щодо поточного стану українського туризму. Майже половина респондентів, а саме 52%, висловили думку, що туризм в Україні нерозвинений. Водночас, менша, проте все ще значна частина опитаних 46% вважають вітчизняний туризм достатньо розвиненим. Лише незначний відсоток учасників опитування, а саме 1%, переконані у дуже високому рівні розвитку українського туризму. Решта респондентів (1%) були впевнені у повній відсутності туристичної інфраструктури та пропозицій (рис. 5) [11].

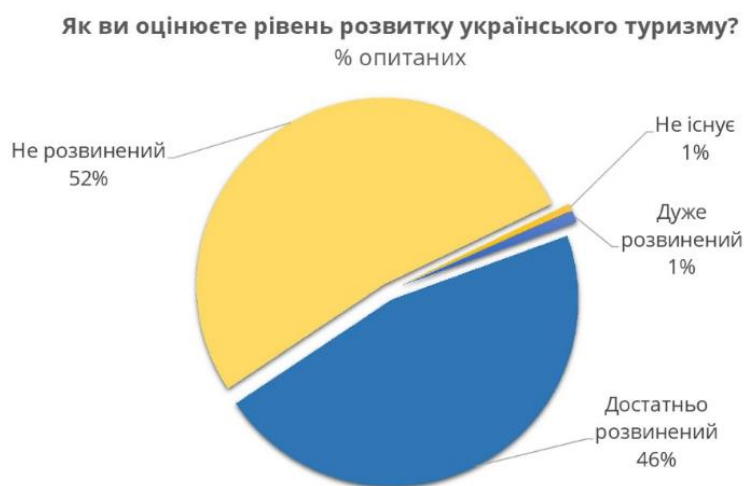


Рис. 5. Опитування рівня розвитку українського туризму у 2017 році
[11]

Згідно з опитуванням, респонденти виділили кілька ключових проблем, що перешкоджають комфортним подорожам Україною. Домінуючою проблемою виявився поганий стан доріг, на яку вказали переважна більшість опитаних (87%).

Значна частина респондентів також звернула увагу на руйнування пам'яток культури та архітектури (66%) та слаборозвинену інфраструктуру загалом (59%). Більше половини учасників опитування (55%) відзначили низький рівень сервісу. Менша кількість респондентів, подорожуючи Україною, звертають увагу на погані готелі (23%). Примітно, що найменше

занепокоєння викликали такі аспекти, як недостатність інформації про туристичні об'єкти та вартість туристичних послуг, на що вказали лише по 0,6% респондентів відповідно.

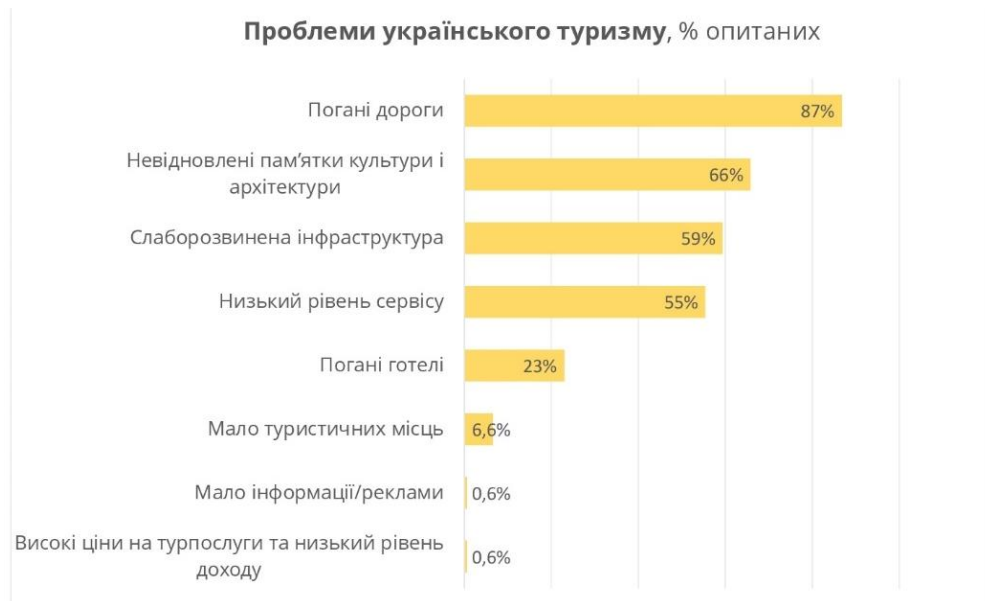


Рис. 6. Проблеми українського туризму [11]

Це дослідження було проведене протягом трьох місяців серед представників двох вікових груп і складалося з двох послідовних етапів. На першому, якісному етапі, було визначено та сформульовано ключові питання, необхідні для подальшого проведення дослідження. Другий етап, що включав кількісний аналіз, дозволив встановити часткове співвідношення у виборі українських туристів. Це стосувалося їхнього ставлення до загального рівня розвитку туризму в країні, а також виявлення проблемних аспектів, які перешкоджають регулярним подорожам Україною [16].

Влітку 2024 р. чотири ключові об'єднання туристичної галузі — "Асоціація в'їзних туристичних операторів України", "Всеукраїнська асоціація гідів", Українська асоціація готелів і курортів" (UHRA) та "Українська ресторанна асоціація" — спільно провели всеукраїнське опитування, щоб оцінити стан туризму в умовах війни. В дослідженні брали участь 268 осіб із 23 областей України та міста Києва. Структура опитаних відображає різноманіття сектору: 45% учасників представляли заклади

розміщення, готелі, 12% – туристичні агенти, а решта – туроператори, заклади харчування та інші суб'єкти туристичного бізнесу. Для туристичних операторів та готельєрів це опитування можна вважати репрезентативним, адже до нього долучилося від 5% до 10% всіх гравців ринку. Результати дослідження виявили досить складну ситуацію в галузі:

- лише 13% підприємств повідомили про зростання обсягу наданих послуг у порівнянні з довоєнним періодом.
- 10% компаній на момент опитування повністю припинили свою діяльність.
- у 3/4 компаній обсяг роботи скоротився, причому у багатьох – більш ніж наполовину (рис. 7).

Майже половина опитаних (близько 50%) заявили про повну відсутність фінансових резервів.

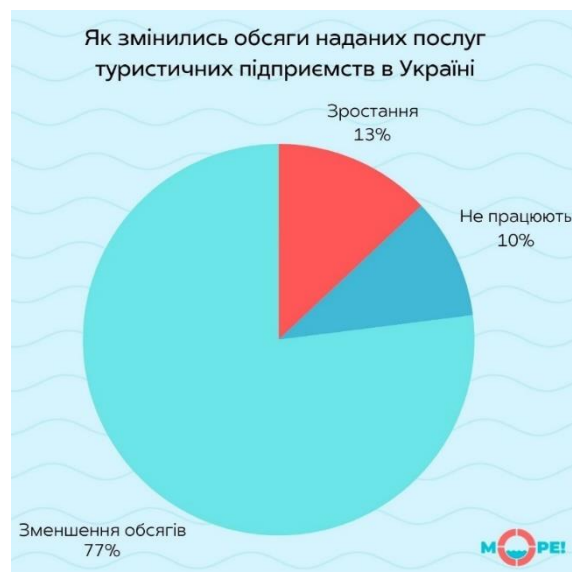


Рис. 7. Обсяги наданих послуг туристичних компаній відповідно до опитування у 2024 році [17]

Респонденти визначили економічну нестабільність як головний виклик, на неї вказав 71% опитаних. Серед інших значних проблем вони назвали питання безпеки та інфраструктурні труднощі. Окрім цього, істотною проблемою став дефіцит кадрів, про що заявили 42% учасників опитування. Це пов'язано з кількома причинами: частина персоналу виїхала за кордон,

деякі працівники змінили сферу діяльності, а в 40% компаній є мобілізовані співробітники [17].

Організація автобусних турів потребує чітко спланованої інфраструктури, яка забезпечить зручність, безпеку та ефективність перевезень.

Вплив стану доріг на автобусний туризм та виклики відновлення інфраструктури в Україні. Стан дорожньої мережі є критично важливим чинником для організації та успішної реалізації автобусних турів в Україні. Від якості дорожнього покриття безпосередньо залежить не лише комфорт та безпека пасажирів, а й загальна економічна ефективність туристичних перевезень.

Внаслідок воєнних дій за даними Міністерства відновлення в Україні було зруйновано 25,4 тис. км доріг та 344 мости й мостові переходи. Прогнозується, що на повну відбудову цієї інфраструктури потрібно від 5 до 20 років.

У той же час, у 2024 році всі кошти з Дорожнього фонду було перерозподілено на оборонні потреби, що створює значні виклики для фінансування дорожньої галузі. Протягом 2024 р. дорожньо-транспортна інфраструктура отримувала фінансування переважно з трьох ключових джерел. Насамперед це були кошти, сформовані доходами державного дорожнього фонду за станом на 1 січня 2024 р., що не були використані у попередні бюджетні роки (2021-2023) [19].

Згідно з дослідженням, збитковість автобусних турів часто зумовлена неякісними дорогами, що змушує пасажирів обирати альтернативні види транспорту або взагалі відмовлятися від подорожей автобусом. Така ситуація призводить до тривалих поїздок і підвищеного ризику аварій. Незадовільний стан доріг ускладнює доступ до багатьох визначних місць, особливо в сільській місцевості, що обмежує можливості для розвитку внутрішнього туризму. Погані дороги є причиною швидшого зносу транспортних засобів, що є причиною збільшення витрат на обслуговування та ремонт автобусів. Це

також впливає на вартість турів для споживачів. Стан доріг в Україні у 2024 році залишається критичним, що негативно впливає на організацію автобусних турів. Обмежене фінансування, значні руйнування та зростання навантаження на інфраструктуру ускладнюють ситуацію. Для покращення умов необхідно залучати додаткові ресурси, зокрема міжнародну допомогу, та впроваджувати ефективні стратегії відновлення дорожньої мережі.

Вплив інфраструктури проживання та харчування на автобусний туризм. Важливою складовою, яка безпосередньо впливає на підготовку та якість автобусних турів, є розвиненість інфраструктури проживання та харчування. Так компанія Ribas Hotels Group, яка спеціалізується на готельному бізнесі, провела серію досліджень готельного ринку України. Результати останнього з них були представлені у «Огляді готельного ринку України 2024» (рис. 8).

РОЗПОДІЛ ДІЮЧИХ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ

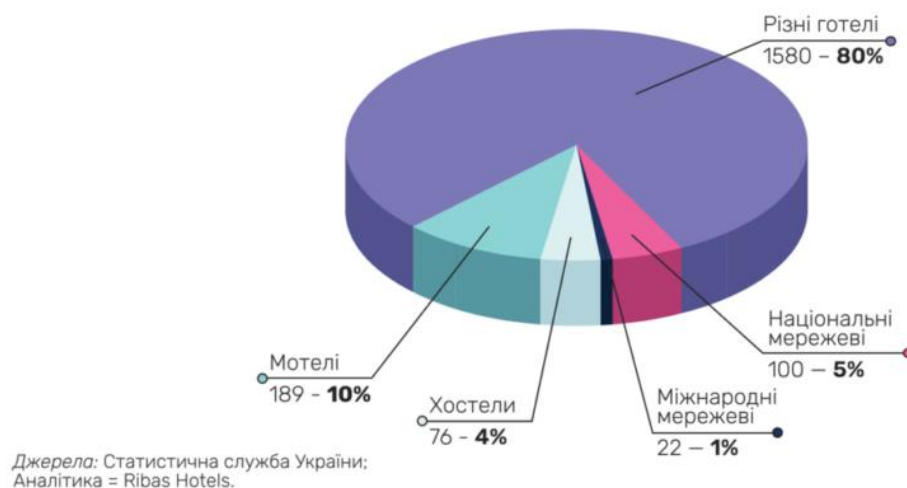
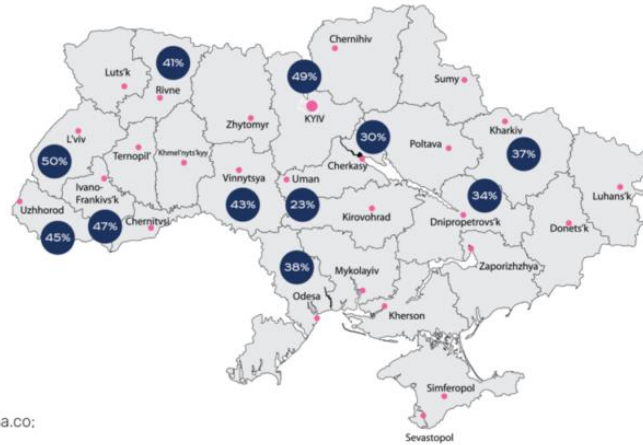


Рис. 8. Аналітика Ribas Hotels за даними Статистичної служби України [20]

У середині 2024 р. в Україні спостерігається стабілізація завантаженості номерного фонду готелів на рівні 34-38%. Водночас, у деяких популярних туристичних регіонах цей показник перевищує 60-70%. Зокрема, це стосується Львівської, Івано-Франківської та Закарпатської областей, де завантаженість

готелів можна порівняти з показниками провідних світових туристичних центрів (рис. 9).

