

**ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Факультет обліку та фінансів**  
**Кафедра фінансів, економічних досліджень і туризму**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття ступеня вищої освіти Бакалавр

на тему:

«Розробка та організація автобусних турів до Європи»

Виконав: здобувач вищої освіти  
за освітньо-професійною програмою  
«Туризм»  
першого (бакалаврського) рівня  
вищої освіти  
спеціальності 242 Туризм  
групи 1  
Шуліка Елеонора Юріївна

Керівник: Єгорова О. В.

Рецензент: Єрмаков В. В.

**Полтава 2026 рік**

**ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Факультет обліку та фінансів**  
**Кафедра фінансів, банківської справи та страхування**

Освітньо-професійна програма Туризм  
Спеціальність 242 Туризм  
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
**Завідувач кафедри**

\_\_\_\_\_ Олексій ЗОРЯ  
«03» березня 2025 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**Шуліки Елеонори Юріївни**

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Розробка та організація автобусних турів до Європи», керівник роботи кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Єгорова Олена Володимирівна

Затверджено засіданням кафедри протокол № 13 від «03» лютого 2025 р.

2. Строк подання роботи здобувачем вищої освіти «01» червня 2026 р.

3. Вихідні дані до роботи: українські та міжнародні нормативно-правові документи, що регулюють туристичну діяльність і пасажирські перевезення; транспортна документація (схема маршруту, паспорт маршруту тощо); туристичні карти, інші джерела інформації щодо туристичних об'єктів; статистична інформація, маркетингові дані; внутрішні документи туристичної агенції «Iren TOUR» (ФОП Нужна Ірина Віталіївна); навчальна та наукова література, інші джерела даних з теми дослідження за 2023-2025 рр.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

Розділ 1. Теоретичні та нормативно-правові засади організації міжнародних автобусних турів.

Розділ 2. Аналіз практики реалізації та транспортного забезпечення автобусних турів до Європи (на прикладі туристичної агенції «Iren TOUR»).

Розділ 3. Удосконалення процесів розробки та організації автобусних турів до Європи.

Перелік графічного матеріалу: схеми, рисунки, графіки, діаграми за темою та об'єктом дослідження.

5. Дата видачі завдання: «03» березня 2025 р.

#### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	13.01.2025–03.02.2025	
2	Складання та погодження розгорнутого плану та завдання на кваліфікаційну роботу	04.02.2025–03.03.2025	
3	Опрацювання літературних джерел	04.03.2025–08.05.2026	
4	Збір, вивчення і обробка інформації, необхідної для виконання роботи	04.03.2025–08.05.2026	
5	Виконання теоретичного розділу роботи	09.06.2025–20.06.2025	
6	Виконання аналітичних розділів роботи	15.12.2025–26.12.2025, 13.04.2026–08.05.2026	
7	Оформлення тексту роботи	25.05.2026–29.05.2026	
8	Попередній захист роботи на кафедрі	01.06.2026	
9	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень і пропозицій	02.06.2026–04.06.2026	
10	Нормо-контроль	05.06.2026	
11	Захист кваліфікаційної роботи	15.06.2026–19.06.2026	

Здобувач вищої освіти

  
(підпис)

Елеонора ШУЛІКА

Керівник роботи

  
(підпис)

Олена ЄГОРОВА

## ЗМІСТ

	с.
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ АВТОБУСНИХ ТУРІВ.....	8
1.1. Поняття, сутність та специфіка міжнародного автобусного туризму...	8
1.2. Технологія розробки та організації міжнародного автобусного туру...	12
1.3. Нормативно-правові засади здійснення міжнародних автобусних перевезень туристів до країн Європи.....	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА ТРАНСПОРТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АВТОБУСНИХ ТУРІВ ДО ЄВРОПИ (НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «IREN TOUR») .....	20
2.1. Організаційно-правова характеристика та напрями діяльності туристичної агенції «Iren TOUR». ....	20
2.2. Особливості співпраці туристичної агенції «Iren TOUR» з туроператорами при реалізації автобусних турів до Європи.....	25
2.3 Аналіз практики транспортного обслуговування та супроводу туристів під час автобусних турів до Болгарії.....	29
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ РОЗРОБКИ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОБУСНИХ ТУРІВ ДО ЄВРОПИ.....	33
3.1. Сучасні підходи до розробки міжнародних автобусних турів та підвищення якості туристичного продукту.....	33
3.2. Напрями використання цифрових технологій у розробці та організації автобусних турів.....	37
3.3. Розробка та організація міжнародного автобусного туру до Болгарії з використанням цифрових технологій.....	42
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49
ДОДАТКИ.....	57

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** В умовах сучасних викликів та трансформації туристичного ринку особливої актуальності набуває розвиток доступних видів подорожей, серед яких важливе місце займають автобусні тури. Автобусний туризм є одним із найпопулярніших видів організованого відпочинку завдяки доступній вартості, широкому вибору маршрутів та можливості відвідування кількох туристичних об'єктів або країн у межах однієї подорожі. Для України роль автобусного туризму суттєво зросла після закриття повітряного простору внаслідок повномасштабного вторгнення РФ, коли автобусні перевезення стали одним із ключових елементів організації туризму, зокрема до країн Європи. Водночас зростання конкуренції на туристичному ринку, підвищення вимог споживачів до якості туристичних послуг та активне впровадження цифрових технологій зумовлюють необхідність удосконалення процесів розробки й організації автобусних турів. Це визначає актуальність дослідження особливостей формування туристичного продукту та пошуку сучасних підходів до підвищення ефективності його розробки та організації.

**Мета і завдання дослідження.** Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних і практичних аспектів розробки та організації автобусних турів до Європи, а також формування пропозицій щодо їх удосконалення.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання дослідження:

- розкрити поняття, сутність та класифікацію міжнародних автобусних турів;
- дослідити особливості технології розробки та організації міжнародного автобусного туру;
- узагальнити нормативно-правові засади здійснення міжнародних автобусних перевезень туристів до країн Європи;
- охарактеризувати туристичну агенцію «Iren TOUR» та основні напрями її діяльності;

- дослідити особливості співпраці туристичної агенції «Iren TOUR» з туроператорами при реалізації автобусних турів до Європи;
- проаналізувати практику транспортного обслуговування та супроводу туристів туристичною агенцією «Iren TOUR» під час автобусних турів;
- узагальнити сучасні підходи до розробки та організації міжнародних автобусних турів та підвищення якості туристичного продукту;
- визначити напрями використання цифрових технологій у розробці та організації автобусних турів;
- розробити пропозиції щодо вдосконалення процесів розробки та організації автобусних турів до Європи.

**Об’єкт і предмет дослідження.** Об’єктом дослідження є процес розробки та організації автобусних турів до країн Європи.

Предметом дослідження є теоретичні, організаційні та практичні аспекти розробки й організації автобусних турів до Європи, а також напрями їх удосконалення. Практичні аспекти реалізації туристичного продукту, транспортного обслуговування та супроводу туристів розглянуто на прикладі діяльності туристичної агенції «Iren TOUR».

**Методи та інформаційна база дослідження.** У процесі виконання кваліфікаційної роботи використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема: аналіз і синтез – для вивчення теоретичних засад автобусного туризму; порівняльний метод – для дослідження особливостей організації автобусних турів; метод узагальнення – для систематизації наукових підходів і нормативно-правових положень; SWOT-аналіз – для визначення сильних і слабких сторін діяльності туристичної агенції «Iren TOUR»; графічний та табличний методи – для наочного представлення результатів дослідження.

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові акти України та Європейського Союзу у сфері туризму й міжнародних пасажирських перевезень, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, статистичні матеріали, інформаційні ресурси мережі Інтернет, а також внутрішня документація туристичної агенції «Iren TOUR».

**Практичне значення та апробація результатів дослідження.** Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання запропонованих рекомендацій для вдосконалення процесів розробки та організації автобусних турів до Європи, підвищення якості туристичного обслуговування, розширення спектра туристичних послуг та зміцнення позицій туристичної агенції «Iren TOUR» на ринку туристичних послуг. Пропозиції можуть бути використані в діяльності туристичних агенцій і туроператорів під час розробки, організації та реалізації автобусних турів до європейських країн.

Апробація результатів дослідження здійснювалася шляхом представлення основних положень і результатів роботи на науково-практичних заходах:

1. Шуліка Е. Напрямки та перспективи розвитку туризму в Україні. *Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України: природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти* : зб. Матеріалів всеукр. Наук.-практ. Конф. (м. Полтава, 15 трав. 2025 р.). Полтава : ПДАУ, 2025. С. 217-219.

2. Шуліка Е. Сучасні тенденції ринку туристичних послуг в Україні. *Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України: природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти* : зб. Матеріалів всеукр. Наук.-практ. Конф. (м. Полтава, 15 трав. 2025 р.). Полтава : ПДАУ, 2025. С. 220-222.

3. Єгорова О. В., Шуліка Е.Ю. Перспективи використання цифрових технологій в розробці та організації автобусних турів. *Ризики та перспективи реалізації інноваційних проєктів у туристичному, готельному і ресторанному бізнесі* : матеріали науково-практичного семінару (м. Полтава, 22 квітня 2026 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2026. С. 5-7.

**Структура та обсяг кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Кваліфікаційна робота містить 46 сторінок основного тексту, 12 таблиць, 3 рисунки, 9 додатків. Список використаних джерел налічує 69 найменувань.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ АВТОБУСНИХ ТУРІВ

### 1.1. Поняття, сутність та специфіка міжнародного автобусного туризму

Міжнародний автобусний туризм належить до важливих сегментів туристичного ринку України та демонструє стабільний попит, особливо в умовах обмеженого авіасполучення. За відсутності офіційних статистичних даних індикаторами розвитку ринку можуть слугувати дані, оприлюднені провідними туроператорами: так у загальному портфелі послуг компанії Join UP! частка автобусних програм залишається стабільною з року в рік і у 2025 склала 7% [8]. Найпопулярнішими туристичними напрямками автобусних турів є Болгарія, Чорногорія, Туреччина, Греція (додаток А).

Попри високу популярність цього виду подорожей, у чинній нормативно-правовій базі України (зокрема, у Законі України «Про туризм» [37] та Законі України «Про автомобільний транспорт» [22]) відсутнє визначення терміну «автобусний туризм». На практиці діяльність туроператорів у цій сфері регулюється через поняття «міжнародні нерегулярні пасажирські перевезення», що здійснюються на основі договорів між туроператором та перевізником.

У міжнародних та європейських нормативних документах термін «автобусний туризм» також не закріплений, акти ЄС і міжнародні угоди (зокрема Регламент (ЄС) № 1073/2009 [38] та Угода INTERBUS [36]) регулюють лише міжнародні пасажирські перевезення автобусами, а не комплексні туристичні продукти. Натомість у європейському праві використовують поняття «міжнародні нерегулярні перевезення» (occasional services), до яких належать туристичні поїздки, однак це поняття характеризує саме транспортну послугу, а не туристичний тур. У європейській термінології для позначення туристичних автобусів використовується термін «coach», що означає комфортабельний міжміський або туристичний автобус. У регламентах ЄС поширене

формулювання «bus and coach transport», де bus стосується міського чи приміського транспорту, а coach – комфортабельних автобусів, які використовуються туроператорами для міжнародних перевезень [38, 39].

Ми пропонуємо авторське визначення терміну: «міжнародний автобусний туризм – це вид транскордонного туризму, у якому автобус виступає основним засобом переміщення туристів між DESTИНАЦІЯМИ маршруту та забезпечує реалізацію комплексної екскурсійно-пізнавальної програми».

Сутність міжнародного автобусного туризму полягає в поєднанні транспортної та туристично-екскурсійної складових у межах єдиного туристичного продукту. На відміну від інших видів туризму, автобус у таких турах виступає не лише засобом переміщення між DESTИНАЦІЯМИ, а й важливим елементом організації подорожі, що забезпечує мобільність групи та реалізацію екскурсійної програми. Характерні ознаки міжнародного автобусного туризму схематизовані у додатку Б.

У рамках міжнародного туризму важливо чітко розмежувати власне автобусні тури та автобусне підвезення туристів до місця відпочинку, оскільки зазначені продукти мають різну мету, структуру та споживчу цінність:

– Автобусні тури – це багатоденні маршрути, де автобус забезпечує виконання як логістичної, так і екскурсійної функцій протягом усього маршруту.

– Автобусне підвезення (трансферні програми) у рамках туристичних продуктів – це логістичний сервіс, метою якого є доставка туристів із певної точки в Україні до місця стаціонарного відпочинку (наприклад, готелі в Болгарії, Туреччині чи Греції), без екскурсійної складової. У цьому випадку автобус виконує виключно транспортну функцію, а сам продукт не передбачає екскурсійної програми під час шляху.

У закордонній науковій літературі значна увага приділяється автобусному туризму як специфічного соціокультурного та екскурсійного явища. Фундаментальною у цьому контексті є праця М. R. Dileep та F. Pagliara [58], де туристичний автобус обґрунтовано як автономне середовище, що забезпечує високі стандарти комфорту під час транскордонних переміщень. Еволюцію

перетворення туристичного автобуса зі звичайного транспорту на спеціалізований екскурсійний аналізують Р. Robinson та Н. Cameron [63]. М. J. Daniels та М. Park [57] розкривають специфіку поїздок (tour bus travel) та акцентують увагу на тому, що організація маршрутів у межах автобусних турів залежить від інфраструктурних обмежень для великогабаритного транспорту.

Базовим підґрунтям для вивчення логістики автоподорожей є праця О. Ю. Бордун [6], в якій охарактеризовано сутність автобусних турів, вимоги до проектування, моделювання та безпеки маршрутів автомобільного туризму.

Специфіка міжнародного автобусного туризму проявляється у взаємодії основних учасників туристичного процесу (табл. 1.1).