ЗАПОВНЮВАНІСТЬ ГОТЕЛІВ В ДЕЯКИХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ У Q2 2024



Джерело: Готельний агрегатор www.airdna.co;
Узагальнення та аналітика = Ribas Hotels

*Рис. 9. Завантаження номерного фонду у 2024 році
(Аналітика Ribas Hotels) [20]*

Попри численні виклики, туристична сфера України демонструє вражаючу витривалість і має великі перспективи для подальшого розвитку. У період з 2024 по 2026 роки планується реалізація щонайменше 45 нових проєктів готельно-апартаментних комплексів, що додадуть загалом 6 670 номерів. Крім того, передбачається будівництво 108 котеджних містечок готельного типу, які складатимуться із 3 097 будинків. Цей сегмент є одним із найдинамічніших на сьогоднішній день, адже все більше українців вкладають кошти у доходну нерухомість, розглядаючи це як ефективний інструмент примноження своїх заощаджень.

Україна послідовно зміцнює свої позиції на міжнародному туристичному ринку, створюючи міцну основу для відновлення галузі після завершення воєнних дій. Дослідження підтверджують, що готельний ринок країни, незважаючи на випробування війною та пандемією, зберігає високу стійкість і має значний потенціал для подальшого зростання. Станом на середину 2024 року в Україні працює 2017 готелів, проте загальна кількість

номерів поки що не відповідає очікуваному попиту. Якщо не збільшити наявний номерний фонд принаймні на 30-40%, він не зможе задовольнити потреби туристів, що зростають [20].

Отже, попри значні руйнування інфраструктури та економічну нестабільність, українська туристична галузь, зокрема автобусний туризм, демонструє стійкість та адаптивність. Для подальшого успішного розвитку необхідне системне вирішення проблем з дорожньою інфраструктурою та кадровим забезпеченням, а також підтримка інвестицій у розвиток об'єктів розміщення. Розвиток автобусного туризму неможливий без відновлення доріг, сучасних автостанцій, безпеки на маршрутах, а також створення комфортних умов для проживання та харчування туристів у регіонах, що поки залишаються "білими плямами" на туристичній карті України.

2.3. Проблеми розвитку автобусного туризму і рекомендації для їх вирішення

Автобусні подорожі – це більше, ніж логістика і це не лише подорожі, а й інвестиція у місцеву економіку, культуру та ідентичність. Автобусні тури в Україні залишаються популярним видом подорожей, особливо в умовах обмеженого авіасполучення. Однак цей сегмент туризму стикається з низкою проблем, які впливають на якість та привабливість таких подорожей:

1) *Війна*. Через повномасштабне вторгнення російських військ та окупацію багато туристичних маршрутів стали недоступними або небезпечними. Це призвело до зменшення попиту на автобусні тури та втрати доходів. Туристичні компанії змушені адаптуватися до нових реалій, зокрема, розробляючи маршрути, які враховують безпекову ситуацію в регіонах. Крім того, через порушену логістику, обмеження, накладені воєнним станом, зростання цін на паливо, девальвацію гривні, комендантську годину ускладнюється організація автобусних турів.

2) *Якість доріг*. Тип і якість дорожньо-транспортної інфраструктури має вирішальне значення для автобусних перевезень. Навіть найрозкішніші автобуси з елітним інтер'єром і екстер'єром не можуть забезпечити комфорт, якщо дороги всіяні вибоїнами або погано виглядають. Гладкі та добре спроектовані дороги значно покращують враження від подорожі та зменшують знос транспортного засобу, сприяючи кращій ефективності та задоволенню клієнтів.

3) *Технічні несправності*. Хоча сучасні автобуси стають дедалі надійнішими, ймовірність поломок все ще існує та може вплинути на розклад руху та комфорт поїздки. Щоб мінімізувати ризики, необхідно впроваджувати регулярне технічне обслуговування транспортних засобів, ретельно перевіряти їх перед кожною поїздкою, забезпечити наявність аварійного плану дій у разі поломки, а також мати на зв'язку резервний транспорт. Важливо також навчати водіїв та супроводжуючий персонал алгоритмам дій у надзвичайних ситуаціях для швидкого реагування й забезпечення безпеки пасажирів. Важливо розширювати регулярну мережу автобусних зупинок, паркувальних майданчиків, місць для відпочинку водіїв та пасажирів, а також доступ до об'єктів сервісу (заправки, санітарні вузли, пункти техобслуговування).

4) *Екологічні аспекти*. Недотримання стандартів екологічності для автопарків - застарілі автобуси часто не відповідають сучасним екологічним стандартам і мають високий рівень викидів. Більшість з них досі використовують дизельне паливо, яке має вищий рівень викидів оксидів азоту.

4) *Інфраструктурні обмеження*. Відсутність зупинок для автобусів та санітарних зон у багатьох регіонах ускладнює комфортне пересування туристів. Багато готелів, особливо в центральних частинах міст, зайняті або недоступні, тому туристичні групи змушені зупинятися на околицях, що може знижувати якість обслуговування. Деякі послуги в готелях можуть оплачуватися додатково, що викликає незадоволення туристів.

5) *Кваліфіковані кадри*. Недостатньо кваліфіковані працівники (водії, гіді, екскурсоводи) є одним із головних викликів для туристичних компаній. Пошук і навчання відповідного персоналу є ключовим фактором для забезпечення безперебійної роботи та позитивного досвіду туристів.

6) *Інформаційне забезпечення*. Відсутність актуальної, доступної та достовірної інформації про маршрути, графіки, умови подорожі, туристичні об'єкти або наявні послуги може суттєво знизити якість туристичного обслуговування. Для ефективної організації автобусного туризму необхідно створити сучасні системи інформування – вебсайти, мобільні додатки, інтерактивні карти та довідкові матеріали. Інформаційна підтримка має бути багато- та одноканальною, адаптованою для різних категорій туристів, у тому числі іноземних. Це сприяє підвищенню поінформованості клієнтів, покращує сервіс і зміцнює довіру до туристичної компанії.

7) *Законодавче регулювання автобусних турів*. Часто туристична фірма не володіє власним транспортом, а замовляє автобус у сторонньої компанії. У разі форс- мажорних ситуацій законом не визначена відповідальність між туроператором і перевізником. Немає вимоги до спеціального ліцензування автобусів саме для туризму. Хоча перевізники зобов'язані мати ліцензію (ЗУ «Про автомобільний транспорт», Постанова КМУ №1001), контроль на практиці слабкий. Часто дрібні компанії працюють "в тіні", без належного оформлення, маршрутів, страхування пасажирів. Це створює недобросовісну конкуренцію і ризики для туристів. Проблема полягає у слабкому контролі з боку Державної служби з безпеки на транспорті. Відсутні стимули для використання екологічного транспорту або для компенсації викидів. Екотуризм досі майже не врегульований юридично — це радше ентузіазм окремих компаній. Можливість запровадження "зелених" податкових пільг або грантів для туристичних фірм лишається нереалізованою.

В цілому, попри наявність певних труднощів, сучасні туроператори володіють широкі можливостями для організації автобусних турів, що враховують запити і вподобання сучасних мандрівників. Завдяки

використанню технологічних інновацій, персоналізованому підходу та акценту на екологічність, вони сприяють розвитку й популяризації цього виду подорожей, роблячи їх більш доступними та привабливими для широкої аудиторії туристів.

Рекомендації для вдосконалення та розвитку автобусного туризму в Україні включають наступні аспекти.

- Вдосконалення дорожнього покриття з покращенням стандартів проєктування і контролю за виконанням робіт. Збільшення частки довгострокового планування дорожніх робіт (не лише «латання ям») та чіткий розподіл Дорожнього фонду з пріоритетом на туристичні та міжобласні напрямки. Наприклад, державна ініціатива "Велике будівництво" (2020–2022) продемонструвало потенціал швидкого оновлення інфраструктури за умови достатнього фінансування та контролю.

- Облаштування інфраструктури - розширення узбіч та створення безпечних кишень для зупинок (особливо в гірських або сільських районах).

- Створення онлайн-карт стану доріг туристичного значення, щоб туроператори могли планувати маршрути ефективніше. Залучення турбізнесу до громадського контролю за ремонтом доріг.

- Оснащеність автобусів найсучаснішими електронними системами допомоги водієві, що підвищують рівень безпеки - система курсової стійкості, система аварійного гальмування, система контролю смуги, адаптивна система круїз-контролю, світлові датчики, габаритні ліхтарі. Водії - це висококваліфіковані фахівці в галузі перевезень, що регулярно проходять курси з безпеки на дорозі та вміють правильно реагувати на різні ситуації, які можуть виникнути на дорозі. На нічних рейсах мають працювати два водія, які періодично змінюють один одного. Водії таких рейсів проходять додаткове спеціальне навчання для роботи на нічних маршрутах. За допомогою системи GPS-моніторингу можливо відстежувати місце знаходження автобусів, а також визначити, скільки часу водій провів за кермом, а скільки - відпочивав. Обов'язкове використання ременів безпеки. Для безпеки юних пасажирів крім

ременів безпеки під час подорожі автобусом також необхідно використовувати відповідне віку дитини дитяче автокрісло.

- Екологізація автобусних турів - це не тільки про довкілля, а й про якість сервісу, репутацію та конкурентоспроможність фірми. Це може бути сильним маркетинговим аргументом. Рекомендовано використовувати автобуси Євро-5 і вище (Євро-6 - в ідеалі), а для автобусних екскурсій в містах поступово переходити на гібридні або електричні автобуси. Можливо незабаром електричні автобуси будуть домінувати на наших дорогах, а зарядна інфраструктура буде бездоганно обладнана, щоб зробити майбутнє чистішим і екологічнішим. Існує необхідність оптимізації маршрутів для зменшення пробігу й уникнення заторів, а отже і менше витрати пального. Крім того важлива підтримка держави в міжнародних ініціативах. Так, 11 грудня 2019 року у Європейському парламенті було представлено Європейський Зелений Курс (ЄЗК), який визначає курс на досягнення кліматичної нейтральності в Європі до 2050 року. Одним з основних напрямків є сталий та “розумний” транспорт - модернізація транспортних засобів та інфраструктури задля зменшення викидів в атмосферу. Це дозволить інтеграцію екологічних стандартів ЄС у національне законодавство і стимулює інвестиції в екологічні технології та автотransпортні засоби. Активна участь держави також закріплена у «Національній транспортній стратегії України до 2030 року» від 30 травня 2018 року, що включає такі напрями, як зменшення впливу транспорту на довкілля шляхом впровадження енергоефективних технологій та альтернативних видів пального і модернізацію транспортної інфраструктури для забезпечення сталого розвитку та її інтеграції до європейської транспортної мережі.

- Підтримка місцевих громад - переорієнтація автобусного туризму з комерційних точок (великі маркети, АЗС) на локальні садиби, ремісничі майстерні або малі фермерські господарства може створити нову якість туристичного досвіду. Громади пропонують власні маршрути для туropераторів з конкретними зупинками біля садиб, музеїв, майстерень,

виноробень. Для цього місцева влада або державні програми мають підтримати тих, хто залучає віддалені села, а не лише комерційні магістралі через зниження туристичного збору, гранти на логістику чи інфраструктуру(місце паркування, санвузол, альтанки, зарядні станції маленький магазинчик, тощо). Це все заохотить туристів придбати локальні продукти, прийняти участь у місцевих майстер-класах, провести ночівлю в садибах, а не готелях. Прикладом є село Галицького району в Івано-Франківській області, де автобуси зупинялися біля кав'ярні поряд з дорогою. Місцеві жителі проводили кулінарні майстер класи, відвідували художні майстерні, де виготовляють ляльки-мотанки. Це давало можливість громаді зберегти автентичність і підтримати економіку. А самою головною перевагою в такому підході є, що турист не просто "проїжджає повз", а залишається з відчуттям дотику до чогось справжнього - до історії місцевості з перших уст.