*Таблиця 1.1*

### **Переваги та недоліки міжнародного автобусного туризму**

Суб'єкт ринку	Переваги	Недоліки (виклики)
Турист	доступність; можливість відвідати кілька міст або країн у межах поїздки; виїзд з різних міст України.	фізична втома від тривалих переїздів; обмеженість особистого простору; необхідність дотримання групового таймінгу; психологічний дискомфорт від перебування з великою кількістю людей.
Туроператор	низький поріг входу на ринок; оптимізація витрат завдяки масштабу; менша сезонність порівняно з пляжним відпочинком; оперативне реагування на зміни попиту.	інфраструктурні обмеження; ризики штрафів через порушення жорсткого законодавства; ризики, пов'язані з технічним станом транспорту та людським фактором.
Спільні для туристів і туроператорів	гнучкість маршруту та логістики; організований характер подорожі;	черги на кордонах; залежність від дорожньої ситуації та стану транспортної інфраструктури; погодні й транспортні затримки.

*Джерело: узагальнено автором за даними [2, 8, 40, 51, 53].*

Популярність міжнародних автобусних турів обумовлена не лише їхньою доступністю, але й низкою організаційних та споживчих переваг. На відміну від авіаподорожей, автобусний туризм забезпечує безперервність туристичного досвіду, оскільки сама дорога стає складовою подорожі. Під час переїзду туристи мають можливість спостерігати зміну природних ландшафтів, особливості забудови різних регіонів та поступовий перехід між культурними просторами

окремих країн, що сприяє формуванню цілісного сприйняття маршруту. [2]

Основною перевагою автобусного туризму є можливість відвідування кількох міст або країн у межах однієї подорожі. Такий формат дозволяє максимально ефективно використовувати обмежений час відпустки та забезпечує більш різноманітний туристичний досвід порівняно з відпочинком в одній DESTИНАЦІЇ. [8]

Важливим чинником вибору автобусних турів є їхня економічна передбачуваність. Як правило, вартість туристичного продукту включає транспортне обслуговування, проживання, екскурсійну програму та супровід гіда, що дозволяє туристам заздалегідь планувати бюджет подорожі та мінімізувати ризик виникнення додаткових витрат.

Важливу роль відіграє також соціальна складова автобусних турів. Груповий формат подорожі сприяє комунікації між учасниками, формуванню нових соціальних контактів та створенню сприятливої атмосфери відпочинку.

Особливої актуальності автобусні тури набувають у міжсезонний період. Навесні та восени туристичне навантаження на популярні європейські DESTИНАЦІЇ є нижчим, що позитивно впливає на рівень цін, комфорт перебування туристів та доступність екскурсійних об'єктів. У результаті автобусний туризм дедалі частіше розглядається споживачами як раціональний формат подорожей, що поєднує доступність, змістовність маршруту та високий рівень організації. [53].

Водночас міжнародний автобусний туризм характеризується наявністю низки обмежень і ризиків, які впливають на якість туристичного продукту. До основних організаційно-логістичних проблем належать затримки під час проходження державного кордону, необхідність дотримання регламентованого режиму праці та відпочинку водіїв, інфраструктурні обмеження окремих туристичних DESTИНАЦІЙ, а також вплив несприятливих погодних умов і транспортних заторів на виконання програми туру.

Для туристів основними недоліками автобусних подорожей залишаються фізична втома внаслідок тривалих переїздів, залежність від графіка групи та обмеженість особистого простору. Незважаючи на постійне підвищення рівня

комфорту транспортних засобів, зазначені чинники продовжують впливати на сприйняття якості туристичного продукту та потребують врахування під час розробки нових маршрутів і програм обслуговування. [40]

Попри наявні проблеми, міжнародний автобусний туризм залишається одним із найбільш перспективних сегментів туристичного ринку України. Його подальший розвиток пов'язаний із модернізацією транспортної інфраструктури, оновленням автобусного парку, підвищенням рівня сервісу та впровадженням інноваційних підходів до організації туристичних подорожей. [51]

Отже, ключові переваги міжнародного автобусного туризму мають фінансово-маркетинговий характер, тоді як більшість викликів зосереджена в площині транскордонної логістики та фізичного навантаження на мандрівників. Проте, попри ці чинники, міжнародний автобусний туризм залишається затребуваним, що актуалізує необхідність детального вивчення технології їх проектування та безпосередньої розробки автобусних турів.

## **1.2. Технологія розробки та організації міжнародного автобусного туру**

Організація міжнародних автобусних турів є складним багатоетапним процесом, що поєднує маркетингові, організаційні, логістичні та фінансові заходи, спрямовані на створення конкурентоспроможного туристичного продукту. У цьому процесі беруть участь туроператори, турагенти, транспортні компанії, засоби розміщення, екскурсійні установи та інші суб'єкти туристичного ринку.

Провідну роль у створенні туристичного продукту відіграє туроператор, який здійснює дослідження ринку, розробляє маршрут подорожі, формує програму обслуговування, укладає договори з постачальниками послуг та визначає вартість туру. Турагент виконує функції посередника між туроператором і кінцевим споживачем, забезпечує реалізацію сформованого турпродукту, надає консультаційну підтримку та супроводжує процес

бронювання туристичних послуг. [19]

У сучасній науковій літературі технологія створення туристичного продукту розглядається як послідовність взаємопов'язаних етапів, які охоплюють вивчення попиту, розробку концепції подорожі, формування маршруту, відбір партнерів, калькуляцію вартості, документальне оформлення та просування туру на ринок. [41, 54] Для міжнародного автобусного туризму кожен із зазначених етапів має певну специфіку, зумовлену використанням автобуса як основного засобу пересування, необхідністю перетину державних кордонів та високою залежністю від транспортно-логістичних чинників.

У практичній діяльності туристичних підприємств технологію створення міжнародного автобусного туру доцільно розглядати як сукупність таких основних етапів (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Етапи технології розробки та організації міжнародного автобусного туру

Першим етапом є дослідження туристичного ринку та виявлення потреб потенційних споживачів. Туроператор аналізує тенденції туристичного попиту, популярність окремих напрямків, діяльність конкурентів, транспортну доступність DESTИНАЦІЙ та економічну доцільність реалізації нового маршруту.

Важливим джерелом обґрунтування доцільності створення нового туристичного продукту є статистична та маркетингова інформація. Аналіз туристичних потоків, структури попиту, сезонних коливань, діяльності конкурентів і цінової ситуації на ринку дозволяє визначити перспективність маршруту, обрати цільовий сегмент споживачів та сформуванати конкурентоспроможну програму подорожі. [46]

Для міжнародного автобусного туризму особливе значення має оцінка можливостей автомобільного сполучення між країнами, стану дорожньої інфраструктури та умов перетину державних кордонів.

Другим етапом є розробка концепції та маршруту туру. На цьому етапі визначаються країни та населені пункти, які планується включити до програми подорожі, тривалість туру, перелік і порядок відвідування екскурсійних об'єктів. Для автобусних турів особливого значення має оптимізація маршруту з метою скорочення тривалості переїздів та забезпечення комфортних умов для туристів. Під час проектування враховуються вимоги міжнародного транспортного законодавства щодо режиму праці та відпочинку водіїв, можливості розміщення автобуса на стоянках та особливості дорожнього руху в країнах маршруту.

Під час розробки міжнародного автобусного туру туроператор використовує широкий спектр інформаційних та документальних джерел. Важливе значення мають транспортні документи, зокрема схема маршруту, графік руху автобуса, паспорт маршруту та інші матеріали, що дозволяють оцінити протяжність маршруту, тривалість переїздів, можливості проходження прикордонних пунктів пропуску та відповідність маршруту вимогам транспортного законодавства. [19]

Для формування екскурсійної програми використовуються туристичні карти, путівники, довідкові видання, офіційні туристичні портали та інші

джерела інформації про туристичні ресурси й об'єкти відвідування. Вони дають змогу оцінити туристичну привабливість destinations, визначити послідовність екскурсійних заходів та сформуванню змістовне наповнення маршруту. [41]

Після розробки маршруту здійснюється відбір партнерів та постачальників послуг. Туроператор укладає договори з транспортними компаніями, засобами розміщення, екскурсійними бюро, закладами харчування та іншими суб'єктами, які беруть участь в обслуговуванні туристів. При виборі перевізника особлива увага приділяється технічному стану автобусів, рівню комфорту салону, наявності міжнародних ліцензій та досвіду виконання міжнародних перевезень.

Важливим етапом є формування вартості туристичного продукту. Калькуляція автобусного туру включає витрати на транспортне обслуговування, проживання туристів, екскурсійне обслуговування, страхування, оплату праці супроводжуючих осіб, дорожні збори та інші організаційні витрати. Особливістю автобусних турів є висока частка постійних транспортних витрат, що зумовлює значну залежність собівартості туру від кількості учасників групи.

Наступним етапом є підготовка персоналу та організація обслуговування туристів. Особлива роль у міжнародних автобусних турах належить керівнику туристичної групи, який координує виконання програми подорожі, забезпечує комунікацію між туристами, перевізниками та партнерами, контролює дотримання графіка маршруту та сприяє вирішенню організаційних питань під час подорожі. [46]

Перед виведенням нового продукту на ринок туроператори можуть здійснювати його апробацію шляхом проведення рекламно-інформаційних турів або тестових поїздок. Це дозволяє перевірити реальний час переїздів, якість обслуговування партнерів, відповідність програми заявленим характеристикам та за необхідності внести корективи до маршруту.

Завершальним етапом є просування та реалізація туристичного продукту. Для цього використовуються власні вебсайти туроператорів, соціальні мережі, системи онлайн-бронювання та мережі турагентств. У процесі просування міжнародних автобусних турів важливим є надання туристам повної інформації

щодо маршруту, умов перевезення, правил перетину кордонів, зокрема наявність безвізового режиму або необхідність оформлення візових документів, особливостей розміщення та програми подорожі.

Результатом проектування міжнародного автобусного туру є формування комплексу технологічної, фінансової та договірної документації. До основних документів належать програма туру, технологічна карта маршруту, калькуляція вартості туристичного продукту, договори з постачальниками послуг, туристичний ваучер, інформаційний лист для туристів та інші документи, необхідні для організації та реалізації туру. [19, 54]

Таким чином, технологія розробки та організації міжнародного автобусного туру являє собою комплекс взаємопов'язаних маркетингових, організаційних та логістичних заходів, спрямованих на створення конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного забезпечити безпечно та якісне обслуговування туристів.

### **1.3. Нормативно-правові засади здійснення міжнародних автобусних перевезень туристів до країн Європи**

Організація міжнародних автобусних турів здійснюється в межах нормативно-правового поля, яке поєднує національне законодавство у сфері туризму, правила регулювання ринку автомобільних перевезень, вимоги до безпеки дорожнього руху, норми захисту прав споживачів, а також міжнародні угоди й нормативні акти Європейського Союзу. Дотримання цих вимог є обов'язковою умовою забезпечення безпеки туристів, гарантування належної якості обслуговування та легітимності перетину державних кордонів.

Базові правові засади формування та реалізації автобусних турпродуктів в Україні визначаються нормативно-правовими актами, що регулюють туристичну діяльність в Україні (табл. 1.2).

**Основні нормативно-правові акти України у сфері туристичної діяльності**

Документ	Основне значення для туropolерейтингу
Закон України «Про туризм» [37]	Визначає правові засади організації туристичної діяльності, встановлює вимоги до турпродукту, туropolераторів і турагентів, закріплює права та обов'язки суб'єктів туризму.
Закон України «Про захист прав споживачів» [33]	Забезпечує захист туристів як споживачів послуг, гарантуючи їхнє право на отримання достовірної інформації про категорію автобуса, умови проживання та відшкодування збитків у разі порушення умов договору.
Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» [34]	Визначає загальні засади ліцензування господарської діяльності, встановлюючи перелік видів діяльності, що підлягають ліцензуванню, вимоги до суб'єктів господарювання, процедури отримання, переоформлення, анулювання ліцензій і контролю за дотриманням ліцензійних умов.
Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туropolераторської діяльності» [25]	Встановлює перелік вимог до юридичних осіб, що бажають здійснювати або здійснюють туropolераторську діяльність, включаючи кадрові, організаційні, фінансові (фінансове забезпечення відповідальності), технологічні та інформаційні вимоги.

Оскільки автобусні тури поєднують туристичне обслуговування та пасажирські перевезення, їхня логістична складова додатково регулюється нормативними актами, що регулюють автобусні перевезення в Україні (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

**Основні нормативно-правові акти України у сфері автобусних перевезень**

Документ	Основне значення для автобусних турів
1	2
Закон України «Про автомобільний транспорт» № 2344-III [22]	Визначає правові засади здійснення пасажирських перевезень, вимоги до перевізників, водіїв, транспортних засобів, ліцензування, права та обов'язки сторін договору.
Закон України «Про дорожній рух» № 3353-XII [23] та Постанова Кабінету Міністрів України № 1306 «Про Правила дорожнього руху» [20]	Встановлюють правила руху, вимоги до безпеки дорожнього руху, обмеження швидкості, технічного стану автобусів, обов'язків учасників руху.
Постанова Кабінету Міністрів України № 176 «Про затвердження Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту» [21]	Визначає права та обов'язки перевізників і пасажирів, порядок організації регулярних, нерегулярних, маятникових перевезень; вимоги до договорів, квитків, перевізників; правила міжнародних перевезень.

1	2
Постанова Кабінету Міністрів України № 1001 «Про порядок здійснення міжнародних перевезень пасажирів» [30]	Регламентує порядок організації міжнародних автобусних перевезень, оформлення дозволів на міжнародні маршрути, вимоги до автобусів і водіїв та перелік необхідних документів для нерегулярних міжнародних перевезень.
Постанова Кабінету Міністрів України № 1184 «Порядок здійснення державного контролю на автомобільному транспорті» [29]	Визначає процедури перевірок автобусів, контроль за режимом праці та відпочинку водіїв, дотриманням водіями швидкісних режимів, перевірку тахографів.
Наказ Міністерства транспорту та зв'язку України № 340 «Положення про робочий час і час відпочинку водіїв колісних транспортних засобів» [27]	Встановлює норми керування, перерв і відпочинку водіїв; вимоги до тахографів. Зумовлює необхідність залучення парних екіпажів (двох водіїв) на дальніх європейських маршрутах.
Наказ Міністерства інфраструктури України № 385 «Порядок встановлення та використання тахографів» [28]	Регламентує контроль режимів праці та відпочинку водіїв, визначає вимоги до встановлення, калібрування, перевірки та експлуатації тахографів на автобусах.