- Сервіс в готелях та харчування. Якщо ми говоримо про автобусний тур із зупинками в локальних громадах, то готелі та харчування - це не лише зручність, а частина культурного досвіду. Тож варто розглядати готелі не просто як "місце для сну", а як важливу складову турпродукту, що формує враження. Можемо рекомендувати співпрацювати туристичним компаніям не тільки з великими готельними мережами, а й з етноготелями, зеленими садибами, місцевими хостелами. Номер може бути простим, але з локальним декором: вишивка, глиняні горнятка, народні орнаменти, вироби місцевих майстрів. У кожному номері може бути буклет з інформацією про село/громаду, QR-код з посиланням на місцеві маршрути, цікаві туристичні локації, мапа, словничок місцевого діалекту. Крім того, має бути місце для зупинки великого автобуса і можливість раннього поселення/пізнього виселення, адже графіки можуть бути щільні. В харчуванні було б добре робити ставку на локальну кухню з використанням місцевих продуктів. Зазвичай в автобусному турі туристи мають обмежений час, тому важливо мати можливість передзамовлення харчування для груп і фіксоване меню з 2-3 варіантами, оскільки все більше людей звертають увагу на харчування.

- Підвищення кваліфікації персоналу: професійність водія, екскурсовода і керівника групи можуть перетворити навіть простий маршрут на подорож, яку запам'ятають надовго. Необхідно проводити курси або тренінги з емоційного інтелекту, лідерства, кризового менеджменту, організовувати зустрічі, форуми, обміни досвідом між представниками туристичного сектору з різних регіонів. Крім того, активну участь мають приймати студенти профільної направленості в пікові сезони і місцеві підприємці. Вони ніби “оживлюють” регіон і їх можна залучити до підготовки кадрів і маршрутів. Важливим інструментом є знання іноземної мови для туристичних груп з іншої країни.

- Технології в автобусному туризмі — це необхідність, якщо хочемо зробити тур комфортним, інтерактивним і сучасним. Вони допомагають покращити логістику, просувати локальні бренди й навіть збирати зворотній зв'язок для розвитку маршрутів. З огляду на технічний розвиток і зміну вподобань мандрівників, можливості впровадження нових автобусних турів із застосуванням сучасних технологій виглядають надзвичайно широкими. Інноваційні маршрути, що включають мультимедійні засоби, можуть стати важливим елементом оновленого формату таких подорожей. Однією з цікавих ідей є використання віртуальної реальності (VR) під час туру, що відкриває нові можливості для туристів — зокрема, глибше занурення в історичний і культурний контекст відвідуваних місць. Можна створити додаток з маршрутом автобуса, зупинками, часом прибуття, навіть порадами на кожній локації. В автобусах - екрани з картами, інформацією про місця, де зараз проїжджаєш.

- Державна політика повинна спрямовуватися на просування туристичного бренду країни у світі і розвиток внутрішнього туризму та підвищення якості вітчизняного туристичного продукту і його конкурентоспроможності задля залучення більшої кількості туристів. Реалізовувати проєкти, спрямовані на посилення та збагачення туристичної галузі країни і орієнтуватися на створенні інноваційних туристичних

маршрутів, сприяти економічному зростанню регіонів та підтримувати місцеві ініціативи. Для розвитку автобусних турів потрібне значне вкладення державних коштів і залучення міжнародних інвестицій. Держава має просувати у внутрішньому туризмі не лише великі міста, але й маленькі села. Наприклад, створити державну "Мапу гостинних громад", де будуть позначені цікаві локації, які відкриті до автобусних турів. Важливо організовувати фонди підтримки локального туризму - невеликі цільові гранти для садиб, гідів, майстерень, які хочуть приймати туристичні групи. Субсидії на облаштування інфраструктури: майданчики для автобусів, вивіски, туалети, освітлення туристичних маршрутів. Має бути знижене податкове навантаження на підприємства, які працюють у сфері прийому туристів. Необхідно знайти вирішення проблеми відсутності взаємодії між державними структурами, які приймають рішення в області пасажироперевезень і туристичних компаній.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО АВТОБУСНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Популярні напрямки та тенденції внутрішнього автобусного туризму в Україні

Державне агентство розвитку туризму України у 2024 році представило оновлений перелік «Туристичних магнітів України». Цей список є важливим інструментом для популяризації внутрішнього туризму, що включають 204 визначні туристичні локації, які охоплюють всі 25 регіонів країни, зокрема й тимчасово окупований Крим. Таке комплексне представлення підкреслює багатство та різноманітність туристичного потенціалу України. Розподіл цих "магнітів" за регіонами дає чітке уявлення про концентрацію туристичних ресурсів у різних частинах країни. Західні регіони є безумовними лідерами за кількістю туристичних об'єктів. У семи західних областях, зосереджено 78 об'єктів культурної, релігійної та історичної спадщини. Цей регіон вирізняється найбільшою концентрацією унікальних історичних та природних пам'яток, що робить його привабливим для різноманітних екскурсійних програм. У п'ятих центральних областях країни розташовано 40 туристично привабливих дестинацій. Серед них особливо виділяються вісім заповідників та національних природних парків, що свідчить про значний потенціал для екотуризму та відпочинку на природі в центрі України. Чотири південні регіони, разом із Кримом, мають 38 туристичних магнітів. Ці об'єкти переважно представлені культурно-туристичними локаціями та унікальними природними пам'ятками, які історично приваблювали мандрівників своїми ландшафтами та спадщиною. На Півночі країни зосереджено 29 привабливих для туристів дестинацій. Тут перш за все йдеться про значну кількість заповідників та природних об'єктів, що створюють можливості для екологічного та історичного туризму. Нажаль, у трьох східних областях, які наразі є частково окупованими та перебувають під постійними обстрілами,

налічується 19 туристичних магнітів. Їхнє включення до списку підкреслює значущість цих локацій для України, попри тимчасову недоступність та безпекові ризики. Цей оновлений перелік "туристичних магнітів" є важливою основою для розробки нових маршрутів та стратегій розвитку туризму в Україні, дозволяючи більш цілеспрямовано використовувати її багату культурну та природну спадщину (рис. 10) [21].



Рис. 10. Туристичні магніти України. ДАРТ

Дослідження літнього відпочинку в Україні, проведене у 2024 році дослідницькою компанією Gradus на замовлення Ribas Hotels Group, розкрило ключові тенденції та пріоритети українців щодо подорожей в умовах воєнного стану. Опитування показало, що переважна більшість респондентів (85%) позитивно ставиться до відпочинку в межах України в умовах воєнного стану. Це свідчить про високий рівень довіри та бажання підтримувати внутрішній туризм. Водночас, відпочинок за кордоном під час війни позитивно оцінюють дещо менше опитаних (66%). Серед найважливіших заходів безпеки, які мають бути у місцях відпочинку під час війни, українці найчастіше називали: укриття, бункери поблизу готелів/туристичних об'єктів (75%), запаси на випадок екстрених ситуацій (64%), системи екстреної комунікації та сповіщення (62%), інформування гостей про заходи безпеки (60%), плани евакуації (59%) навчання персоналу навичкам першої медичної допомоги

(57%), навчання персоналу евакуації у разі надзвичайної ситуації (56%). Ці дані підкреслюють зростаючу потребу в посиленні заходів безпеки та інформованості туристів. Найпопулярнішим місцем для відпочинку залишається сімейний готель, який обирали як для минулої відпустки (29%), так і для запланованої на 2024 рік (30%). Серед регіонів, де респонденти відпочивали минулого разу, лідерами стали Закарпаття (12%) та Львівська область (11%). На літо 2024 року українці найчастіше планують відпочивати у Львові (12%), Закарпатті (12%), Одесі (11%) та Карпатах (10%). Ключовими критеріями вибору населеного пункту для відпочинку виділяються такі аспекти: природне середовище, вигідна ціна, безпека.

Методологія дослідження: чоловіки та жінки віком 18-55 років, які проживають в Україні, у містах з населенням 50 тис. і більше, мають середній або вищий дохід, мали досвід відпочинку протягом останніх трьох років та не відхиляють можливість відпочинку влітку 2024 року [22].

Отже, найбільш привабливими напрямками для автобусних турів є західні області, зокрема Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька та Закарпатська, які мають розвинену готельну і транспортну інфраструктуру та високий рівень безпеки. У містах: багато готелів, закладів харчування, пам'яток – усе це слугує туристичними магнітами. Ще один з найпопулярніших напрямків одноденні автобусні тури по центральній Україні. Одноденні тури та екскурсії по Україні самий простий і зручний спосіб познайомитися з історією, культурою та архітектурними пам'ятками нашої країни (рис. 11).

Південні регіони – це здебільшого автобусні тури до Одеси з відпочинком на морі і авторськими екскурсіями по місту. Східні області наразі обмежені для масового автобусного туризму через безпекову ситуацію. Туроператори України вже зараз задають напрямок для майбутнього розвитку автобусних турів. Розробляють нові маршрути, впроваджують інновації і співпрацюють з міжнародними партнерами.

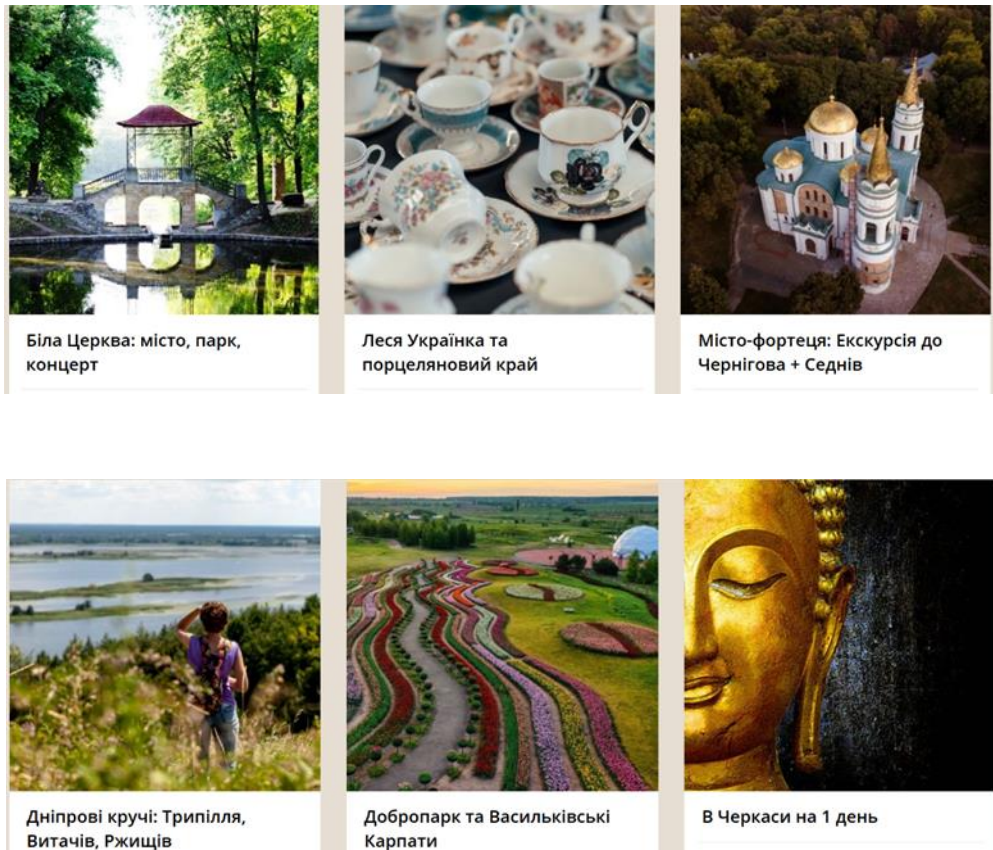


Рис. 11. *Приклади одноденних автобусних турів
(туроператор Kraina UA)*

Таким чином, попри виклики, які постали перед Україною через повномасштабну війну, туристична галузь демонструє здатність адаптуватися, відновлюватися й навіть розвиватися. Внутрішній туризм, зокрема автобусні подорожі, став не лише економічною опорою, а й способом психологічного відновлення для багатьох громадян. Гнучкість маршрутів, цінова доступність та інноваційність туроператорів дозволяють українцям відкривати нові місця в Україні. Це свідчить про життєстійкість автобусних турів та їх вагомий внесок у підтримку економіки й морального духу української нації в часи війни.

3.2. Потенціал культурної спадщини у розвитку автобусного туризму та розробка нових маршрутів

Мережа знань НТО (Національна туристична організація України) визначає головну тему 2025 року: «Рік збереження культурної спадщини». У 2025 році, попри труднощі війни, збереження національної культурної спадщини набуває особливої важливості. Вона є символом нашої ідентичності, зв'язком із минулим і надією на майбутнє. Відновлення і охорона культурних пам'яток стане основою для відродження туризму після перемоги, збереження духовної сили та єдності, які поведуть Україну до миру і процвітання [24].

«Аналітичне дослідження втрат туристичної індустрії від війни в Україні», яке було створене групою провідних експертів Державного торговельно-економічного університету (Київ) на замовлення Національної туристичної організації України, виявило глибокі втрати та суттєві виклики, з якими зіткнулася вся сфера гостинності [25].

За період з 24 лютого 2022 року по 25 серпня 2023 року в Україні було пошкоджено або повністю зруйновано 823 об'єкти культурної спадщини. Серед них: 109 об'єктів мали національного значення, 650 об'єктів були місцевого значення, 64 об'єкти були щойно виявленими пам'ятками. Пам'ятки культурної спадщини, які пошкоджені або зруйновані по областях представлені на таблиці 5.

Регіони, які зазнали руйнівного впливу воєнних дій, потребують всебічного відновлення основних елементів транспортної, сервісної та управлінської інфраструктури. Лише після реалізації комплексу заходів із відбудови ці території зможуть стати основою для активного розвитку туристичної галузі. Одним із важливих завдань є створення системи стимулів для повернення фахових працівників у сферу послуг, які мають потенціал бути залученими до туристичного обслуговування. Відновлення зруйнованої інфраструктури та залучення інвестицій у створення нових туристичних локацій, що відповідатимуть сучасним потребам суспільства, є критично

важливим етапом у процесі розвитку туристичного сектору. Наявна відсутність такої інфраструктури наразі значно гальмує повноцінне функціонування й зростання туризму [25].

Таблиця 5

Пошкоджені або зруйновані пам'ятки України по областях [26]

<i>Область</i>	<i>Загальна кількість пошкоджених/зруйнованих пам'яток</i>	<i>Національного значення</i>	<i>Місцевого значення</i>	<i>Щойно виявлених об'єктів культурної спадщини</i>	<i>Райони з пошкодженнями (кількість об'єктів)</i>
Харківська	207	10	193	4	Богодухівський (4); Ізюмський (14); Красноградський (2); Лозівський (1); Харківський (172); Чугуївський (14)
Донецька	111	12	99	0	Краматорський (36); Маріупольський (26); Бахмутський (28); Покровський (17); Волноваський (4)
Одеська	103	18	85	0	Білгород-Дністровський (1); Одеський (68); Ізмайльський (1)
Херсонська	80	12	43	25	Бериславський (10); Білозерський (2); Каховський (32); Херсонський (36)
Чернігівська	70	27	37	6	Чернігівський (63); Корюківський (1); Новгород-Сіверський (2); Ніжинський (3); Прилуцький (1)
Київська	69	16	37	16	Білоцерківський (1); Броварський (5); Бучанський (14); Вишгородський (6); місто Київ (43)
Запорізька	35	0	35	0	Василівський (12); Запорізький (12); Пологівський (10); Мелітопольський (1)
Львівська	33	2	31	0	Золочівський (1); Стрийський (1); Франківський (29); Галицький (2)
Дніпропетровська	28	1	21	6	Дніпровський (15); Криворізький (1); Нікопольський (12)
Сумська	25	5	20	0	Конотопський (5); Охтирський (12); Сумський (7); Шосткинський (1)
Луганська	25	0	25	0	Сватівський (5); Сєверодонецький (18); Щастинський (2)
Миколаївська	22	3	15	4	Миколаївський (22)
Хмельницька	9	1	4	3	Шепетівський (1); Хмельницький (8)
Вінницька	4	1	3	0	Вінницький (4)
Житомирська	2	1	1	0	Коростенський (2)

30 січня 2024 року в Києві відбувся спеціальний показ другого сезону історико-документального циклу «Українські палаци. Золота доба». Над проєктом працювала команда Акіма Галімова продюсера, автора та ведучого програми «Реальна історія», за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID).

Документальний цикл має на меті висвітлити життєвий шлях та діяльність власників українських палаців як тих, що збереглися до нашого часу, так і тих, які були знищені протягом драматичних подій XX століття. Разом із фахівцями з історії, архітекторами 3D-реконструкцій та експертами з візуальних ефектів (VFX) команда прагне відтворити зовнішній вигляд і внутрішнє оформлення втрачених маєтків, а також оживити їхню історію, яку свого часу намагалася стерти радянська влада.

Як зазначив Акім Галімов палаци - це своєрідні двері в минуле, крізь які можна розповідати про долі людей і збережені реліквії. Корі Джонстон, спеціаліст з розвитку демократії Відділу програм із демократії та врядування Місії USAID в Україні, додала: «Майже через два роки після початку повномасштабного вторгнення Росії ми бачимо, що одна з її тактик полягає у применшенні української ідентичності — це частина гібридної війни. Цей проєкт демонструє здатність українців відновлювати те, що було зруйновано війною» [27].

Перший сезон «Українських палаців» був створений ще в період мирного життя. Хоча глядачі побачили його вже після початку повномасштабної агресії, сам проєкт знімали ще до російського вторгнення. Його основною метою було розважити аудиторію, популяризувати внутрішній туризм і водночас привернути увагу до критичного стану, в якому перебуває значна частина історичних пам'яток України.

Натомість другий сезон — «Українські палаци. Золота доба-2» — занурився глибше в сутність теми. Через історії давніх маєтків Акім Галімов розкрив місце України в контексті світової історії, показав значення спадкоємності поколінь у формуванні української національної ідентичності,

а також продемонстрував руйнівний вплив Росії на українську історичну пам'ять [28].

Документальний цикл виявився сучасним відеогідом старовинними українськими палацами і потужною рекламою внутрішнього туризму. «Палади. Золота доба» показано як добре збережені, туристично привабливі маєтки, так і ті, що занепали або потребують реставрації. Досліджуючи інтернет - джерела та документальні матеріали, я виявила чимало палаців і замків, які не входять до популярних туристичних маршрутів, проте мають значну культурну та архітектурну цінність. Їхній стан критичний, а інформація - обмежена, що робить їх ще більш важливими для вивчення й популяризації. Нашою метою показати зруйновані палади, замки і маєтки, як частину культурної спадщини, яку ми можемо втратити остаточно без належної уваги. Ці перспективні туристичні локації загубилися в часі: вони не мають гучної реклами, але зберігають дух епохи, історії старовинних родів, таємниці, які оживають під час подорожі.

Для дослідження було обрано найбільш цікаві об'єкти з точки зору їх включення в популярні автобусні тури.

1) *Чернелицький замок* розташований у селищі Чернелиця на Прикарпатті, в Івано-Франківській області. Сьогодні це залишки фортифікаційної споруди XV століття. Сам замок був зведений у 1659 році польським магнатом українського походження Михайлом-Юрієм Чарторийським. Ім'я архітектора, який спроектував і збудував замок, досі залишається невідомим.

У радянську добу поблизу замку функціонувала лікарня, окремі корпуси якої розташовувались впритул до старовинних стін. Після здобуття Україною незалежності медичний заклад було перенесено, а сам замок опинився наодинці з процесами природного руйнування. Нині Чернелицький замок має статус пам'ятки архітектури національного значення. Він безумовно заслуговує на збереження, увагу держави та активний туристичний інтерес.

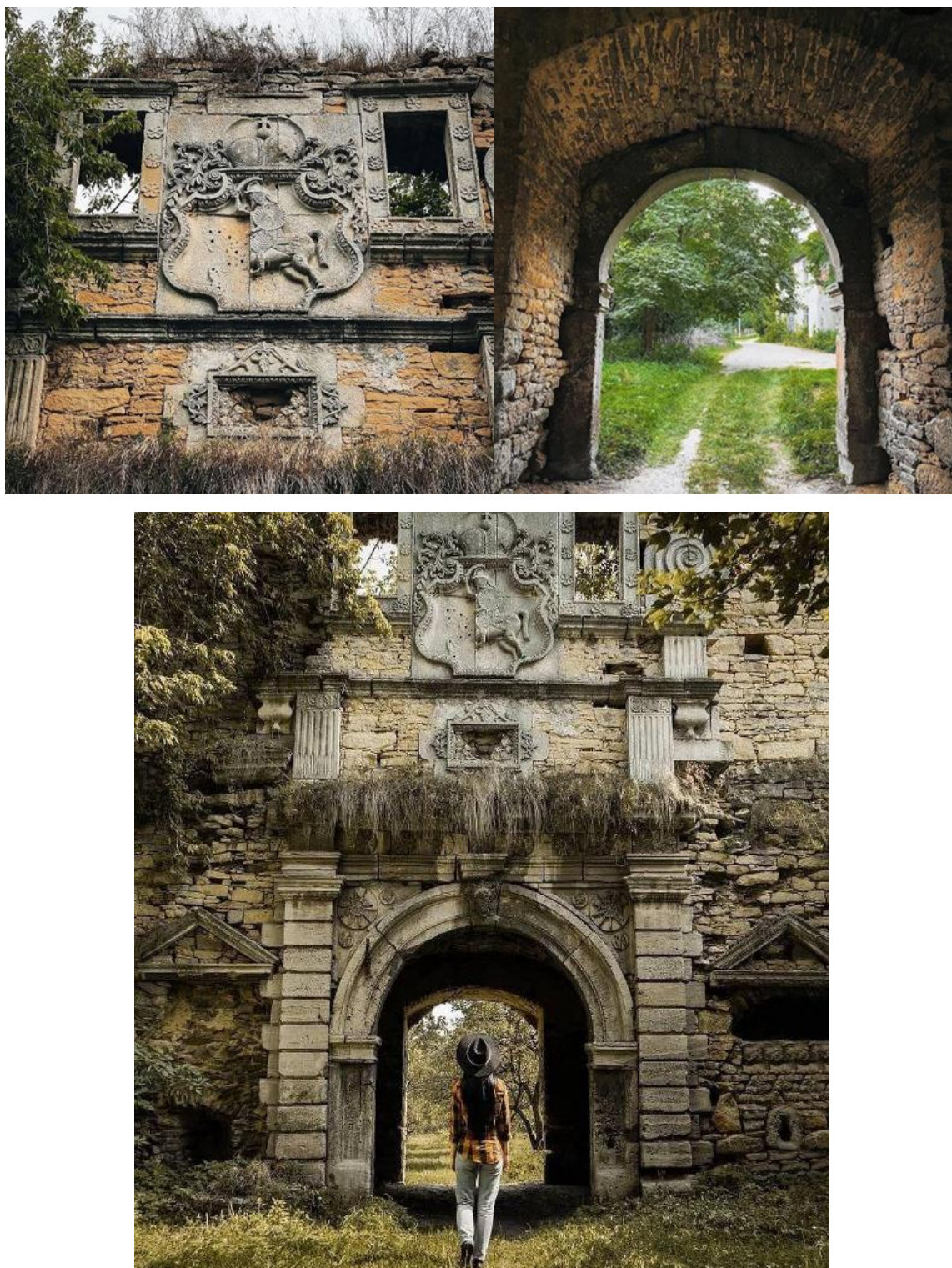


Рис. 12. Руїни Чернелицького замку

2) Палацовий ансамбль князів Сангушків, збудований у стилі бароко протягом 1754–1770 років у м. Ізяслав Хмельницької області. Над проєктом працювали відомі архітектори Паоло Фонтана та Якуб Фонтана. До цього палацу було прибудовано подвір'я, яке з'єднало його з палацом князів

Заславських — попередніх володарів міста — та з залишками Новозаславського замку, зведеного у 1624 році й реконструйованого у 1720–1730-х роках. Таким чином, було сформовано єдиний архітектурний комплекс. На жаль, нині ці історичні споруди перебувають у занедбаному стані (рис. 13, 14).