Особливе значення для міжнародних автобусних перевезень туристів до країн ЄС мають міжнародні нормативно-правові акти. Відповідно до чинного законодавства, якщо міжнародним договором передбачено інші правила, ніж ті, що містяться в актах України, застосовуються норми міжнародного права.

Основні нормативні акти ЄС та міжнародні угоди, що регулюють міжнародні автобусні перевезення туристів, систематизовано у додатку В.

Головним інструментом правової синхронізації є Європейська угода щодо роботи екіпажів транспортних засобів (AETR) [13], яка відповідає вимогам Регламенту (ЄС) № 561/2006 [39]. Ці документи встановлюють суворий соціальний та безпековий контроль до режиму праці та відпочинку водіїв на дорогах Європи: безперервне керування автобусом не може перевищувати 4,5 години, після чого обов'язково слідує пауза щонайменше 45 хвилин, а щоденний відпочинок водія має становити не менше 11 годин. Дані вимоги фіксуються тахографами, а їхнє порушення веде до великих штрафів та затримок рейсу.

Безпосередній доступ українських суб'єктів діяльності до європейського ринку перевезень регулюється Регламентом (ЄС) № 1073/2009 [38]. Для українського туроперейтингу юридичною основою перетину кордонів країн-

членів ЄС є Угода INTERBUS [36], що спрощує процедури та затверджує єдину форму контрольного документа – Листа поїздки для нерегулярних туристичних рейсів. Цивільно-правову площину майнових відносин та межі матеріальної відповідальності перевізника за безпеку пасажирів і збереження їхнього багажу під час транскордонного руху окреслює Конвенція CVR [18].

Таким чином, сучасне правове поле міжнародного автобусного туризму вимагає від туроператора поєднання норм вітчизняного індустріального права та суворих техніко-соціальних регламентів Європейського Союзу, що є головною запорукою безпеки та конкурентоспроможності розроблюваних турів.

Резюмуючи теоретико-методичні засади розробки та організації міжнародних автобусних турів, слід підкреслити що цей вид туризму є складним явищем, який функціонує на стику туроперейтингу та міжнародної транспортної логістики. Нормативно-правове забезпечення міжнародних автобусних перевезень туристів до країн Європи формується на основі поєднання національного туристичного та транспортного законодавства України, міжнародних угод і нормативних актів Європейського Союзу. Українське та міжнародне нормативно-правове регулювання спрямоване на визначення прав і обов'язків суб'єктів туристичної діяльності, захист прав туристів та забезпечення безпеки туристичних подорожей.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ПРАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА ТРАНСПОРТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АВТОБУСНИХ ТУРІВ ДО ЄВРОПИ (НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «IREN TOUR»)

#### 2.1. Організаційно-правова характеристика та напрями діяльності туристичної агенції «Iren TOUR»

Практичний аналіз реалізації та транспортного забезпечення автобусних турів до країн Європейського Союзу виконано на матеріалах діяльності Фізичної особи-підприємця Нужної Ірини Віталіївни, яка провадить діяльність на ринку туристичних послуг під маркою «Туристична агенція «Iren TOUR». Інформацію щодо досліджуваного суб'єкта господарювання систематизовано в таблиці 2.1.

*Таблиця 2.1*

#### Загальна характеристика туристичної агенції «Iren TOUR»

Показник	Характеристика показника
1	2
Назва	Фізична особа-підприємець Нужна Ірина Віталіївна, туристична агенція «Iren Tour»
Скорочена назва	ФОП Нужна І.В.
Юридична та фактична адреса	36039, Україна, м. Полтава, вулиця Героїв-Чорнобильців, будинок 9а, офіс 4
Контактний телефон	+38 (066) 711-07-67
Форма власності та правовий статус	Приватна; фізична особа-підприємець (ФОП)
Установчі документи	Виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців (додаток Г)
Дата державної реєстрації (старту)	01.10.2021 р.
Середньооблікова чисельність штату	3-4 особи
Категорія підприємства за розміром	Суб'єкт мікропідприємництва
Податковий режим	Спрощена система оподаткування (3 група, ставка 5%) (додаток Д)
Основний вид діяльності (КВЕД)	79.11 Діяльність туристичних агентств
Додаткові види діяльності (КВЕД)	79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність 45.20 Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів 49.39 Інший пасажирський наземний транспорт, н.в.і.у. 49.41 Вантажний автомобільний транспорт

1	2
Матеріально-технічна база підприємства	Офісне приміщення, комп'ютерна й оргтехніка, ліцензійне програмне забезпечення для бронювання туристичних послуг, сімейний парк комфортабельних автобусів єврокласу
Базові послуги на ринку	Реалізація туристичних продуктів туроператорів-партнерів; продаж внутрішніх і міжнародних турів; бронювання квитків; оформлення страхових полісів.
Додаткові послуги	Трансфери, консультації щодо правил в'їзду та виїзду
Основні географічні напрямки	Болгарія, Греція, Іспанія, Чорногорія, Албанія, Італія, Туреччина, Єгипет, ОАЕ, Шрі-Ланка, В'єтнам та ін.
Стратегічні партнери	Провідні туроператори («Join UP!», «ALF», «iTravel» та ін.), страхові компанії, європейські заклади розміщення (готелі)

Організаційно-правова форма ФОП забезпечує підприємству максимальну мобільність, гнучкість управлінських рішень та оптимізацію фіскального навантаження за рахунок використання третьої групи спрощеної системи оподаткування зі ставкою 5%. З метою повного покриття своєї фінансової відповідальності перед туристами у разі настання неплатоспроможності, ФОП Нужна І.В. має чинне фінансове забезпечення відповідальності перед туристами у формі банківської гарантії в АТ «ГлобусБанк» на суму, еквівалентну 2000 євро (копія наведена у додатку Е).

Основними напрямками діяльності туристичної агенції «Iren TOUR» є реалізація туристичних продуктів провідних українських туроператорів, організація туристичного обслуговування клієнтів та надання транспортних послуг. Підприємство працює переважно на ринку виїзного туризму, здійснюючи підбір, бронювання та продаж пакетних турів до країн Європи, Азії та Близького Сходу. У структурі продажів підприємства провідне місце займають автобусні тури до Болгарії, Греції та інших країн Європи (додаток Ж).

Важливим напрямом діяльності є реалізація автобусних турів та організація транспортного забезпечення туристичних подорожей. Завдяки наявності власного автобусного парку агенція має можливість здійснювати нерегулярні пасажирські перевезення туристичних груп, забезпечувати трансфери до місць відпочинку та надавати транспортні послуги для екскурсійних, корпоративних і шкільних поїздок.

Важливою технологічною та конкурентною перевагою агенції «Iren TOUR» є успішна диверсифікація діяльності шляхом інтеграції класичного турагентування з транспортно-логістичними послугами за КВЕД 49.39 «Інший пасажирський наземний транспорт, н.в.і.у.». Цей вид діяльності дозволяє підприємству здійснювати нерегулярні пасажирські перевезення, обслуговувати шкільні, корпоративні та туристичні групи, надавати транспортне забезпечення екскурсійних поїздок, а також надавати автобуси в оренду з водіями. Наявність власного транспорту – автобусів єврокласу моделей Neoplan, Vova та Mercedes (додаток 3), дозволяє підприємству забезпечувати гнучкість у формуванні графіків перевезень, контролювати якість транспортного обслуговування та зменшувати залежність від сторонніх перевізників.

У 2021 році (початок діяльності) агенція здійснила кілька автобусних перевезень територією України, зокрема до Кирилівки, Генічеська, Бердянська та Одеси. У 2022 році внаслідок повномасштабного вторгнення РФ до України ФОП Нужна Ірина Віталіївна тимчасово призупинила роботу, проте вже за кілька місяців агенція започаткувала надання послуг з автобусного транспортного забезпечення туристичних поїздок до болгарських курортів. Власний автобусний парк дозволив забезпечувати транспортне обслуговування туристичних груп без залучення сторонніх перевізників та підвищити контроль за якістю транспортного обслуговування туристів.

Крім реалізації туристичних продуктів, агенція надає супутні послуги, зокрема оформлення страхових полісів, бронювання транспортних квитків, консультаційну підтримку туристів щодо правил перетину кордону та вимог країн призначення. Такий комплексний підхід сприяє підвищенню рівня обслуговування клієнтів і формуванню довгострокових відносин із туристами.

Керівником туристичної агенції є Нужна Ірина Віталіївна – висококваліфікований фахівець із понад 8-річним досвідом роботи в індустрії туризму. До її компетенцій належать: укладання агентських договорів з туроператорами та договорів про співпрацю з транспортними й страховими партнерами, стратегічне маркетингове планування, управління фінансами та

матеріально-технічною базою підприємства, моніторинг відгуків клієнтів.

Мала чисельність персоналу (до 4 осіб) зумовлює використання простої лінійної структури управління, за якої всі працівники мають прямий зв'язок із керівником (рис. 2.1).

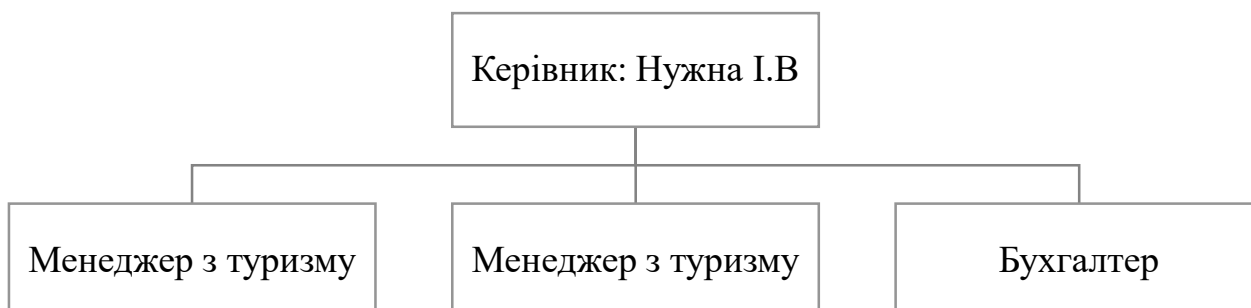


Рис. 2.1. Організаційна структура туристичної агенції «Iren TOUR»

До посадових обов'язків менеджерів із туризму входять консультування клієнтів, підбір та бронювання туристичних продуктів туроператорів-партнерів, обробка клієнтських лідів, оформлення договорів, ваучерів і страхових полісів, а також забезпечення цілодобової підтримки клієнтів у режимі 24/7. При виїзному туризмі менеджери додатково моніторять правила митного, валютного контролю та міграційні вимоги країн ЄС.

Для визначення довгострокових перспектив функціонування туристичної агенції «Iren TOUR» проведено комплексний SWOT-аналіз внутрішнього потенціалу та чинників зовнішнього ринкового середовища (табл. 2.2).

Згідно з результатами проведеного SWOT-аналізу, незважаючи на суттєвий негативний вплив факторів макросередовища (воєнний стан, падіння реальних доходів громадян, валютні коливання та паливна інфляція), «Iren TOUR» має високий рівень внутрішньої життєздатності. Головною точкою опори агенції виступає наявність власного автобусного сервісу та досвідчена команда. Проте, для зміцнення конкурентних позицій та згладжування фактора сезонності, підприємству необхідно впроваджувати низку стратегічних оптимізаційних заходів.

**SWOT-аналіз туристичної агенції «Iren TOUR»**

Компоненти аналізу	<p>Можливості (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Диджиталізація збуту.</li> <li>2. Географічна експансія: освоєння нових автобусних напрямків ближньої Європи (Греція, Чорногорія) в умовах відсутності авіасполучення.</li> <li>3. Розвиток B2B-партнерства: створення субагентської мережі на Полтавщині для консолідації та 100% завантаження власних рейсів</li> </ol>	<p>Загрози (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Воєнний стан: безпекові ризики, нестабільність логістики.</li> <li>2. Паливна й валютна інфляція: коливання курсів і зростання собівартості рейсів.</li> <li>3. Транскордонні бар'єри: непередбачувані затримки та черги на митних пунктах ЄС.</li> <li>4. Зниження платоспроможності населення та скорочення бюджетів на відпочинок.</li> </ol>
<p>Сильні сторони (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Висока кваліфікація та досвід персоналу.</li> <li>2. Наявність власного автобусного парку єврокласу.</li> <li>3. Високий рівень довіри та база постійних клієнтів.</li> <li>4. Індивідуальний підхід та сервіс підтримки 24/7.</li> </ol>	<p>Стратегії розвитку (SO-стратегії)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Масштабування бізнесу за рахунок розширення онлайн-продажів та автоматизації CRM.</li> <li>2. Використання власного автобусного парку для розширення географії міжнародних маршрутів.</li> <li>3. Розширення партнерської мережі B2B у Полтавській області.</li> </ol>	<p>Стратегії захисту (ST-стратегії)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Гнучке ціноутворення та оптимізація витрат.</li> <li>2. Використання авторитету бренду для утримання клієнтів.</li> </ol>
<p>Слабкі сторони (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Відсутність повноцінного сайту.</li> <li>2. Висока залежність від сезонних коливань попиту.</li> <li>3. Залежність від цінової політики туроператорів-партнерів у комбінованих турах.</li> </ol>	<p>Стратегії подолання (WO-стратегії)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розробка та SEO-просування інтерактивного сайту для стимулювання онлайн-бронювань.</li> <li>2. Диверсифікація портфеля послуг за рахунок менш сезонних або круглорічних екскурсійних турів.</li> </ol>	<p>Стратегії уникнення (WT-стратегії)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Регулярне навчання менеджерів та впровадження антикризових програм лояльності.</li> <li>2. Розширення кола резервних транспортних партнерів на випадок пікових навантажень або технічних несправностей.</li> </ol>

Отже, туристична агенція «Iren TOUR» є суб'єктом мікропідприємництва, який поєднує діяльність туристичного агента з наданням транспортних послуг, що створює передумови для формування конкурентних переваг на ринку автобусного туризму до країн Європи.