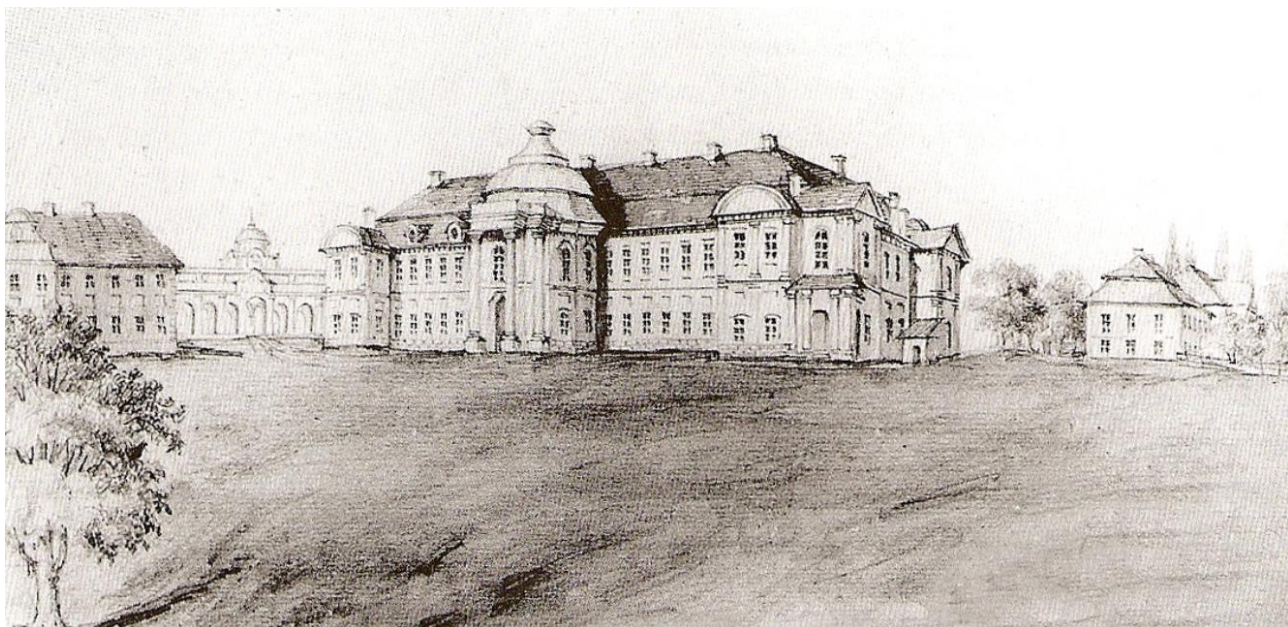


Рис. 13. Наполеон Орда. Палац князів Сангушків. 1872 рік



Рис. 14. Палац Сангушків 2023 рік

3) *Тартаківський замок* розташований у селі Тартаків, що знаходиться всього за 90 км від Львова. Наприкінці XIX століття, на місці залишків давнього замку було зведено новий палац за фінансової підтримки тодішнього власника маєтку Збігнева Лянцкоронського, представника відомого польського шляхетського роду Лянцкоронських (Lanckoroński). Двоповерхова цегляна будівля з ризалітом та балконом була спроектована у стилі французького неobaroko львівським архітектором Вінцентом Равським (молодшим). У процесі реконструкції Лянцкоронські не лише оновили залишки старого замку, а й спорудили нову будівлю за архітектурою паризького «Casino de Paris» у Монако. У палаці було багато металевих і кованих декоративних елементів, а на підлозі плитка виробництва фірми Barta & Tichu. Споруда була розміщена у старовинному парку XV століття (рис. 15-16).

Після Збігнева Лянцкоронського палац переходить у власність Марії Едер з родини Станек (яка померла у 1932 році), а з серпня 1919 року до Марії Урбанської, племінниці Лянцкоронського, яка стала останньою власницею маєтку.

У 1996 році трапилась масштабна пожежа, яка знищила значну частину даху та внутрішнє оздоблення палацу. Відтоді споруда фактично перетворилася на руїну (рис. 18).



Рис. 15. Інтер'єр Тартаківського палацу. Кольори штучні



Рис. 16. Сходи та поручні другого поверху палацу, початок XX століття. Кольори штучні



Рис. 17. Башта Тартаківського палацу. Фото до 1939 року. Національний цифровий архів Польщі (NAC). Кольори штучні

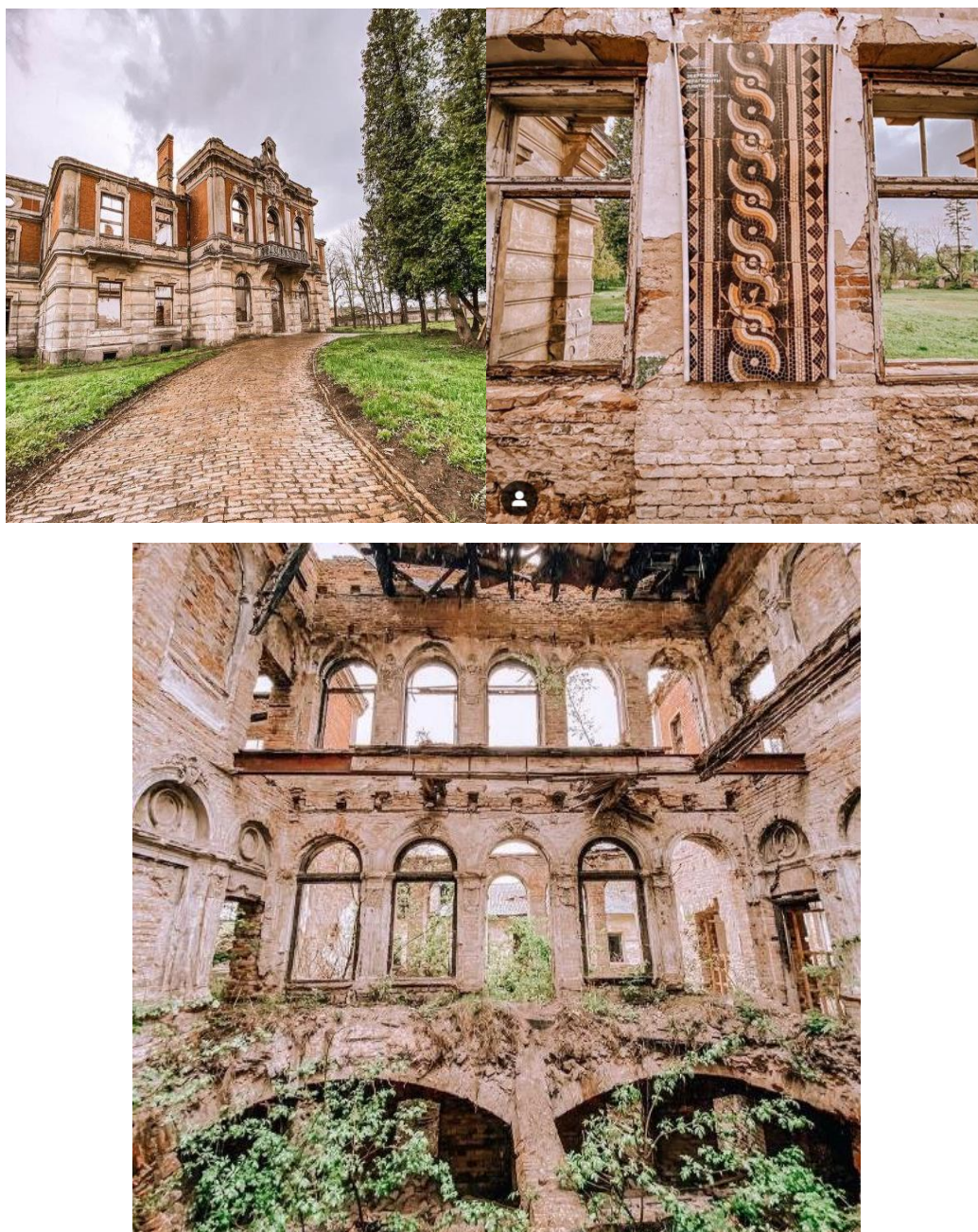


Рис. 18. Стан Тартаківського палацу зараз

4) Залишки Червоноградського замку розташовані на півдні Тернопільської області, у селі Нирків. У минулому Червоногородський замок виконував функцію фортифікаційної споруди, охороняючи місто Червоногород — адміністративний центр колишнього однойменного князівства. Свого часу тут існували мурований замок, а згодом палац. Проте з плином історії як місто, так і замок зазнали значних руйнувань, що призвело до їх майже повного зникнення з історичної та географічної мапи України. Ці

архітектурні залишки становлять вагомий історико-культурний ресурс і є об'єктом наукового інтересу та потенційної туристичної привабливості.

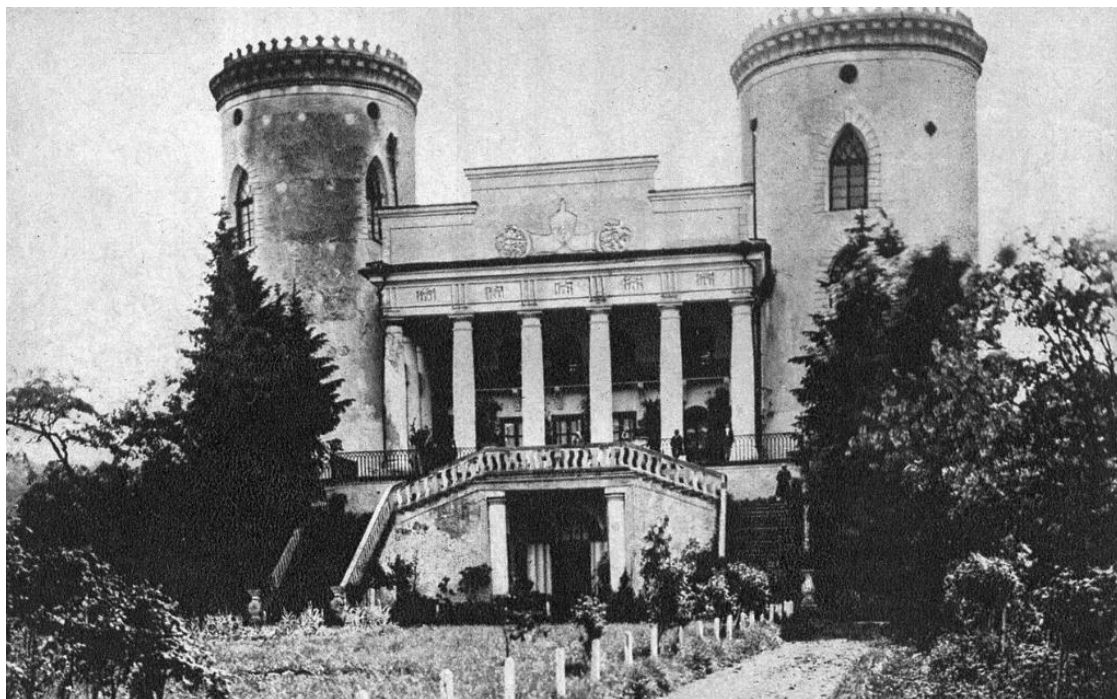


Рис. 19. Замок у 1920 році



Рис. 20. Замок у 1930 рік



Рис. 21. Залишки Червоноградського замку

5) *Невицький замок* розташований у селі Кам'яниця Закарпатської області. Згідно з дослідженнями істориків та археологів, ймовірною датою заснування замку вважається період між XII і XIII століттями.

На межі XV–XVI століть замок зазнав масштабної перебудови, в результаті чого набув тих форм, які частково збереглися до сьогодні. Дерев'яні елементи були замінені кам'яними, внутрішній інтер'єр фортифікацій відповідав стилістичним особливостям європейської архітектури свого часу, а площу самої фортеці та її оборонних укріплень було значно розширено — майже вдвічі.

На сьогодні замок представлений залишками фортифікаційної структури: кам'яними оборонними мурами, які формують серпантин, та двома вартовими вежами донжонного типу. Ці вежі частково відновлені — зокрема, мають дерев'яні дахи та віконні прорізи.



Рис. 22. Невицький замок 2023 рік

6) *Палац Остен-Сакен* розташований у селі Мироцьке, Київської області та датується першою половиною XIX століття, нині перебуває у вкрай занедбаному стані. Протягом свого існування споруда неодноразово змінювала власників, що позначилося на її архітектурному та функціональному образі. У радянський період у будівлі функціонували різні установи: дитячий садок, клуб, а також сільська рада.

У 2000 році внаслідок масштабної пожежі було повністю знищено внутрішнє оздоблення палацу, включаючи автентичні меблі та історичні експонати. Відтоді архітектурний об'єкт фактично перетворився на руїну.



Рис. 23. Палац Остен-Сакен

Палац Залеського (Браницьких) збудований Станіславом Залеським в стилі раннього класицизму знаходиться в селі Руде село, Київської області. В середині XIX ст. його дещо перебудували, а в радянські часи зробили там робочу їдальню місцевої "Сільгосптехніки". На початку 1990-х років палац катастрофічно постраждав від пожежі, яка знищила багато елементів декору і нічого не залишила від внутрішнього оздоблення. Зараз, як і більшість культурних пам'яток України, він має вигляд руїн.



Рис. 24. Палац Залеського (Браницьких) 2023 рік

Таблиця 6

Об'єкти дослідження: замки та їх основні характеристики

<i>Назва об'єкта</i>	<i>Розташування</i>	<i>Стан</i>	<i>Доступність</i>
Чернелицький замок	Селище Чернелиця, Івано-Франківська область	Руйнується, пам'ятка національного значення	Доступний для огляду
Палац князів Сангушків	м. Ізяслав, Хмельницька область	Занедбаний стан	Доступний для огляду
Тартаківський замок	Село Тартаків, Львівська область	Фактично руїна після пожежі 1996 року	Доступний для огляду
Червоноградський замок	Село Нирків, Тернопільська область	Майже повне зникнення, залишки	Доступний для огляду
Невицький замок	Село Кам'яниця, Закарпатська область	Залишки фортифікаційної структури, частково відновлений	Доступний для огляду
Палац Остен-Сакен	Село Мироцьке, Київська область	Вкрай занедбаний стан, фактично руїна після пожежі	Доступний для огляду
Палац Залеського (Браницьких)	Село Руде село, Київська область	Має вигляд руїн після пожежі	Доступний для огляду

На основі дослідження зруйнованих палаців і замків України пропонуємо ідеї автобусних турів, що включають ці локації. Мета цих турів не лише показати багатство нашої історико-культурної спадщини, а й звернути увагу на необхідність її збереження та відновлення. Кожен із цих маршрутів можливість подивитись на Україну інакше. Це не лише руїни, а й нагадування про те, ким ми були і що ще можемо зберегти.

1) Автобусний тур «Історичне Поділля»: Київ → Меджибіж → Кам'янець- Подільський → Хотин → село Нирків → Київ (рис. 25, табл. 7)

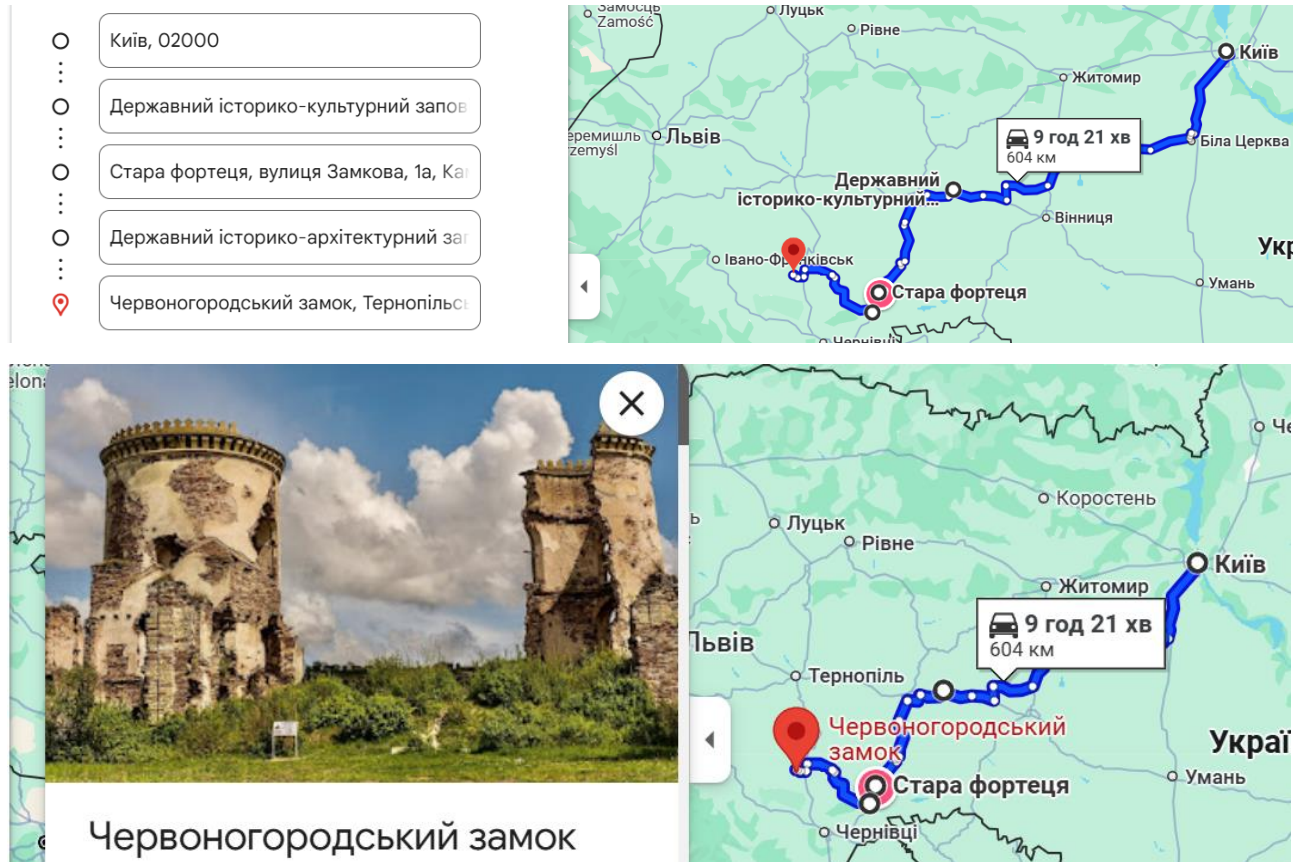


Рис. 25. Маршрут автобусного туру «Історичне Поділля»

Таблица 7

Програма автобусного туру « Історичне Поділля»

День	Місцезнаходження	Основні локації / Активності
День 1	Київ → Меджибіж → Кам'янець-Подільський	Виїзд з Києва. Переїзд до Меджибожа. Екскурсія Меджибізьким замком. Переїзд до Кам'янця-Подільського. Поселення в готель. Вечірня прогулянка містом
День 2	Кам'янець-Подільський → Хотин	Екскурсія Кам'янець-Подільською фортецею та Старим містом (Ратуша, собори, міські укріплення). Переїзд до Хотина. Екскурсія Хотинською фортецею. Повернення в Кам'янець-Подільський.
День 3	Кам'янець-Подільський → Нирків → Київ	Виїзд з Кам'янця-Подільського. Переїзд до села Нирків. Відвідування руїн Червогородського замку та Джуринського водоспаду. Прибуття до Києва.

2) Автобусний тур «Спадщина Київщини»: Полтава → Київ → село Мироцьке → Руде село → Полтава (рис. 26, табл. 8)

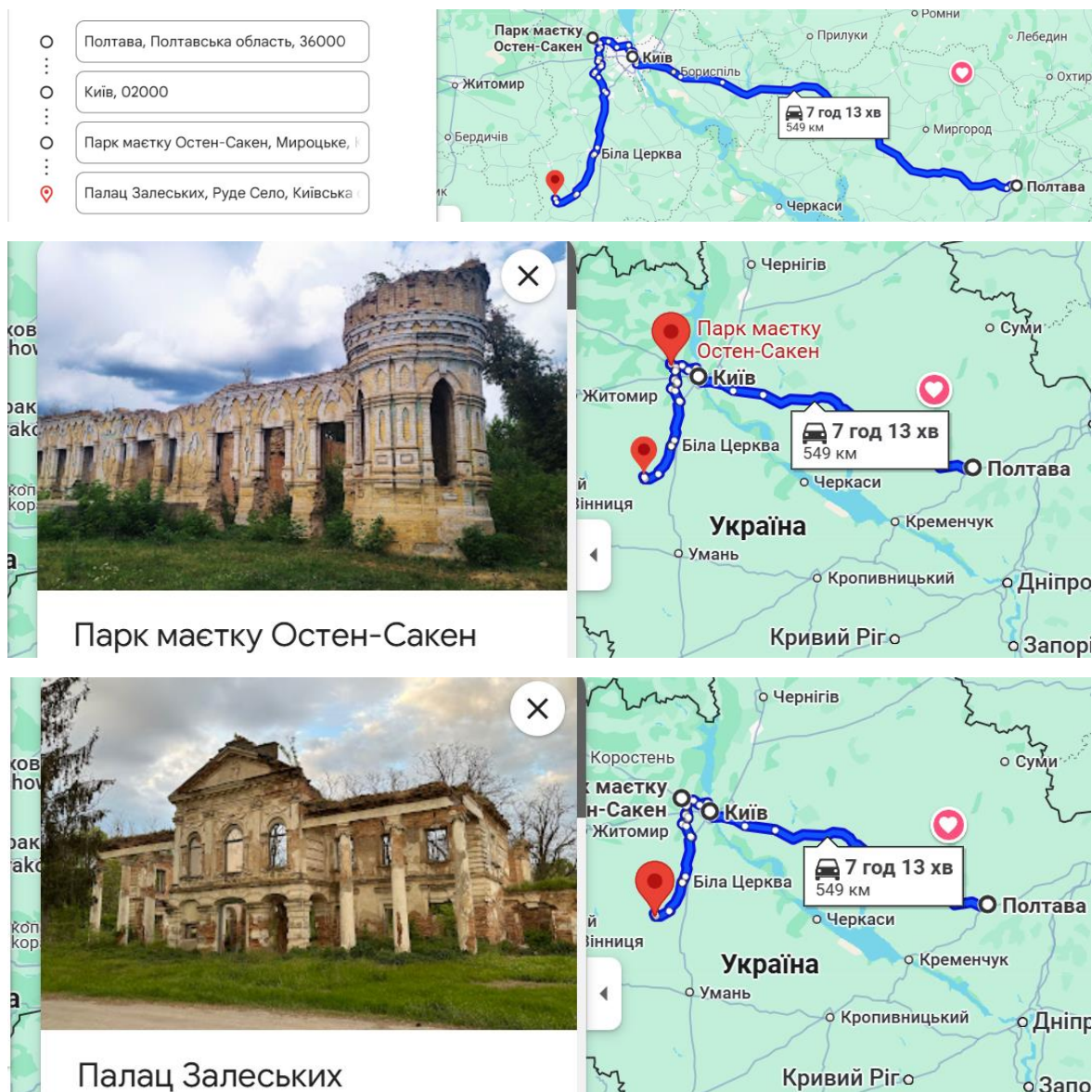


Рис. 26. Маршрут автобусного туру «Спадщина Київщини»

Таблиця 8

Програма автобусного туру «Спадщина Київщини»

День	Місцезнаходження	Основні локації / Активності
День 1	Полтава → Київ	Виїзд до Києва. Прибуття до Києва. Пішохідна екскурсія історичним центром: огляд Софійського собору, Золотих воріт, прогулянка Андріївським узвозом та Михайлівською площею. Поселення в готелі
День 2	Київ → Київська область → Київ	Виїзд з Києва. Відвідування Палацу Остен-Сакен у селі Мироцьке: огляд руїн палацу та його історії. Переїзд до села Руде село: огляд руїн Палацу Залеського (Браницьких). Повернення до Києва. Ночівля в готелі.
День 3	Київ → Полтава	Вільний час у Києві для купівлі сувенірів, прогулянки. Повернення до Полтави.

3) Автобусний тур « Палаці Західної України»: Київ → Ізяслав → Кременець → Тартаків → Підгірці → Київ (рис. 27, табл. 9)

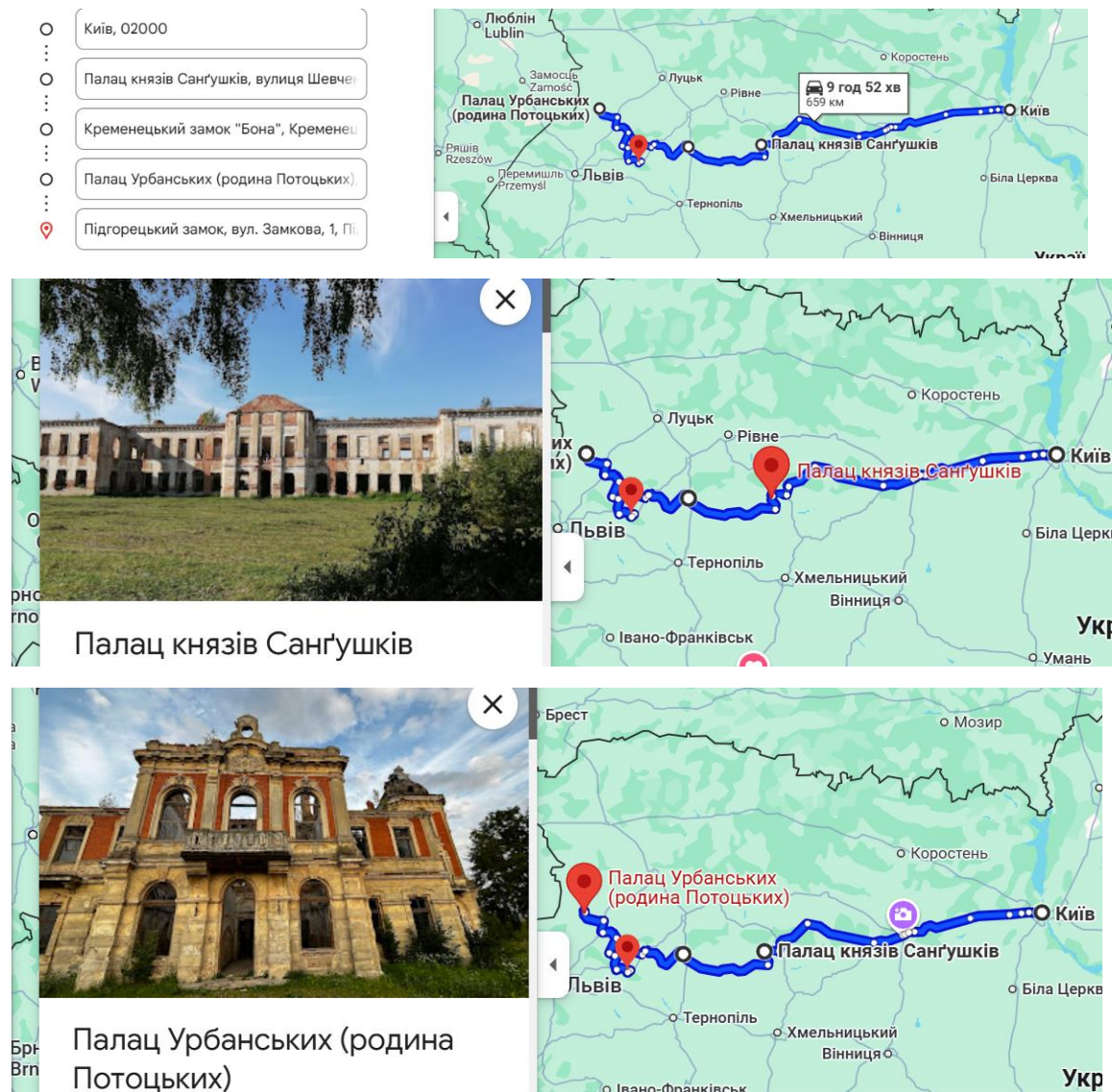


Рис. 27. Маршрут автобусного туру «Палаці Західної України»