## 2.2. Особливості співпраці туристичної агенції «Iren TOUR» з туроператорами при реалізації автобусних турів до Європи

Для реалізації автобусних турів до країн Європейського Союзу туристична агенція «Iren TOUR» співпрацює з провідними українськими туроператорами, зокрема «Join UP!», «ALF», «iTravel» та іншими. Взаємодія з контрагентами будується на підставі агентських договорів, які передбачають чітке розмежування функцій, зон фінансової відповідальності та правових зобов'язань.

У межах цієї співпраці туроператор бере на себе технологічний цикл формування комплексного туристичного продукту, включаючи укладання договорів із закладами розміщення, організацію транспортного обслуговування, розроблення маршрутів подорожей та формування пакета туристичних послуг. Крім того, туроператор несе відповідальність за виконання програми туру та забезпечення туристів послугами, передбаченими договором. [41]

Водночас ТА «Iren TOUR» здійснює просування туристичних продуктів на регіональному ринку, консультування клієнтів, бронювання турів, оформлення необхідної документації та супровід туристів на етапі підготовки до подорожі (табл. 2.3). За реалізацію туристичних продуктів туроператорів агенція отримує агентську винагороду (комісію) за кожний проданий тур.

Таблиця 2.3

### Розподіл функцій і відповідальності туроператора та турагента при реалізації автобусних турів

Функція	Туроператор	Турагент («Iren TOUR»)
Розроблення туристичного продукту	+	-
Укладання договорів з готелями та перевізниками	+	-
Формування вартості туру	+	-
Реклама туристичного продукту	+	+
Консультування туриста	-	+
Продаж туристичного продукту	-	+
Приймання оплати від туриста	+	+
Оформлення документів туриста	-	+
Організація обслуговування туристів під час подорожі	+	-
Вирішення проблемних ситуацій під час подорожі	+	+

Як свідчать дані таблиці 2.3, діяльність туристичної агенції зосереджена переважно на консультаційно-посередницьких функціях та роботі з клієнтами, тоді як туроператор відповідає за формування туристичного продукту та надання туристичних послуг.

Схему взаємодії туристичної агенції «Iren TOUR» з туроператорами під час реалізації автобусних турів наведено на рис. 2.2.



Рис. 2.2. Схема взаємодії туроператора, туристичної агенції «Iren TOUR» та туриста при реалізації автобусного туру

Як видно з рис. 2.2, агенція є посередником між туроператором і туристом, забезпечує комунікацію між сторонами та організує процес продажу автобусних турів, сформованих туроператорами-партнерами. Приклади автобусних турів до Болгарії, які реалізуються ТА «Iren TOUR», наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

**Приклади автобусних програм туроператорів-партнерів до Болгарії, що реалізуються через ТА «Iren TOUR»,  
(травень 2026 р.)**

Туроператор	Назва туру	Маршрут	Днів	Вартість, євро
Join UP!	Болгарія + Несебр	Україна – Сонячний берег – Несебр – Україна	8–10	від 500
ALF	Болгарія + Стамбул	Україна – Болгарія – Стамбул – Україна	8–11	від 550
Аккорд-Тур	Болгарія: Сонячний берег і Несебр	Львів – Болгарія – Львів	8–10	від 350
Адріатік Тревел	Автобус у Болгарію зі Львова	Львів – Варна – Несебр – Сонячний берег	7–10	від 90 євро транспортний пакет або від 400 євро турпакет
Євротур	Софія та Банско	Львів – Софія – Банско – Львів	6	від 190

*Джерела: узагальнено автором на основі офіційних прайс-листів туроператорів*

Дані табл. 2.4 свідчать, що туристична агенція «Iren TOUR» співпрацює з туроператорами, які пропонують різні формати автобусних подорожей до Болгарії: від класичних пляжних турів до комбінованих програм, що поєднують відпочинок на узбережжі з екскурсійним обслуговуванням. Найпопулярнішими є тури тривалістю 7–10 ночей із проживанням на курортах Сонячний Берег, Золоті Піски, Несебр та Святий Влас. Орієнтовна вартість таких програм становить 400–700 євро залежно від сезону, категорії готелю та складу включених послуг.

Продаж міжнародних автобусних турів потребує від менеджерів агенції великого обсягу переддоговірної та консультаційної роботи. Подорож автобусом характеризується тривалим перебуванням пасажирів у замкненому просторі та залежністю від дорожніх умов, що вимагає детального інформування клієнтів щодо графіка руху, планових санітарних зупинок, специфіки митного й прикордонного контролю на кордонах ЄС, а також правил поведінки в салоні. Саме тому консультаційний супровід та донесення повної інформації до туристів є пріоритетним технологічним завданням персоналу «Iren TOUR».

Специфічною рисою та важливою конкурентною перевагою ТА «Iren TOUR» на регіональному ринку є поєднання суто посередницької діяльності з наданням власних транспортних послуг. Наявність парку комфортабельних автобусів єврокласу дозволяє не лише виступати роздрібним продавцем стандартних операторських програм, а й пропонувати туроператорам-партнерам власний рухомий склад для логістичного забезпечення їхніх рейсів. Така комбінована модель співпраці суттєво підвищує фінансову стійкість агенції, генерує додатковий дохід, забезпечує контроль якості пасажирських перевезень та дозволяє оперативно коригувати дорожню логістику в інтересах туристів.

Узагальнюючи особливості взаємодії суб'єктів ринку, можна зробити висновок, що ефективність реалізації європейських автобусних програм агенцією «Iren TOUR» досягається завдяки вдалому поєднанню класичного посередницького дистрибуційного ланцюга туроператорів із гнучким використанням власних логістичних ресурсів. Чіткий розподіл функцій та меж

відповідальності мінімізує комерційні ризики для агенції, тоді як наявність власного автопарку та висока робота персоналу на етапі консультування дозволяють нівелювати специфічні недоліки автобусних подорожей. Така модель взаємодії сприяє підтримці стабільних зв'язків із туроператорами та дозволяє формувати постійну клієнтську базу в регіоні завдяки контролю умов перевезення пасажирів на маршруті.

### **2.3 Аналіз практики транспортного обслуговування та супроводу туристів під час автобусних турів до Болгарії**

Автобусні тури до Болгарії займають провідне місце в діяльності туристичної агенції «Iren TOUR» та є одним із найбільш затребуваних напрямів міжнародного туризму серед її клієнтів. Після початку повномасштабної війни в Україні та припинення роботи вітчизняних аеропортів попит на автобусні перевезення суттєво зріс, що зумовило переорієнтацію діяльності агенції на розвиток виїзних автобусних турів до європейських країн.

За період з червня 2025 року по травень 2026 року послугами туристичної агенції «Iren TOUR» скористалося понад 450 клієнтів. З них 290 обрали саме тури до Болгарії, у тому числі з них близько 218 – пляжний відпочинок, 72 – екскурсійні автобусні тури. Популярність цього напрямку пояснюється оптимальним співвідношенням ціни та якості відпочинку, широким вибором курортів, можливістю організації сімейного відпочинку, зручним транспортним сполученням з Україною.

«Iren TOUR» організовує регулярні виїзди з Полтави до болгарських курортів, що дозволяє контролювати якість транспортного обслуговування та забезпечувати стабільність перевезень.

Маршрут автобусного туру проходить через населені пункти: Полтава – Кременчук – Кропивницький – Умань – Одеса – Ізмаїл – Констанца – Золоті Піски – Варна – Святий Влас – Сонячний Берег – Несебр.

Для перевезення туристів використовуються комфортабельні автобуси туристичного класу, обладнані системами кондиціонування повітря, безкоштовним Wi-Fi або Starlink, USB-розетками для заряджання мобільних пристроїв, біотуалетами та ергономічними кріслами. Використання сучасного транспорту сприяє підвищенню комфортності подорожі та позитивно впливає на загальну оцінку якості туристичного продукту.

Важливою складовою організації автобусних турів є супровід туристів на всіх етапах обслуговування. Працівники агенції здійснюють консультаційну підтримку клієнтів від моменту вибору туру до завершення подорожі. Під час консультування туристам надається повна інформація щодо маршруту, графіка руху автобуса, правил перетину державного кордону, умов проживання та особливостей перебування в країні відпочинку. Під час оформлення договорів менеджери агенції зазначають маршрут подорожі, дату та час виїзду і повернення, категорію готелю, систему харчування, вартість туристичного продукту та інші істотні умови договору.

Основні етапи супроводу туристів під час автобусних турів до Болгарії наведено в табл. 2.5.

*Таблиця 2.5*

#### **Етапи супроводу туристів під час автобусного туру до Болгарії**

Етап обслуговування	Зміст роботи ТА «Iren TOUR»
Консультування	Підбір туру відповідно до потреб туриста
Бронювання	Укладання договору та оформлення документів
Перед виїздом	Надання інформації про маршрут, правила подорожі та перелік необхідних документів
Під час перевезення	Координація туристів та інформаційна підтримка
Після прибуття	Організація трансферу до готелю та взаємодія з приймаючою стороною
Під час відпочинку	Консультаційна підтримка туристів та вирішення організаційних питань

Одним із показників ефективності організації автобусних турів є структура попиту за окремими курортами Болгарії. Аналіз реалізованих турів свідчить, що найбільшим попитом серед клієнтів користуються Сонячний Берег та Золоті Піски (табл. 2.6).

**Структура реалізованих автобусних турів ТА «Iren TOUR» до Болгарії,  
2025 р.**

Напрямок автобусного туру	Кількість проданих турів, од.	Частка, %
Сонячний Берег	155	53,4
Золоті Піски	110	37,9
Несебр	15	5,2
Святий Влас	10	3,5
Разом	290	100,0

Аналіз структури реалізованих автобусних турів до Болгарії свідчить, що найбільшим попитом користуються маршрути до курорту Сонячний Берег, частка якого перевищує половину всіх реалізованих турів. Це пояснюється доступною ціновою політикою, розвиненою туристичною інфраструктурою та широким вибором готелів. Друге місце посідають Золоті Піски, які приваблюють туристів високим рівнем сервісу та комфортними умовами відпочинку.

Економічну ефективність реалізації автобусних турів доцільно оцінювати через обсяги реалізації туристичного продукту та комісійний дохід туристичної агенції. За даними Join UP! Україна середня вартість автобусного туру у 2025 році коливалася від 400 до 800 євро залежно від довжини маршруту, тривалості поїздки, рівня обслуговування тощо і становила близько 661 євро на одного туриста [8]. Показник середньої вартості туру по туристичній агенції «Iren TOUR» дещо нижчий і становить близько 580 євро. Як зазначалося вище, за 2025 рік 72 клієнти ТА «Iren TOUR» замовили екскурсійні автобусні до Болгарії, загальна вартість проданого туристичного продукту (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

**Оцінка економічної ефективності реалізації ТА «Iren TOUR»  
автобусних турів до Болгарії, 2025 р.**

Показник	Значення
Кількість реалізованих турів, од.	72
Середня вартість туру, євро	580
Загальна вартість реалізованих турів, євро	41700
Середня агентська комісія, %	10
Орієнтовний комісійний дохід агенції, євро	4170

Комісійний дохід визначається за формулою:

$$K_d = O \times K / 100, \quad (2.1)$$

де:  $K_d$  – комісійний дохід агенції, євро;

$O$  – обсяг реалізованих турів, євро;

$K$  – розмір агентської комісії, %.

Розрахунки свідчать про економічну доцільність розвитку автобусного напрямку в діяльності ТА «Iren TOUR». Стабільний попит, наявність власної транспортної бази та співпраця з провідними туроператорами забезпечують конкурентні переваги на регіональному ринку туристичних послуг.

Таким чином, практика транспортного обслуговування та супроводу туристів під час автобусних турів до Болгарії характеризується високим рівнем організації, використанням сучасних транспортних засобів та комплексним інформаційним супроводом клієнтів. Поєднання власних транспортних можливостей із партнерськими туристичними програмами дозволяє агенції формувати якісний туристичний продукт та підтримувати стабільний попит на автобусні тури до Болгарії.

## РОЗДІЛ 3

### УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ РОЗРОБКИ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОБУСНИХ ТУРІВ ДО ЄВРОПИ

#### **3.1. Сучасні підходи до розробки міжнародних автобусних турів та підвищення якості туристичного продукту**

Європейський регіон традиційно посідає провідні позиції у сфері міжнародного автобусного туризму. Високий рівень попиту на автобусні подорожі обумовлений розвиненою транспортною інфраструктурою, незначними відстанями між туристичними центрами, широкими можливостями транскордонного переміщення та високою концентрацією об'єктів історико-культурної і природної спадщини. Найбільший попит на європейському туристичному ринку мають маршрути до Італії, Франції, Іспанії, Німеччини та країн Бенілюксу. [11; 62]

В умовах сучасних викликів для українського туристичного ринку міжнародні автобусні тури набули особливого значення. Для багатьох туристів автобусний транспорт став не лише економічно доступною альтернативою авіап перевезенням, а й одним із найбільш практичних способів організації подорожей за кордон. Вибір такого формату подорожей значною мірою визначається передбачуваністю витрат, можливістю отримання комплексного туристичного обслуговування та спрощенням організаційних процедур. [3]

Посилення конкуренції на туристичному ринку та зростання вимог споживачів зумовлюють необхідність постійного вдосконалення туристичного продукту. Аналіз сучасних тенденцій розвитку міжнародного автобусного туризму дозволяє виокремити кілька ключових напрямів підвищення його якості та конкурентоспроможності.

Першим напрямом є модернізація транспортного обслуговування та підвищення рівня комфорту перевезень [6; 60; 61]. Незважаючи на доступність автобусних подорожей, тривалі переїзди залишаються одним із головних

чинників, що впливають на задоволеність туристів. Тому для підвищення комфортності автобусних турів доцільно впроваджувати комплекс заходів, спрямованих на покращення умов перебування туристів під час подорожі. Насамперед важливим є використання сучасних туристичних автобусів, обладнаних системами клімат-контролю, бездротовим доступом до мережі Інтернет, мультимедійними системами з моніторами для перегляду інформаційних та розважальних матеріалів, USB-роз'ємами для заряджання мобільних пристроїв, а також ергономічними кріслами з можливістю регулювання положення спинки, висувними підставками для ніг і достатнім простором між рядами сидінь. Комфорт пасажирів також підвищується завдяки наявності індивідуального освітлення, забезпеченню туристів питною водою, підтриманню оптимального температурного режиму та раціональному плануванню санітарних зупинок через кожні 2–3 години руху. Додатковими чинниками підвищення якості транспортного обслуговування можуть бути використання електронних систем інформування про маршрут, наявність аптечки розширеного складу, можливість попереднього вибору місць в автобусі під час бронювання туру та облаштування спеціальних зон для розміщення ручної поклажі. Реалізація зазначених заходів сприятиме підвищенню рівня задоволеності туристів, формуванню позитивного споживчого досвіду та зміцненню конкурентоспроможності автобусних турів на туристичному ринку.

Перспективним напрямом удосконалення транспортного обслуговування є впровадження концепції *sleep bus* (сліп-басів). Такі автобуси обладнуються спеціальними місцями для відпочинку напівлежачого або лежачого типу, що дозволяють значно підвищити комфорт туристів під час тривалих переїздів. Використання сліп-басів сприяє зменшенню фізичного навантаження на пасажирів, покращенню якості нічних переїздів та скороченню потреби у додаткових транзитних ночівлях. Хоча ця концепція поки що не набула широкого поширення на європейському туристичному ринку, вона розглядається як один із перспективних напрямів розвитку міжнародних автобусних перевезень. [63]

Другим напрямом є диверсифікація туристичного продукту. Сучасний туристичний ринок характеризується високим рівнем сегментації попиту, тому традиційні автобусні тури поступово доповнюються новими форматами подорожей. Особливу популярність набувають комбіновані екскурсійно-пляжні тури, гастрономічні маршрути, фестивальні та подієві тури, оздоровчі й бальнеологічні програми, а також тури вихідного дня. Розширення асортименту туристичних продуктів дозволяє залучати нові категорії туристів, підвищувати рівень задоволеності клієнтів та зменшувати негативний вплив сезонності на діяльність туристичних підприємств. [41]

Одним із напрямів диверсифікації туристичного продукту може стати розширення асортименту автобусних турів до Болгарії шляхом включення до маршрутів таких об'єктів:

- гірськолижних курортів – Банско, Боровець та Пампорово;
- історичних пам'яток – Рільський монастир, Велико-Тирново, Несебр та інші;
- Національними парками – національних парків – Пірін, Ріла, Центральний Балкан, природним парком Странджа, заповідниками Сребирна, Вітоша тощо.

Третім напрямом є персоналізація туристичного продукту. Якщо раніше автобусні тури орієнтувалися переважно на стандартизовані групові програми, то сьогодні туристи дедалі частіше прагнуть індивідуалізації подорожей. У зв'язку з цим доцільно впроваджувати модульний принцип формування турів, що дозволяє клієнтам самостійно обирати окремі екскурсії, варіанти харчування тощо. Такий підхід забезпечує більшу гнучкість туристичного продукту та сприяє формуванню позитивного споживчого досвіду. [5]

Четвертим напрямом є створення комплексного туристичного досвіду. Сучасні туристи дедалі більше орієнтуються не лише на відвідування певної дестинації, а й на отримання цілісних вражень від подорожі. У зв'язку з цим при розробці автобусних турів важливого значення набуває поєднання транспортного обслуговування, екскурсійних програм, гастрономічних заходів,

культурних подій та інтерактивних елементів. Формування тематичних маршрутів сприяє підвищенню емоційної цінності туристичного продукту та створює додаткові конкурентні переваги для туристичних підприємств. [41; 58]

П'ятим напрямом є розвиток концепції сталого та екологічно відповідального туризму. Автобусний транспорт загалом вважається одним із найбільш екологічно ефективних видів масових пасажирських перевезень [6] В умовах посилення уваги до проблем зміни клімату та раціонального використання природних ресурсів туристичні підприємства дедалі активніше впроваджують екологічні практики. До таких заходів належать використання сучасних автобусів із нижчим рівнем викидів шкідливих речовин, оптимізація маршрутів для скорочення споживання пального, а також популяризація екологічно відповідальної поведінки серед туристів. [69]

Шостим напрямом є розвиток партнерських мереж та підвищення професійної компетентності супроводжуючого персоналу. Якість автобусного туру значною мірою залежить від ефективної взаємодії між туроператорами, туристичними агенціями, перевізниками, засобами розміщення та приймаючими сторонами. Налагодження довгострокових партнерських відносин сприяє підвищенню стабільності обслуговування, забезпечує конкурентні умови співпраці та дозволяє формувати більш привабливі туристичні пропозиції. Водночас важливу роль у забезпеченні якості туристичного продукту відіграє гід-супроводжувач, який координує діяльність туристичної групи, забезпечує інформаційний супровід подорожі та вирішує організаційні питання під час маршруту. Тому підвищення кваліфікації супроводжуючого персоналу залишається одним із важливих напрямів удосконалення автобусних турів. [46]

Отже, подальший розвиток міжнародного автобусного туризму повинен ґрунтуватися на модернізації транспортного обслуговування, диверсифікації та персоналізації туристичного продукту, впровадженні принципів сталого розвитку, створенні комплексного туристичного досвіду та зміцненні партнерських зв'язків між учасниками туристичного ринку. Реалізація зазначених підходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності

туристичних підприємств, покращенню якості туристичного продукту та зростанню попиту на міжнародні автобусні подорожі.

### **3.2. Напрями використання цифрових технологій у розробці та організації автобусних турів**

Бурхливий розвиток цифрових технологій створює нові можливості для вдосконалення процесів розробки, просування та реалізації туристичних продуктів. Туристична індустрія є однією з галузей, яка активно впроваджує цифрові інновації, оскільки якість туристичного обслуговування значною мірою залежить від швидкості обробки інформації, оперативності комунікації та ефективності управління туристичними потоками. Особливо актуальним використання цифрових технологій є для організації міжнародних автобусних турів, де важливими чинниками виступають координація маршруту, контроль часу, безпека перевезень та інформаційний супровід туристів. [12]

Практика функціонування провідних туристичних компаній свідчить, що сучасні цифрові технології поступово охоплюють усі етапи створення туристичного продукту – від дослідження попиту та формування маршруту до післяпродажного супроводу клієнтів. Найбільшого поширення набули системи онлайн-бронювання, мобільні застосунки, GPS-навігація, геоінформаційні системи, технології штучного інтелекту, хмарні сервіси, інструменти цифрового маркетингу та аналітики великих даних. [15]

Одним із найважливіших напрямів використання цифрових технологій у сфері автобусного туризму є оптимізація туристичних маршрутів. Сучасні навігаційні системи дозволяють враховувати дорожню ситуацію в режимі реального часу, інтенсивність транспортних потоків, погодні умови, ремонтні роботи на дорогах та можливі затримки під час проходження кордонів. Завдяки цьому туристичні компанії можуть обирати найбільш ефективні маршрути, скорочувати тривалість переїздів та зменшувати витрати на паливо. [51]

Основні напрямки використання цифрових технологій для оптимізації туристичних маршрутів у рамках розробки та організація автобусних турів узагальнено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

**Основні напрямки використання цифрових технологій  
для оптимізації туристичних маршрутів [69]**

Цифрові технології	Приклади програм / інструментів	Сфера застосування в оптимізації	Позитивний ефект
1	2	3	4
Геоаналітика, GPS-навігація	QGIS, Kili Technology, Mapbox, HERE Technologies	Маршрутизація та моніторинг туристичних потоків	Запобігання перенавантаженню, покращення стану довкілля у туристичних зонах
Інтелектуальні транспортні системи (ITS) – Smart Parking Systems, Public Transport Monitoring Systems, Bike/Scooter Sharing Systems тощо	Parkopedia, Moovit, Transit, Citymapper, Bolt	Оптимізація пересування	Зниження викидів і вуглецевого сліду, покращення транспортного потоку
Big Data-аналітика Apache Hadoop, Snowflake, IBM Cognos Analytics, Microsoft Azure Synapse Analytics	Google BigQuery, Smart Tourism Intelligence System (SIT), 3sixty, Smart Destinations Platform	Аналіз великих масивів даних про туристичні потоки, поведінку відвідувачів, планування та управління на основі інсайтів у реальному часі.	Обґрунтоване планування навантаження, запобігання перенавантаженню, оптимізація туристичної інфраструктури, зменшення екологічного впливу.
Штучний інтелект (AI) і машинне навчання	ChatGPT (OpenAI), Google AI Platform, Google Gemini, Microsoft Azure AI, IBM Watson, TensorFlow, H2O.ai	Аналіз туристичних даних для прогнозування попиту; оптимізація маршрутів і логістики; персоналізація сервісів; підтримка прийняття рішень	Підвищення точності прогнозів, зниження перевантаження туристичних зон, оптимізація ресурсів, мінімізація екологічного впливу.
Інтелектуальні системи бронювання	Booking.com, Airbnb, Amadeus, Galileo, Sabre	Персоналізація пропозицій, управління попитом, оптимізація ресурсів (готелі, транспорт, екскурсії)	Раціональне використання ресурсів, зниження вуглецевого сліду за рахунок оптимізації завантаженості

Продовж. табл. 3.1

1	2	3	4
Мобільні додатки для туристів (еко-гіди, карти тощо)	AllTrails, iNaturalist, Green Travel App	Надання туристам екологічної інформації, оптимізація пересування	Зростання екологічної обізнаності туристів, зменшення негативного впливу на екологію
Інтерактивні (цифрові) мапи та інформаційні екрани	Touch Screen Kiosks, Visit Seattle App Maze Map, IndoorAtlas	Інформування туристів у режимі реального часу, інтерактивна навігація та взаємодія	Підвищення екологічної свідомості, сприяння відповідальній поведінці туристів

За даними табл. 3.1 слід відзначити багатовимірність і динамічність напрямів цифрових технологій у розробці та організації автобусних турів.

Особливого значення набуває використання геоінформаційних систем (GIS-технологій), які дозволяють комплексно аналізувати туристичні ресурси території, транспортну доступність об'єктів, місця відпочинку та харчування туристів. Використання таких систем дає змогу формувати більш збалансовані маршрути, уникати надмірного транспортного навантаження та підвищувати якість туристичного продукту. [64]

Важливим напрямом цифровізації є автоматизація процесу бронювання туристичних послуг. Онлайн-системи бронювання дозволяють туристам самостійно ознайомлюватися з пропозиціями, порівнювати варіанти розміщення, отримувати актуальну інформацію про вартість турів та здійснювати оплату в дистанційному режимі. Для туристичних підприємств це забезпечує скорочення витрат часу на обробку заявок, мінімізацію помилок та підвищення ефективності роботи з клієнтами. [9]

Для туристичної агенції «Iren TOUR» доцільним є впровадження сучасного вебсайту з функцією онлайн-бронювання автобусних турів, можливістю вибору місць в автобусі, автоматичним формуванням договорів та електронних ваучерів. Це дозволить підвищити зручність для клієнтів та розширити географію продажів туристичних продуктів.

Суттєві можливості для підвищення якості обслуговування відкриває

використання мобільних застосунків. За допомогою таких сервісів туристи можуть отримувати інформацію про маршрут подорожі, час та місце відправлення автобуса, перелік запланованих екскурсій, контакти супроводжуючих осіб, електронні квитки та ваучери. Оперативне інформування про зміни у програмі туру дозволяє знизити рівень невизначеності та підвищити комфорт туристів під час подорожі. [12]

Перспективним напрямом є впровадження цифрових екскурсійних сервісів. Використання QR-кодів, мобільних аудіогідів, інтерактивних карт та електронних путівників дозволяє туристам отримувати додаткову інформацію про об'єкти відвідування у зручному форматі. Особливо актуальними такі рішення є під час міжнародних автобусних турів, що охоплюють значну кількість туристичних локацій.

Окремої уваги заслуговує використання технологій штучного інтелекту. На сьогодні ШІ стає одним із ключових інструментів управління туристичними процесами. Інтелектуальні чат-боти можуть здійснювати первинне консультування клієнтів, надавати інформацію щодо маршрутів, програм турів, вартості послуг та умов бронювання. Це дозволяє забезпечити цілодобову комунікацію з потенційними туристами та скоротити навантаження на персонал підприємства [67].

Крім того, технології штучного інтелекту можуть використовуватися для аналізу поведінки споживачів та прогнозування попиту на туристичні послуги. На основі аналізу попередніх бронювань, пошукових запитів та відгуків клієнтів можливо визначати найбільш перспективні напрямки, прогнозувати сезонні коливання попиту та формувати персоналізовані туристичні пропозиції. [56]

Важливим напрямом цифровізації є використання технологій великих даних (Big Data). Аналіз значних масивів інформації про туристичні потоки, поведінку клієнтів та тенденції ринку дозволяє туристичним підприємствам приймати більш обґрунтовані управлінські рішення, оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища та підвищувати ефективність маркетингової діяльності. [65]

Особливого значення цифрові технології набувають у сфері маркетингових комунікацій. Соціальні мережі, відеоплатформи, контекстна реклама та інструменти таргетованого просування дозволяють туристичним підприємствам ефективно взаємодіяти зі споживачами.