Таблиця 9

Програма автобусного туру « Палаці Західної України»

День	Місцезнаходження	Основні локації / Активності
День 1	Київ → Ізяслав → Кременець	Виїзд з Києва. Переїзд до Ізяслава. Екскурсія руйнами Палацу Сангушків. Переїзд до Кременця. Поселення в готель. Вечірня прогулянка містом.
День 2	Кременець → Тартаків	Екскурсія Кременецьким замком (Замкова гора Бона). Переїзд до Тартакова. Огляд руїн Тартаківського замку Потоцьких-Лянцкоронських. Поселення в готель.
День 3	Тартаків → Підгірці → Київ	Переїзд до Підгірців. Огляд Підгорецького замку (зовнішній огляд, оскільки внутрішній доступ обмежений). Переїзд до Києва.

Збереження культурної спадщини є критично важливим завданням 2025 року в умовах повномасштабної війни, адже воно зміцнює національну ідентичність, єдність суспільства та слугує основою для відродження туризму після перемоги.

Документальні проекти, такі як “Українські палаци. Золота доба”, відіграють важливу роль у поверненні суспільного інтересу до зруйнованих історичних об’єктів та формують ґрунт для їх популяризації в туристичних маршрутах й відновлення. Багато палаців і замків залишаються поза увагою туристичних маршрутів, попри їхню високу історико-архітектурну цінність. Вони перебувають у занедбаному стані, проте мають великий потенціал для розвитку туризму. Публічне висвітлення теми через соціальні мережі, доводить, що туризм може бути не лише комерційним, а й соціально відповідальним. Розроблені автобусні тури дозволяють туристам відкрити маловідомі пам’ятки України. Вони сприятимуть популяризації культурної спадщини, формуванню емоційного зв’язку з історією та головне - її збереженню.

ВИСНОВКИ

1. Проведене дослідження розкриває сутність та значущість автобусного туризму як ключового елемента сталого розвитку туристичної галузі. Виявлено, що попри відсутність єдиного загальноприйнятого визначення, автобусний туризм характеризується як масовий, економічно вигідний і гнучкий вид подорожей. Систематизований аналіз факторів, що впливають на розвиток автобусного туризму підкреслює необхідність комплексного підходу для забезпечення його конкурентоспроможності та адаптації до сучасних викликів. Визначено переваги та недоліки автобусних турів, що дозволяє всебічно оцінити цей вид туризму.

2. Особливо актуальним є аналіз поточного стану розвитку автобусного туризму в Україні в умовах повномасштабної війни. Показано, що попри значні виклики (безпека, інфраструктурні пошкодження, кадрові питання), галузь продемонструвала високу адаптивність. Зріс попит на внутрішні автобусні тури, що зумовлено закриттям авіасполучення, пошуком безпечних регіонів, економічною доступністю та психологічною потребою населення. Автобусний туризм в Україні виконує не лише рекреаційну, а й важливу соціально-психологічну та економічну функцію, підтримуючи місцевий бізнес та нормальне життя населення в умовах воєнного часу. Туроператори розширюють асортимент як внутрішніх маршрутів, пропонуючи гнучкі та економічно доступні варіанти. Особливо помітною є переорієнтація попиту на Карпати, що стали не лише популярним відпочинковим напрямком, а й важливим регіоном для реабілітації військових та переселенців. Окремо виділено провідних туроператорів ринку, таких як Join UP! та Adriatic Travel (лідери міжнародних напрямків), а також "Танго Тревел", "KrainaUa" та "Аккорд-тур" (провідні гравці внутрішнього ринку).

3. Розвиток автобусного туризму стикається з низкою значних інфраструктурних обмежень та проблем. Насамперед це критичний стан дорожньої мережі через бойові дії та недостатнє фінансування, що негативно

впливає на комфорт, безпеку та економічну ефективність перевезень. Серед інших викликів дефіцит кваліфікованих кадрів, потреба в оновленні автобусного парку для відповідності екологічним стандартам.

4. Незважаючи на ці проблеми, інфраструктура проживання та харчування демонструє стійкість, а інвестиційні плани в готельну галузь свідчать про її потенціал. Для подальшого успішного розвитку автобусного туризму в Україні необхідне системне та комплексне вирішення виявлених проблем. Ключовими напрямками є: кардинальне покращення дорожньої інфраструктури, що вимагає значних інвестицій та стратегічного планування; підвищення стандартів безпеки перевезень та екологічності автобусного транспорту; вдосконалення кадрового забезпечення галузі; а також перегляд і посилення законодавчого регулювання для забезпечення прозорості та якості послуг.

5. Визначено, що західні області України є беззаперечними лідерами за кількістю туристичних об'єктів і мають найбільш розвинену інфраструктуру та високий рівень безпеки, що робить їх основними напрямками для автобусних турів.

6. Таким чином, автобусний туризм в Україні є життєздатним і має значний потенціал для зростання, але його повне розкриття можливе лише за умови ефективного подолання існуючих інфраструктурних та регуляторних бар'єрів, що сприятиме подальшому розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму в умовах післявоєнної відбудови. незважаючи на значні інфраструктурні руйнування та економічну нестабільність, українська туристична галузь, зокрема автобусний туризм, проявляє стійкість та адаптивність. Для подальшого успішного розвитку необхідне системне вирішення проблем з дорожньою інфраструктурою, подолання кадрового дефіциту та підтримка інвестицій у розвиток об'єктів розміщення, що є основою для комфортних, безпечних і привабливих автобусних подорожей.

7. Представлено дані про значні втрати культурних об'єктів, що вимагає відновлення інфраструктури та залучення фахівців. Проєкт "Українські

палаці. Золота доба" визначений як важливий інструмент для популяризації втрачених пам'яток та формування суспільного інтересу до їх збереження.

8. На основі аналізу зруйнованих та маловідомих, але історично цінних палаців і замків (Чернелицький замок, палац Сангушків, Тартаківський замок, Червоноградський замок, Невицький замок, палаці Остен-Сакен та Залеського), запропоновано три нові автобусні тури: "Історичне Поділля", "Спадщина Київщини" та "Палаці Західної України". Ці маршрути мають на меті не лише відкрити туристам маловідомі локації, а й привернути увагу до необхідності збереження та відновлення культурної спадщини, підкреслюючи соціально відповідальний аспект туризму.

Таким чином, внутрішній автобусний туризм в Україні демонструє значний потенціал для розвитку, попри виклики війни. Його подальше зростання можливе завдяки адаптації маршрутів до безпекових умов, акценту на культурній спадщині (включно з маловідомими та зруйнованими об'єктами) та використанню інноваційних підходів для популяризації, що сприятиме не лише економічному відновленню, а й зміцненню національної ідентичності та єдності.

Недосконалість маршрутної мережі та інфраструктури, обмежений рівень сервісу, відсутність інноваційних практик і державної підтримки гальмують розвиток галузі

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Gilsan Bus. Figures that speak: The impact of the bus on tourism and sustainability. URL: <https://gilsanbus.com/en/sustainable-tourism/> (дата звернення 24.03.2025).
2. UNWTO. UN Tourism. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення 24.03.2025).
3. Верховна Рада України. (1995). Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. Відомості Верховної Ради України, 2004.
4. Любіцева, О. О. (2003). Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ: Альтерпрес, 463.
5. Шацька, З. Я., & Ісаченко, Ю. А. (2021). Особливості організації роботи керівника групи в автобусних турах в умовах пандемії Covid-19. Економіка та держава. Серія: Економічні науки, (9), 95–98.
6. Збірник наукових праць (за матеріалами щорічної наукової конференції студентів та аспірантів, присвяченої пам'яті професора Г. П. Дубинського) (10 квітня 2025 року, м. Харків, Україна) Випуск 17 URL: https://physgeo.univer.kharkov.ua/files/conference/stud_2025.pdf (дата звернення 06.06.2025).
16. Kraina Ua. Стало відомо, скільки українці витрачають на подорожі Україною. URL: <https://kraina-ua.com/ua/news/skilki-ukraintsy-vytrachaut-na-podorozhy> (дата звернення 04.05.2025).
17. Море. Випробування війною. Що показало опитування туристичного бізнесу в 2024 році. URL: <https://omore.city/articles/391576/stan-turizmu-v-ukraini-2024> (дата звернення 04.05.2025).
19. ЦТС. 2024 рік: 10 подій, які впливали на розвиток транспортної галузі України. URL: https://cfts.org.ua/articles/2024_rik_10_podiy_yaki_vplivali_na_rozvitok_transpor_tno_galuzi_ukrani_2081/144020?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 05.05.2025).

20. Ribas Hotels Group. Результати дослідження «Огляд готельного ринку України 2024». URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytati-issledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024/> (дата звернення 05.05.2025).

24. Національна туристична організація України. Мережа знань NTO.UA визначає головну тему 2025 року: Рік збереження культурної спадщини. URL : <https://nto.ua/> (дата звернення 07.05.2025)

25. Національна туристична організація України. Національна система туристичної статистики. URL : https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html (дата звернення 07.05.2025)

26. Урядовий портал. Через російську агресію в Україні постраждали 823 об'єкти культурної спадщини URL : <https://www.kmu.gov.ua/news/cherez-rosiisku-ahresiiu-v-ukraini-postrazhdaly-823-objekty-kulturnoi-spadshchyny> (дата звернення 08.05.2025)

27. 1+1 МЕДІА. У Києві відбувся спеціальний показ історичного документального циклу Акіма Галімова «Українські палаци. Золота доба». URL : <https://media.1plus1.ua/news/u-kijevi-vidbuvsia-specialnii-pokaz-istoricnogo-dokumentalnogo-ciklu-akima-galimova-ukrayinski-palaci-zolota-doba> (дата звернення 08.05.2025)

28. Детектор медіа. Проєкт «Українські палаци. Золота доба-2»: історія України, відбудована з руїн. URL : <https://detector.media/kritika/article/222970/2024-02-15-proiekt-ukrainski-palatsy-zolota-doba-2-istoriya-ukrainy-vidbudovana-z-ruin/> (дата звернення 08.05.2025)

21. ДАРТ. Туристичні магніти України 2024. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichni-magniti-ukrayini-2024> (дата звернення 05.05.2025).

22. Ribas Hotels Group. Чи пойдуть Українці на відпочинок цього року: дослідження від Gradus для Ribas Hotels Group. URL: https://ribashotelsgroup.ua/analytics/chi-poyidut-ukrayintsi-na-vidpochinok-tsogo-roku-doslidzhennya-vid-gradus-dlya-ribas-hotels-group/?utm_source=chatgpt

(дата звернення 05.05.2025).