Для ТА «Iren TOUR» перспективним напрямом є активне використання соціальних мереж для демонстрації відеооглядів курортів, автобусів, готелів та екскурсійних програм. Публікація відгуків туристів, фото- та відеоконтенту сприятиме формуванню позитивного іміджу підприємства та підвищенню довіри клієнтів.

Використання цифрових технологій також сприяє розвитку екологічно відповідального туризму. Завдяки оптимізації маршрутів, скороченню непродуктивних переїздів, переходу на електронний документообіг та зменшенню використання паперових носіїв інформації туристичні підприємства можуть знижувати негативний вплив своєї діяльності на навколишнє середовище. [69]

Разом із перевагами цифровізація туристичної діяльності супроводжується певними ризиками. Насамперед це стосується захисту персональних даних клієнтів, кібербезпеки інформаційних систем та забезпечення надійного функціонування цифрових сервісів. Тому впровадження новітніх технологій повинно супроводжуватися використанням сучасних засобів захисту інформації та дотриманням вимог законодавства щодо обробки персональних даних. [15]

Отже, використання цифрових технологій у розробці та організації автобусних турів є одним із ключових напрямів підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств. Вони забезпечують оптимізацію маршрутів, автоматизацію процесів бронювання, підвищення рівня безпеки та комфорту туристів, розвиток персоналізованих послуг і вдосконалення маркетингових комунікацій.

### 3.3. Розробка та організація міжнародного автобусного туру до Болгарії з використанням цифрових технологій

В умовах зростання попиту на доступні міжнародні подорожі одним із перспективних напрямів розвитку автобусного туризму залишається організація турів до Болгарії. З метою демонстрації можливостей удосконалення процесу розробки та організації автобусних турів із використанням сучасних цифрових технологій пропонується модельний туристичний продукт «Балканська мозаїка: від Чорного моря до гір Ріли», розрахований на 10 днів/9 ночей (додаток И). Маршрут передбачає виїзд із Полтави, транзит територією України та Румунії, екскурсійний маршрут охоплює такі міста Болгарії як Велико-Тирново, Софія, Ріла (Рільський монастир), Банско, Пловдив, Несебр, Сонячний Берег, Созополь, Бургас та Варну з відвідуванням визначних туристичних об'єктів країни.

Таблиця 3.2

#### Інноваційні елементи обслуговування в авторському автобусному турі «Балканська мозаїка: від Чорного моря до гір Ріли»

Етап туристичного обслуговування	Інноваційний інструмент	Практичне застосування
1	2	3
Бронювання туру	Онлайн-система бронювання	Самостійний вибір туру, дати подорожі та місць в автобусі через вебсайт туроператора
Підтвердження замовлення	Електронний договір та ваучер	Автоматичне формування документів і надсилання туристу електронною поштою
Передтурова комунікація	Чат-бот у Telegram або Viber	Надання відповідей на поширені запитання, інформування про документи та особливості маршруту
Перед виїздом	Мобільний застосунок туриста	Доступ до програми туру, контактів супроводжуючого, карти маршруту та електронних документів
День 1. Переїзд Полтава – Чернівці – Румунія	GPS-моніторинг автобуса	Відстеження місцезнаходження автобуса туристами та менеджерами компанії в режимі реального часу
День 2. Велико-Тирново	QR-гід туристичними об'єктами	Отримання додаткової інформації про фортецю Цареvecь та історичні пам'ятки через QR-коди
День 3. Софія	Аудіогід у мобільному застосунку	Самостійне ознайомлення з туристичними об'єктами під час вільного часу

1	2	3
День 4. Рільський монастир, Банско	Геоінформаційні сервіси (GIS)	Навігація маршрутом та інформування туристів про об'єкти
День 5. Національний парк Пірін	Інтерактивна карта маршруту	Відображення туристичних стежок, місць відпочинку та оглядових майданчиків
День 6. Пловдив	QR-коди біля туристичних об'єктів	Доступ до мультимедійного контенту, історичних довідок та архівних фото
День 7. Несебр	Доповнена реальність (AR)	Візуалізація історичного вигляду архітектурних пам'яток міста
День 8. Созополь – Бургас	Персоналізовані рекомендації	Формування індивідуальних пропозицій щодо додаткових екскурсій та дозвілля
День 9. Варна	Електронні квитки та ваучери	Безконтактне використання туристичних документів під час відвідування об'єктів
Під час усього маршруту	Push-повідомлення у мобільному застосунку	Оперативне інформування про зміни програми, час збору групи та погодні умови
Під час усього маршруту	Хмарна CRM-система	Координація роботи туроператора, супроводжуючого та партнерів маршруту
Після завершення туру	Онлайн-анкетування туристів	Збір відгуків та оцінка якості обслуговування
Після завершення туру	Аналіз великих даних (Big Data)	Узагальнення результатів анкетування та вдосконалення майбутніх турів
Після завершення туру	Автоматизована e-mail-розсилка	Надсилання подяки за участь у турі, фотоархіву та персоналізованих пропозицій на майбутні подорожі

Першим етапом розробки туру є дослідження туристичного попиту та визначення цільової аудиторії. Для цього можуть використовуватися інструменти цифрової аналітики, зокрема Google Trends, сервіси моніторингу туристичного ринку, аналітичні платформи соціальних мереж та системи аналізу пошукових запитів. Застосування таких інструментів дозволяє визначити найбільш популярні туристичні напрямки, оцінити сезонні коливання попиту та сформуванати пропозицію, що максимально відповідає потребам потенційних туристів. Основною цільовою аудиторією запропонованого туру можуть виступати сім'ї з дітьми, молодь та туристи середнього віку, які орієнтуються на поєднання пляжного відпочинку та екскурсійної програми.

Другим етапом є формування маршруту подорожі. На цьому етапі важливу роль відіграють цифрові навігаційні технології та геоінформаційні системи. Для оптимізації маршруту можуть використовуватися Google Maps, Waze та

спеціалізовані GIS-платформи, які дозволяють аналізувати відстані між об'єктами, стан транспортної інфраструктури, можливі затори та альтернативні варіанти пересування.

Застосування цифрових систем планування маршрутів дозволяє оптимізувати тривалість переїздів, забезпечити дотримання режиму праці та відпочинку водіїв, а також мінімізувати транспортні витрати.

Третім етапом є підбір партнерів та формування пакета туристичних послуг. До складу туристичного продукту можуть входити транспортне обслуговування, проживання в готелі, страхування, супровід керівника групи та екскурсійна програма. Для управління взаємодією з партнерами доцільно використовувати CRM-системи, які дозволяють накопичувати інформацію про контрагентів, контролювати умови співпраці та автоматизувати документообіг.

Четвертим етапом є розрахунок вартості туристичного продукту. Сучасні цифрові технології дають можливість автоматизувати фінансові розрахунки шляхом використання електронних таблиць, спеціалізованих програмних комплексів та онлайн-калькуляторів туристичних послуг. Автоматизація розрахунків дозволяє оперативно змінювати вартість туру залежно від сезону, завантаженості маршруту або зміни тарифів постачальників послуг.

П'ятим етапом є організація продажу туристичного продукту. Для цього доцільно використовувати сучасний вебсайт із функцією онлайн-бронювання, електронної оплати та автоматичного формування туристичної документації. Клієнти можуть самостійно ознайомлюватися з програмою туру, переглядати доступні дати виїзду, бронювати місця в автобусі та здійснювати оплату через електронні платіжні системи. Це суттєво підвищує доступність туристичного продукту та скорочує витрати часу на оформлення замовлень.

Шостим етапом є інформаційний супровід туристів під час подорожі. Для цього можуть використовуватися мобільні застосунки, месенджери та спеціалізовані туристичні платформи. Перед початком туру кожен турист отримує електронний пакет документів, програму подорожі, контакти супроводжувачих осіб та посилання на інформаційні ресурси. Під час подорожі

учасники туру можуть оперативно отримувати повідомлення про зміни у програмі або особливості проходження окремих етапів маршруту.

Важливим інноваційним елементом організації туру може стати використання цифрових екскурсійних сервісів. Під час відвідування туристичних об'єктів туристи можуть користуватися QR-кодами, електронними путівниками, інтерактивними картами та мобільними аудіогідами. Такі рішення забезпечують додатковий доступ до інформації та підвищують якість екскурсійного обслуговування.

Окремим напрямом цифровізації є використання технологій штучного інтелекту. На етапі продажу чат-боти можуть консультувати клієнтів щодо умов подорожі та допомагати з оформленням бронювання. Після завершення туру ШІ може використовуватися для аналізу відгуків туристів, визначення рівня задоволеності клієнтів та виявлення напрямів вдосконалення турпродукту.

Запропонований підхід дозволяє поєднати традиційні переваги автобусного туризму з сучасними цифровими технологіями. Використання цифрових інструментів на всіх етапах розробки та організації туристичного продукту сприяє підвищенню ефективності управління, покращенню якості обслуговування туристів, оптимізації витрат та зміцненню конкурентних позицій туристичних підприємств на ринку міжнародних автобусних перевезень.

Таким чином, удосконалення процесів розробки та організації міжнародних автобусних турів доцільно здійснювати на основі поєднання сучасних управлінських підходів, інноваційних технологій та клієнтоорієнтованих принципів формування туристичного продукту. Реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню привабливості автобусних турів для споживачів, зміцненню ринкових позицій туристичних підприємств та підвищенню ефективності процесів розробки й реалізації туристичного продукту.

## ВИСНОВКИ

Дослідження теоретичних, методичних та практичних засад розробки та організації автобусних турів до Болгарії дозволяють сформулювати наступні висновки.

1. У результаті дослідження теоретичних засад організації міжнародного автобусного туризму встановлено, що автобусні тури є одним із найбільш доступних і затребуваних видів міжнародних подорожей. Основними перевагами автобусного туризму є відносно невисока вартість, можливість відвідування кількох туристичних центрів у межах однієї подорожі, комплексний характер туристичного обслуговування та висока транспортна доступність європейських DESTINAЦІЙ.

У зв'язку з відсутністю нормативного або загально визнаного визначення терміну «міжнародний автобусний туризм» нами було сформульоване авторське визначення: «це вид транскордонного туризму, у якому автобус виступає основним засобом переміщення туристів між DESTINAЦІЯМИ маршруту та забезпечує реалізацію комплексної екскурсійно-пізнавальної програми».

2. Визначено, що процес розробки автобусного туру включає послідовні етапи формування маршруту, вибору партнерів, розрахунку вартості туристичного продукту, організації перевезень, розміщення та екскурсійного обслуговування туристів. Встановлено, що якість транспортного обслуговування, професійність супроводу групи та ефективна координація всіх учасників туристичного процесу є ключовими чинниками конкурентоспроможності автобусних турів.

3. За результатами аналізу діяльності туристичної агенції «Iren TOUR» встановлено, що підприємство має стабільні позиції на регіональному туристичному ринку та здійснює діяльність як туристична агенція і перевізник. Наявність власного автобусного парку створює додаткові конкурентні переваги, забезпечує більшу гнучкість при формуванні турів та дозволяє контролювати якість транспортного обслуговування.

4. Встановлено, що одним із популярних напрямів міжнародних автобусних перевезень серед клієнтів туристичної агенції «Iren TOUR» є Болгарія. Популярність даного напрямку обумовлена поєднанням пляжного та екскурсійного відпочинку, розвинутою туристичною інфраструктурою, наявністю значної кількості культурно-історичних пам'яток та доступним рівнем цін порівняно з багатьма іншими країнами Європи.

5. Дослідження сучасних тенденцій розвитку міжнародного автобусного туризму дозволило визначити основні напрями підвищення якості туристичного продукту, серед яких модернізація транспортного обслуговування, підвищення комфортності перевезень, диверсифікація туристичних програм, персоналізація послуг, розвиток партнерських мереж, впровадження принципів сталого туризму.

6. Обґрунтовано доцільність використання цифрових технологій у процесі розробки та організації автобусних турів. Встановлено, що застосування систем онлайн-бронювання, GPS-навігації, мобільних застосунків, CRM-систем, QR-гідів, електронних ваучерів та технологій штучного інтелекту сприяє підвищенню ефективності управління туристичними процесами, покращенню якості обслуговування туристів та оптимізації взаємодії з клієнтами.

7. Розроблено концепцію авторського автобусного туру «Балканська мозаїка: від Чорного моря до гір Ріли», який передбачає відвідування основних туристичних центрів Болгарії та поєднує культурно-пізнавальний, природничий і рекреаційний туризм. Особливістю туру є інтеграція цифрових технологій на всіх етапах туристичного обслуговування – від бронювання до післятурового супроводу клієнтів.

8. Визначено, що впровадження запропонованих заходів дозволить підвищити конкурентоспроможність ТА «Iren TOUR», покращити якість туристичного продукту, збільшити рівень задоволеності клієнтів та сприятиме зміцненню позицій підприємства на ринку міжнародного автобусного туризму.

На основі результатів дослідження запропоновано:

– розробити та впровадити сучасний вебсайт туристичної агенції з функціями онлайн-бронювання турів, вибору місць в автобусі, електронної

оплати та автоматичного формування туристичної документації;

– запровадити використання цифрових сервісів супроводу туристів, зокрема мобільного застосунку туриста, QR-гідів та чат-ботів для оперативної комунікації;

– удосконалити транспортне обслуговування шляхом підвищення комфортності переїздів та розширення переліку сервісів для пасажирів;

– розширити асортимент туристичних продуктів за рахунок організації нових автобусних маршрутів до країн Центральної та Південно-Східної Європи, а також тематичних турів у міжсезонний період;

– запровадити програму лояльності для постійних клієнтів, яка передбачатиме систему накопичувальних знижок і бонусів за повторні бронювання;

– розвивати партнерські відносини з іншими туристичними агенціями шляхом реалізації вільних місць на власних автобусних рейсах на умовах субагентської співпраці;

– активізувати використання інструментів цифрового маркетингу та соціальних мереж для просування туристичних продуктів і залучення нових клієнтів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Автобусні тури з Join UP!. Туроператор Join Up!. URL : <https://bus.joinup.ua/> (дата звернення: 25.05.2026).
2. Алієва-Барановська В. М., Дахно І. І. Міжнародний туризм : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2020. 344 с.
3. Благун І., Румянцева І. Аналіз сучасних тенденцій розвитку туризму в Україні в кризових умовах. *Věda a perspektivy*. 2024. № 2. С. 56-65. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2\(33\)-56-65](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2(33)-56-65).
4. Богославець О., Царук В., Юрченко К. Організація туристичних подорожей вітчизняним туроперейтингом в умовах воєнного стану: виклики та рішення. *Таврійський науковий вісник*. Серія: Економіка. 2024. Вип. 19. С. 297-305. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.19.35>.
5. Бондаренко Л. А. Інструменти підвищення якості туристичних послуг в умовах конкуренції. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна*. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2021. Вип. 13. С. 167–173. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-17>.
6. Бордун О. Ю. Організація транспортного обслуговування туристів : навч. посіб. Львів : Простір-М, 2023. 232 с.
7. Бугас В., Ковальчук Е. Інтеграція України у світовий ринок туристичних послуг. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2024. Випуск 2(14). С. 76-85. DOI: <https://doi.org/10.32750/2024-0208>.
8. Відпочинок під час війни – аналіз туристичного сезону 2025 від Join UP! NV. ТОВ «ВД «МЕДІА-ДК». URL : <https://biz.nv.ua/ukr/markets/turizm-v-ukrajini-2025-zrostannya-popitu-i-novi-trendi-viboru-napryamkiv-50581258.html> (дата звернення: 25.05.2026).
9. Влащенко Н. М., Тонкошкур М. В. Інноваційні технології в туризмі : навч. посіб. Харків : Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова, 2022. 214 с.

10. Всі автобусні тури. Туристична компанія Аккорд-тур. URL : [https://www.accordtour.com/vsi\\_avtobusni\\_tury](https://www.accordtour.com/vsi_avtobusni_tury) (дата звернення: 25.05.2026).
11. Горіна Г. О. Міжнародний туризм : навч. посіб. Донец. Нац. Ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Львів : Магнолія 2006, 2023. 143 с.
12. Джинджоян В. В. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навч. посіб. / В. В. Джинджоян, Т. В. Тесленко, К. М. Горб ; ВНПЗ «ДГУ». 2-ге вид. Київ : Каравела, 2024. 339 с.
13. Європейська угода щодо роботи екіпажів транспортних засобів, які виконують міжнародні автомобільні перевезення (AETR) : Міжнародний документ, чинний в Україні. URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_016#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_016#Text) (дата звернення: 25.05.2026).
14. Єгорова О. В., Шуліка Е.Ю. Перспективи використання цифрових технологій в розробці та організації автобусних турів. *Ризики та перспективи реалізації інноваційних проєктів у туристичному, готельному і ресторанному бізнесі* : матеріали науково-практичного семінару (м. Полтава, 22 квітня 2026 року). Полтава : ПУЕТ, 2026. С. 5-7.
15. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі : підручник / М. М. Скопень, М. К. Сукач, О. П. Будя [та ін.] ; за ред. М. К. Сукача, М. М. Скопеня. Київ : Ліра-К, 2022. 763 с.
16. Карпенко Н. М., Шуканов П. В., Логвин М. М., Єгорова О. В., Шуканова А. А. Реалізація туристичного потенціалу в умовах війни та повоєнного відновлення: регіональний аспект. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Том 2, № 4. С. 80-87. DOI: [https://doi.org/10.60022/2\(4\)-9S](https://doi.org/10.60022/2(4)-9S).
17. Ковальчук О., Кравченко В., Качмар Р. Особливості логістичного забезпечення діяльності підприємств у сфері туризму в умовах військового стану в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-14>.
18. Конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу (CVR) : Міжнародна конвенція, чинна в Україні. URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_270#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_270#Text) (дата звернення: 25.05.2026).

19. Любіцева О. О. Методика розробки турів : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2003. 104 с.
20. Правила дорожнього руху України : Постанова Кабінету Міністрів України № 1306 від 10.10.2001 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1306-2001-%D0%BF#Text> (дата звернення: 25.05.2026).
21. Правила надання послуг пасажирського автомобільного транспорту : постанова Кабінету Міністрів України № 176 від 18.02.1997 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/176-97-п#Text> (дата звернення: 25.05.2026).
22. Про автомобільний транспорт : Закон України від 05.04.2001 р. № 2344-IV. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2344-14#Text> (дата звернення: 25.05.2026).
23. Про дорожній рух : Закон України від 30.06.1993 р. № 3353-XII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3353-12#Text> (дата звернення: 25.05.2026).
24. Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з перевезення пасажирів, небезпечних вантажів та небезпечних відходів автомобільним транспортом, міжнародних перевезень пасажирів та вантажів автомобільним транспортом : Постанова Кабінету Міністрів України від 02.12.2015 р. № 1001. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1001-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 25.05.2026).
25. Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності : Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 р. № 991. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 25.05.2026).
26. Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності : Наказ Державної туристичної адміністрації України та Державного комітету статистики України від 12.11.2003 р. № 142/394 (zareestrovano v Ministerstvi yustitsii Ukraini 08.12.2003 р. за № 1128/8449). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1128-03#Text> (дата звернення: 25.05.2026).
27. Про затвердження Положення про робочий час і час відпочинку водіїв колісних транспортних засобів : Наказ Міністерства транспорту та зв'язку

України № 340 від 07.06.2010 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0811-10#Text> (дата звернення: 25.05.2026).

28. Про затвердження Порядку встановлення та використання тахографів на автомобільних транспортних засобах : Наказ Міністерства інфраструктури України № 385 від 24.06.2013 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1203-13#Text> (дата звернення: 25.05.2026).

29. Про затвердження Порядку здійснення державного контролю на автомобільному транспорті : Постанова Кабінету Міністрів України № 1184 від 08.11.2006 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1184-2006-%D0%BF#Text> (дата звернення: 25.05.2026).

30. Про затвердження Порядку здійснення міжнародних перевезень пасажирів : Постанова Кабінету Міністрів України № 1001 від 07.10.2009 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1001-2009-%D0%BF#Text> (дата звернення: 25.05.2026).

31. Про затвердження Порядку організації регулярних, нерегулярних та маятникових (човникових) перевезень пасажирів автомобільним транспортом у міжнародному сполученні : Наказ Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури України від 05.09.2024 р. № 966 (zareєстровано в Міністерстві юстиції України 05.11.2024 р. за № 1662/43007). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-2024-%D0%BD#Text> (дата звернення: 25.05.2026).

32. Про затвердження порядку оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання : Наказ Державної туристичної адміністрації України від 06.06.2005 р. № 50. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0765-05#Text> (дата звернення: 25.05.2026).

33. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 25.05.2026).

34. Про ліцензування видів господарської діяльності : Закон України від 02.03.2015 р. № 222–VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (дата звернення: 25.05.2026).

35. Про приєднання України до Конвенції про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу (КАПП) : Закон України від 15.12.2004 р. № 2239-IV. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2239-15#Text> (дата звернення: 25.05.2026).
36. Про приєднання України до Угоди про міжнародні нерегулярні перевезення пасажирів автобусами (Угода INTERBUS) : Закон України від 16.10.2012 р. № 5453-VI. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5453-17#Text> (дата звернення: 25.05.2026).
37. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 25.05.2026).
38. Регламент (ЄС) № 1073/2009 Європейського Парламенту та Ради від 21 жовтня 2009 року про спільні правила доступу до міжнародного ринку послуг перевезення пасажирів автобусами. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_b15](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_b15) (дата звернення: 25.05.2026).
39. Регламент (ЄС) № 561/2006 Європейського Парламенту і Ради від 15.03.2006 р. Про гармонізацію певного соціального законодавства стосовно дорожнього транспорту, внесення змін до Регламентів Ради (ЄЕС) № 3821/85 та (ЄС) № 2135/98 і скасування Регламенту Ради (ЄЕС) № 3820/85. URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_761#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_761#Text) (дата звернення: 25.05.2026).
40. Сазонець І. Л., Сазонець О. М. Управління проектами та ризиками в туризмі : навч. посіб. ; Вищ. Навч. приват. Закл. «Дніпр. Гуманіт. Ун-т». Київ : Центр учбової літератури, 2023. 218 с.
41. Стойка А. В., Горюнова К. А. Туроперейтинг : навч. посіб. Київ : МДУ, 2024. 182 с.
42. Туристична статистика України : офіційний сайт ДАРТ. URL : <https://www.Tourism.gov.ua/blog/za-9-misyaciv-2024-roku-do-derzhavnogo-byudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-nadiyshlo-ponad-2-mlrd-grn> (дата звернення: 25.05.2026).
43. Туристичний оператор ALF. URL : <https://www.alf.ua> (дата звернення: 25.05.2026).

44. Туроператор «Адріатік Тревел». URL : <https://www.adriatic-travel.com.ua> (дата звернення: 25.05.2026).
45. Туроператор Євротур. URL : <https://evrotour.com.ua/> (дата звернення: 25.05.2026).
46. Туроперейтинг : навч. посіб. / [В. Я. Брич, О. Є. Гарбера, О. Я. Гугул та ін.] ; за заг. Ред. В. Я. Брича ; М-во освіти і науки України, Терноп. Нац. Екон. Ун-т. Київ : Кондор, 2023. 275 с.
47. Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Єгорова О. В. Методичні аспекти аналізу факторів формування показника вартості туристичних пакетів. *Причорноморські економічні студії*. 2024. Випуск 85. С. 154-158. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.85-27>.
48. Угода між Урядом України та Урядом Республіки Болгарія про міжнародні автомобільні перевезення пасажирів та вантажів від 15.09.1995 р. URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/100\\_018#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/100_018#Text) (дата звернення: 25.05.2026).
49. Черкасець О. У середньому 661 євро: куди їдуть відпочивати українці влітку 2026. Delo. Ua. URL : <https://delo.ua/news/u-serednyomu-661-jevro-kudi-yidut-vidpocivati-ukrayinci-vlitku-2026-466036/> (дата звернення: 25.05.2026).
50. Чорна Н. М. Стан та основні тренди розвитку туристичної галузі України в умовах сьогоденних викликів. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. Вип. 8. С. 72–78. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-8-10>.
51. Шаховська Н., Сидор П. Розроблення архітектури системи планування безпечних туристичних подорожей. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. Вип. 305(1). С. 96–101. DOI: 10.31891/2307-5732-2022-305-1-96-101.
52. Шуліка Е. Напрямки та перспективи розвитку туризму в Україні. *Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України: природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти* : зб. Матеріалів всеукр. Наук.-практ. Конф. (м. Полтава, 15 трав. 2025 р.). Полтава : ПДАУ, 2025. С. 217-219.

53. Шуліка Е. Сучасні тенденції ринку туристичних послуг в Україні. *Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України: природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти* : зб. Матеріалів всеукр. Наук.-практ. Конф. (м. Полтава, 15 трав. 2025 р.). Полтава : ПДАУ, 2025. С. 220-222.
54. Щука Г. П. Туроперейтинг у питаннях та відповідях : навч. посіб. Берегове : ЗУІ, 2023. 99 с.
55. All Countries: Inbound Tourism: Arrivals by mode of transport 1995-2024. World Tourism Organization. URL : <https://www.untourism.int/tourism-statistics/tourism-data-inbound-tourism> (дата звернення: 25.05.2026).
56. Bingöl S., Yang Y. Integrating smart technologies and artificial intelligence to build smart tourism destination ecosystems: A model for smart destination management. *Tourism Management Perspectives*. 2025. Vol. 58. DOI: 10.1016/j.tmp.2025.101380.
57. Daniels, Margaret J.; Park, Minkyung. Urban walkability and tour bus travel. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. 2024. Vol. 47: 100789. DOI : <https://doi.org/10.1016/j.jort.2024.100789>.
58. Dileep M.R., Pagliara F. Coach Tourism. In: *Transportation Systems for Tourism. Advances in Spatial Science*. Springer, Cham. 2023. DOI : [https://doi.org/10.1007/978-3-031-22127-9\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-031-22127-9_6)
59. Ionescu A.-M., Sârbu F. Exploring the impact of smart technologies on the tourism industry. *Sustainability*. 2024. Vol. 16, 3318. DOI: 10.3390/su16083318.
60. Liu X., Wu Y., Dong C., Liang B., Wang Y., Yan X. What Associates with Distraction and Fatigue of Tourist Bus Drivers? Evidences from the Monitoring on Millions of Driving Miles. *SSRN Electronic Journal*. 2025. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.6172941>.
61. Nilsson J., Jansson J., Nicholas K., Zhao C. Traveler perceived service quality and satisfaction with public transport: The influence of digital competence and environmental attitudes. *Transport Policy*. 2025. 103741. DOI: 10.1016/j.tranpol.2025.07.022.
62. Passenger Transport. European Commission. Mobility and Transport. URL :

[https://transport.ec.europa.eu/transport-modes/road/passenger-transport\\_en](https://transport.ec.europa.eu/transport-modes/road/passenger-transport_en) (дата звернення: 25.05.2026).

63. Robinson Peter, Harry Cameron. *Coach Travel: An Illustrated History*. Amberley Publishing Limited, 2023. 96 p.

64. Stoyanova V., Kazakov B., Ravnachka A., Patarchanova E., Roukova P., Gartsyanova K. GIS-based assessment of the transport accessibility of the material anthropogenic tourist resources in Sofia, Bulgaria. *Geojournal of Tourism and Geosite*. 2025. Vol. 61(3). Pp. 1804–1813. DOI: <https://doi.org/10.30892/gtg.61339-1549>.

65. Stroumpoulis A., Kopanaki E., Varelas S.: Role of artificial intelligence and big data analytics in smart tourism: A resource-based view approach. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*. 2022. Vol. 259. Pp. 99–108. DOI: 10.2495/ST220091.