1. Ukrainer. *Відновлення туризму і туризм для відновлення* URL: <https://www.ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/> (дата звернення 25.04.2025).
2. Суспільне культура. *Подорожі під час війни: понад 50% українців не їздили в інші регіони з туристичною метою — опитування*. URL: <https://suspilne.media/culture/570361-podorozi-pid-cas-vijni-ponad-50-ukrainsiv-ne-izdili-v-insi-regioni-z-turistichnou-metou-opituvanna/> (дата звернення 25.04.2025).
3. ДАРТ. *До бюджету громад у 2024 році надійшло майже 273 млн грн туристичного збору*. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/do-byudzhetu-gromad-u-2024-roci-nadiyshlo-mayzhe-273-mln-grn-turistichnogo-zboru> (дата звернення 27.04.2025).
4. Visitukraine.today. *В Україні зростає попит на туризм попри підвищення цін на подорожі: деталі*. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/1780/demand-for-tourism-is-growing-in-ukraine-despite-rising-travel-prices-details#ukrainci-stali-obirati-byudzetni-poizdki> (дата звернення 27.04.2025).
5. Антоненко К. В.. *"Новітні підходи до організації автобусних турів."* (2023).- 30 ст.
6. Thepage. *Новини. Названа середня вартість туру і топ аеропортів для українських туристів у 2024 році*. URL: <https://thepage.ua/ua/news/top-3-aeroporti-dlya-ukrayinskih-turistiv-2024-2025/amp> (дата звернення 27.04.2025).
7. УНІАН. *Раннє бронювання та довший сезон: як українці відпочивали цього літа*. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/rannye-bronyuvannya-ta-dovshiy-sezon-yak-ukrajinci-vidpochivali-cogo-lita-novini-amp-12821640.html> (дата звернення 27.04.2025).
8. Join Up. *Підсумки автобусних турів у 2024: статистика, герої, челенджі*. URL: <https://joinup.ua/uk/news/pidsumki-avtobusnih-turiv-u-2024-statistika-geroyi-chelendzhi/> (дата звернення 01.05.2025).

9. "Адріатік Тревел". *Про нас*. URL: <https://adriatic-travel.com.ua/pro-nas> (дата звернення 01.05.2025).
10. «Танго Тревел». *Тури по Україні*. URL: <https://tangotravel.com.ua/krainy/ukraina/> (дата звернення 03.05.2025).
11. KrainaUa. *Тури по Україні*. URL: <https://kraina-ua.com/ru/tours/tours-ukraine> (дата звернення 03.05.2025).
12. Accordtour. *Регулярні тури*. URL: https://www.accordtour.com/ukrayina_rehulyarni_tury (дата звернення 03.05.2025).
13. Versii. *Карпати замість моря: чому важливо розвивати туризм в Україні навіть під час війни*. URL: <https://versii.if.ua/novunu/karpaty-zamist-morya-chomu-vazhlyvo-rozvyvaty-turyzm-v-ukrayini-navit-pid-chas-vijny/> (дата звернення 03.05.2025).
14. УКРІНФОРМ. *Портрет закарпатського туриста на другому році війни*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3735869-portret-zakarpatskogo-turista-na-drugomu-roci-vijni.html> (дата звернення 03.05.2025).
15. Kyivstar Bussness Hub. *Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення* URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya> (дата звернення 03.05.2025).
16. "Адріатік Тревел". *Про нас*. URL: <https://adriatic-travel.com.ua/pro-nas> (дата звернення 01.05.2025).
17. "Адріатік Тревел". *Про нас*. URL: <https://adriatic-travel.com.ua/pro-nas> (дата звернення 01.05.2025).
18. "Адріатік Тревел". *Про нас*. URL: <https://adriatic-travel.com.ua/pro-nas> (дата звернення 01.05.2025).
19. «Танго Тревел». *Тури по Україні*. URL: <https://tangotravel.com.ua/krainy/ukraina/> (дата звернення 03.05.2025).
20. «Танго Тревел». *Тури по Україні*. URL: <https://tangotravel.com.ua/krainy/ukraina/> (дата звернення 03.05.2025).

21. «Танго Тревел». *Тури по Україні*. URL: <https://tangotravel.com.ua/krainy/ukraina/> (дата звернення 03.05.2025).
22. Accordtour. *Регулярні тури*. URL: https://www.accordtour.com/ukrayina_rehulyarni_tury (дата звернення 03.05.2025).
23. Accordtour. *Регулярні тури*. URL: https://www.accordtour.com/ukrayina_rehulyarni_tury (дата звернення 03.05.2025).
24. Accordtour. *Регулярні тури*. URL: https://www.accordtour.com/ukrayina_rehulyarni_tury (дата звернення 03.05.2025).
25. Join Up. *Підсумки автобусних турів у 2024: статистика, герої, челенджі*. URL: <https://joinup.ua/uk/news/pidsumki-avtobusnih-turiv-u-2024-statistika-geroyi-chelendzhi/> (дата звернення 01.05.2025).
26. Join Up. *Підсумки автобусних турів у 2024: статистика, герої, челенджі*. URL: <https://joinup.ua/uk/news/pidsumki-avtobusnih-turiv-u-2024-statistika-geroyi-chelendzhi/> (дата звернення 01.05.2025).
27. Join Up. *Підсумки автобусних турів у 2024: статистика, герої, челенджі*. URL: <https://joinup.ua/uk/news/pidsumki-avtobusnih-turiv-u-2024-statistika-geroyi-chelendzhi/> (дата звернення 01.05.2025).
28. KrainaUa. *Тури по Україні*. URL: <https://kraina-ua.com/ru/tours/tours-ukraine> (дата звернення 03.05.2025).
29. KrainaUa. *Тури по Україні*. URL: <https://kraina-ua.com/ru/tours/tours-ukraine> (дата звернення 03.05.2025).
30. KrainaUa. *Тури по Україні*. URL: <https://kraina-ua.com/ru/tours/tours-ukraine> (дата звернення 03.05.2025).
31. Kyivstar Bussness Hub. *Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення* URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya> (дата звернення 03.05.2025).

32. Kyivstar Bussness Hub. *Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення* URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya> (дата звернення 03.05.2025).

33. Kyivstar Bussness Hub. *Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення* URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya> (дата звернення 03.05.2025).

34. Thepage. Новини. *Названа середня вартість туру і топ аеропортів для українських туристів у 2024 році.* URL: <https://thepage.ua/ua/news/top-3-aeroporti-dlya-ukrayinskih-turistiv-2024-2025/amp> (дата звернення 27.04.2025).

35. Thepage. Новини. *Названа середня вартість туру і топ аеропортів для українських туристів у 2024 році.* URL: <https://thepage.ua/ua/news/top-3-aeroporti-dlya-ukrayinskih-turistiv-2024-2025/amp> (дата звернення 27.04.2025).

36. Thepage. Новини. *Названа середня вартість туру і топ аеропортів для українських туристів у 2024 році.* URL: <https://thepage.ua/ua/news/top-3-aeroporti-dlya-ukrayinskih-turistiv-2024-2025/amp> (дата звернення 27.04.2025).

37. Ukrainer. *Відновлення туризму і туризм для відновлення* URL: <https://www.ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/> (дата звернення 25.04.2025).

38. Ukrainer. *Відновлення туризму і туризм для відновлення* URL: <https://www.ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/> (дата звернення 25.04.2025).

39. Ukrainer. *Відновлення туризму і туризм для відновлення* URL: <https://www.ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/> (дата звернення 25.04.2025).

40. Versii. *Карпати замість моря: чому важливо розвивати туризм в Україні навіть під час війни.* URL: <https://versii.if.ua/novunu/karpaty-zamist-morya-chomu-vazhlyvo-rozvyvaty-turyzm-v-ukrayini-navit-pid-chas-vijny/> (дата звернення 03.05.2025).

41. Versii. *Карпати замість моря: чому важливо розвивати туризм в Україні навіть під час війни.* URL: <https://versii.if.ua/novunu/karpaty-zamist-morya-chomu-vazhlyvo-rozvyvaty-turyzm-v-ukrayini-navit-pid-chas-vijny/> (дата звернення 03.05.2025).

42. Versii. *Карпати замість моря: чому важливо розвивати туризм в Україні навіть під час війни.* URL: <https://versii.if.ua/novunu/karpaty-zamist-morya-chomu-vazhlyvo-rozvyvaty-turyzm-v-ukrayini-navit-pid-chas-vijny/> (дата звернення 03.05.2025).

43. Visitukraine.today. *В Україні зростає попит на туризм попри підвищення цін на подорожі: деталі.* URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/1780/demand-for-tourism-is-growing-in-ukraine-despite-rising-travel-prices-details#ukrainci-stali-obirati-byudzetni-poizdki> (дата звернення 27.04.2025).

44. Visitukraine.today. *В Україні зростає попит на туризм попри підвищення цін на подорожі: деталі.* URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/1780/demand-for-tourism-is-growing-in-ukraine-despite-rising-travel-prices-details#ukrainci-stali-obirati-byudzetni-poizdki> (дата звернення 27.04.2025).

45. Visitukraine.today. *В Україні зростає попит на туризм попри підвищення цін на подорожі: деталі.* URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/1780/demand-for-tourism-is-growing-in-ukraine-despite-rising-travel-prices-details#ukrainci-stali-obirati-byudzetni-poizdki> (дата звернення 27.04.2025).

46. Антоненко К. В.. *"Новітні підходи до організації автобусних турів."* (2023).- 30 ст.

47. Антоненко К. В.. *"Новітні підходи до організації автобусних турів."* (2023).- 30 ст.

48. Антоненко К. В.. *"Новітні підходи до організації автобусних турів."* (2023).- 30 ст.

49. ДАРТ. *До бюджету громад у 2024 році надійшло майже 273 млн*

грн туристичного збору. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/do-byudzhetu-gromad-u-2024-roci-nadiyshlo-mayzhe-273-mln-grn-turistichnogo-zboru> (дата звернення 27 .04.2025).

50. ДАРТ. До бюджету громад у 2024 році надійшло майже 273 млн грн туристичного збору. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/do-byudzhetu-gromad-u-2024-roci-nadiyshlo-mayzhe-273-mln-grn-turistichnogo-zboru> (дата звернення 27 .04.2025).

51. ДАРТ. До бюджету громад у 2024 році надійшло майже 273 млн грн туристичного збору. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/do-byudzhetu-gromad-u-2024-roci-nadiyshlo-mayzhe-273-mln-grn-turistichnogo-zboru> (дата звернення 27 .04.2025).

52. Суспільне культура. Подорожі під час війни: понад 50% українців не їздили в інші регіони з туристичною метою — опитування. URL: <https://suspilne.media/culture/570361-podorozi-pid-cas-vijni-ponad-50-ukrainciv-ne-izdili-v-insi-regioni-z-turisticnou-metou-opituvanna/> (дата звернення 25.04.2025).

53. Суспільне культура. Подорожі під час війни: понад 50% українців не їздили в інші регіони з туристичною метою — опитування. URL: <https://suspilne.media/culture/570361-podorozi-pid-cas-vijni-ponad-50-ukrainciv-ne-izdili-v-insi-regioni-z-turisticnou-metou-opituvanna/> (дата звернення 25.04.2025).

54. Суспільне культура. Подорожі під час війни: понад 50% українців не їздили в інші регіони з туристичною метою — опитування. URL: <https://suspilne.media/culture/570361-podorozi-pid-cas-vijni-ponad-50-ukrainciv-ne-izdili-v-insi-regioni-z-turisticnou-metou-opituvanna/> (дата звернення 25.04.2025).

55. УКРІНФОРМ. Портрет закарпатського туриста на другому році війни. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3735869-portret-zakarpatskogo-turista-na-drugomu-roci-vijni.html> (дата звернення 03.05.2025).

56. УКРІНФОРМ. Портрет закарпатського туриста на другому році

війни. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3735869-portret-zakarpatskogo-turista-na-drugomu-roci-vijni.html> (дата звернення 03.05.2025).

57. УКРІНФОРМ. *Портрет закарпатського туриста на другому році війни.* URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3735869-portret-zakarpatskogo-turista-na-drugomu-roci-vijni.html> (дата звернення 03.05.2025).

58. УНІАН. *Раннє бронювання та довший сезон: як українці відпочивали цього літа.* URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/rannye-bronyuvannya-ta-dovshiy-sezon-yak-ukrajinci-vidpochivali-cogo-lita-novini-amp-12821640.html> (дата звернення 27.04.2025).

59. УНІАН. *Раннє бронювання та довший сезон: як українці відпочивали цього літа.* URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/rannye-bronyuvannya-ta-dovshiy-sezon-yak-ukrajinci-vidpochivali-cogo-lita-novini-amp-12821640.html> (дата звернення 27.04.2025).

60. УНІАН. *Раннє бронювання та довший сезон: як українці відпочивали цього літа.* URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/rannye-bronyuvannya-ta-dovshiy-sezon-yak-ukrajinci-vidpochivali-cogo-lita-novini-amp-12821640.html> (дата звернення 27.04.2025).

61. ELIT EXPERT. *Національний рейтинг найкращих туристичних компаній України, які працюють в умовах війни.* URL: <https://elitexpert.ua/turizm/nacionalnyj-rejting-luchshih-turisticheskikh-kompanij-ukrainy-rabotajushhih-v-usloviyah-vojny/> (дата звернення 01.06.2025).