66. Tourism Towards 2030/ Global Overview. UNWTO. URL : [https://www.globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry—Research/Global/2011\\_UNWTO\\_Tourism\\_Towards\\_2030.pdf](https://www.globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry—Research/Global/2011_UNWTO_Tourism_Towards_2030.pdf) (дата звернення: 25.05.2026).

67. Tuo Y., Wu J., Zhao J., Si X.: Artificial intelligence in tourism: Insights and future research agenda. *Tourism Review*. 2024. Vol. 80 (8). DOI: 10.1108/TR-03-2024-0180.

68. UN Tourism. World Tourism Barometer 2025. URL : <https://www.untourism.int/un-tourism-world-tourism-barometer-data> (дата звернення: 25.05.2026).

69. Yehorova O., Yaprynets T., Chip L., Tiutiunnyk Y. The Potential of Digital Technologies for Organizing Environmentally Responsible Tourism in Smart Cities. *SmartEconomy, Entrepreneurship and Security*. 2025. Vol. 3(2). Pp. 67-74. DOI: [https://doi.org/10.60022/sis.3.\(02\).7](https://doi.org/10.60022/sis.3.(02).7).

05.06.2026

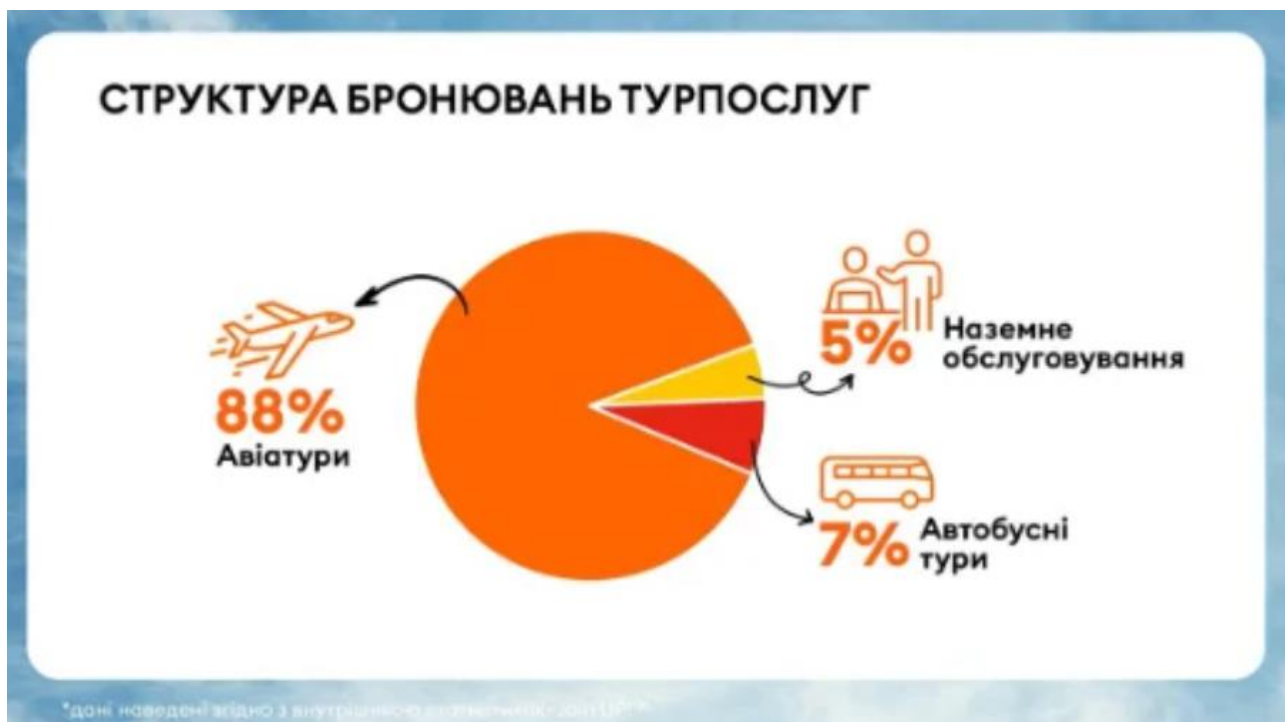
## **Додатки**

## Додаток А



Інфографіка: Join UP! Україна [8]

## Продовження додатку А



Інфографіка: Join UP! Україна [8]

## Додаток Б

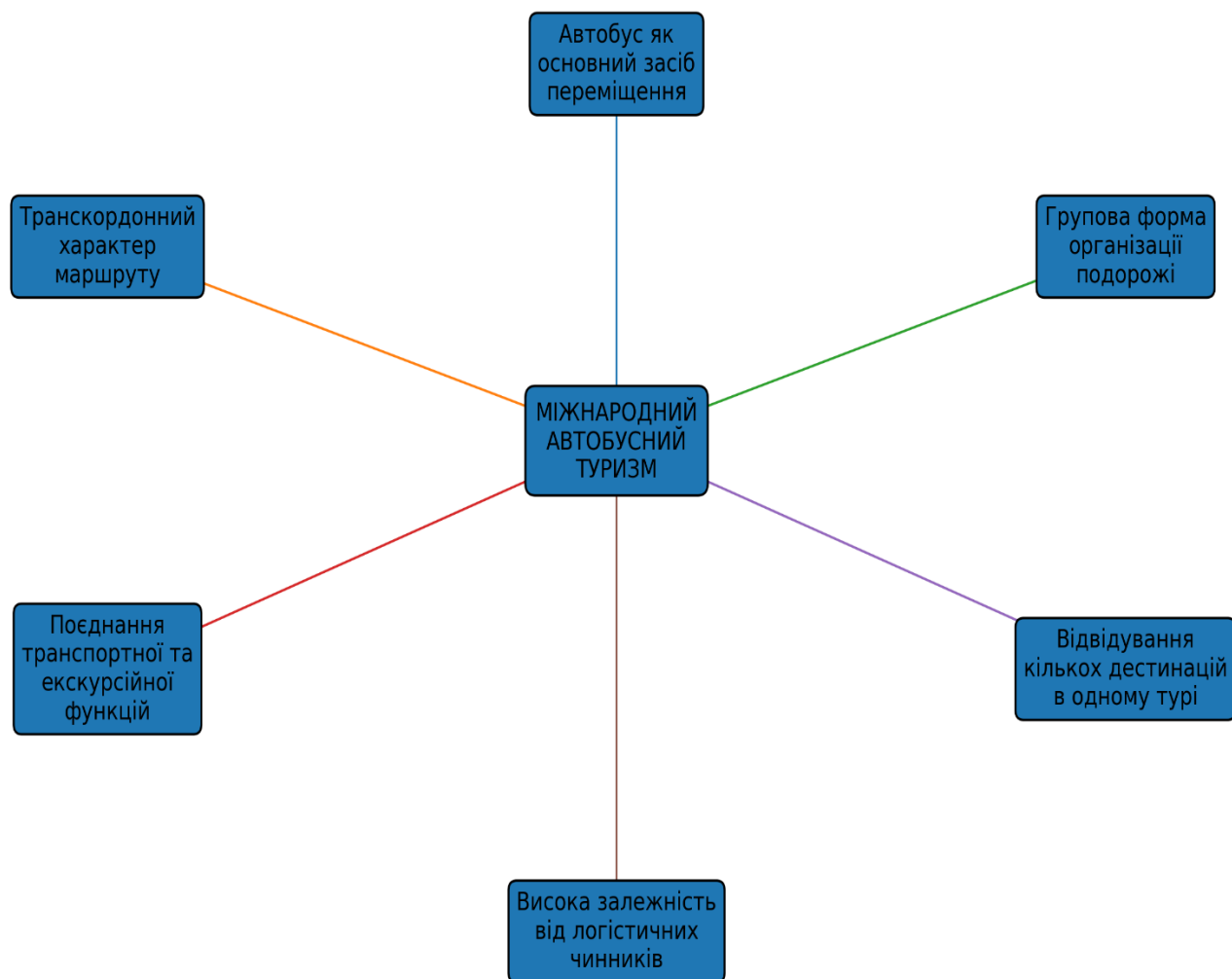


Рис. 1. Характерні ознаки міжнародного автобусного туризму

## Додаток В

Таблиця 1

**Нормативна база ЄС щодо нерегулярних  
міжнародних автобусних перевезень**

Документ ЄС	Основні положення, що стосуються міжнародних автобусних перевезень	Посилання на джерело
1	2	3
Regulation (EC) No 1073/2009 про доступ до міжнародного ринку пасажирських перевезень автобусами та туристичними автобусами	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Визначає види послуг: <i>regular, special regular, occasional services</i> (туристичні поїздки).</li> <li>– Встановлює правила виконання нерегулярних міжнародних перевезень.</li> <li>– Визначає вимоги до ліцензії ЄС (Community Licence).</li> <li>– Встановлює процедури отримання дозволів на регулярні міжнародні маршрути.</li> </ul>	<a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009R1073">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009R1073</a> (eur-lex.europa.eu in Bing)
Regulation (EU) No 181/2011 про права пасажирів автобусами та туристичними автобусами	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Права пасажирів у міжнародних турах понад 250 км.</li> <li>– Компенсації у разі скасування або затримки рейсу.</li> <li>– Права осіб з інвалідністю та обмеженою мобільністю.</li> <li>– Вимоги до інформування пасажирів під час подорожі.</li> </ul>	<a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32011R0181">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32011R0181</a> (eur-lex.europa.eu in Bing)
Regulation (EC) No 561/2006 про режими праці та відпочинку водіїв	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Встановлює норми керування, перерв і відпочинку для водіїв міжнародних автобусних турів.</li> <li>– Застосовується до нерегулярних перевезень.</li> <li>– Гнучкий поділ 45-хвилинної перерви; можливість подовження робочого дня до 25 годин у туристичних поїздках.</li> </ul>	<a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32006R0561">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32006R0561</a> (eur-lex.europa.eu in Bing)
Regulation (EU) 2020/1054 (Mobility Package I)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Вносить зміни до 561/2006 та 165/2014.</li> <li>– Уточнює правила відпочинку водіїв у міжнародних перевезеннях. – Встановлює вимоги щодо повернення водіїв додому.</li> <li>– Визначає правила використання тахографів у міжнародних поїздках.</li> </ul>	<a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32020R1054">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32020R1054</a> (eur-lex.europa.eu in Bing)
Regulation (EU) No 165/2014 про тахографи	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Визначає вимоги до цифрових тахографів у міжнародних автобусних турах.</li> <li>– Встановлює технічні стандарти та правила зчитування даних.</li> <li>– Вимагає використання «розумних тахографів» у міжнародних перевезеннях.</li> </ul>	<a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32014R0165">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32014R0165</a> (eur-lex.europa.eu in Bing)

1	2	3
Directive 2006/126/EC (Driving Licences Directive)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Визначає категорії водійських посвідчень (D, D1), необхідних для міжнародних автобусних перевезень.</li> <li>– Встановлює мінімальні стандарти підготовки водіїв.</li> </ul>	<a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32006L0126">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32006L0126</a> (eur-lex.europa.eu in Bing)
Regulation (EC) No 1071/2009 про доступ до професії автомобільного перевізника	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Визначає вимоги до перевізників: фінансова спроможність, професійна компетентність, добра репутація.</li> <li>– Обов'язкове для компаній, що здійснюють міжнародні автобусні тури.</li> </ul>	<a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009R1071">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009R1071</a> (eur-lex.europa.eu in Bing)
Regulation (EU) No 1024/2012 (IMI Regulation)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Регулює обмін інформацією між державами-членами щодо ліцензій перевізників.</li> <li>– Забезпечує контроль за дотриманням вимог 1071/2009 та 1073/2009.</li> </ul>	<a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32012R1024">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32012R1024</a> (eur-lex.europa.eu in Bing)
Regulation (EU) 2018/858 про затвердження типу транспортних засобів	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Встановлює технічні вимоги до автобусів, що використовуються у міжнародних перевезеннях.</li> <li>– Регулює екологічні стандарти, безпеку, конструкцію транспортних засобів.</li> </ul>	<a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32018R0858">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32018R0858</a> (eur-lex.europa.eu in Bing)
Regulation (EU) 2019/2144 (General Safety Regulation)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Встановлює нові стандарти безпеки для автобусів: системи ADAS, контроль уваги водія, аварійне гальмування тощо.</li> <li>– Обов'язкове для нових автобусів, що використовуються у міжнародних турах.</li> </ul>	<a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019R2144">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019R2144</a> (eur-lex.europa.eu in Bing)
Regulation (EU) 2016/399 (Schengen Borders Code)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Визначає правила перетину зовнішніх кордонів автобусами.</li> <li>– Регулює перевірку документів пасажирів у міжнародних турах.</li> <li>– Встановлює вимоги до перевізників щодо перевезення осіб без належних документів.</li> </ul>	<a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32016R0399">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32016R0399</a> (eur-lex.europa.eu in Bing)
Convention on the Contract for the International Carriage of Passengers and Luggage by Road (CVR)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Міжнародна конвенція UNECE, що регулює перевезення пасажирів і багажу автобусами.</li> <li>– Визначає відповідальність перевізника у міжнародних турах.</li> </ul>	<a href="https://unece.org/transport/cvr">https://unece.org/transport/cvr</a>

**Додаток Г****ВИПИСКА**  
**з Єдиного державного реєстру юридичних осіб,**  
**фізичних осіб-підприємців та громадських формувань****ФІЗИЧНА ОСОБА - ПІДПРИЄМЕЦЬ**  
**Нужна Ірина Віталіївна**

*Реєстраційний номер облікової картки платника податків, або серія та номер паспорта:*  
3128815865

*Місцезнаходження фізичної особи - підприємця:*

Україна, 36008, Полтавська обл., місто Полтава, пров. Волинський,  
будинок 7

*Дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань:*

28.04.2023, 2010350010001057210

*Прізвища, імена, по батькові осіб, які мають право вчиняти юридичні дії від імені фізичної особи - підприємця без довіреності, у тому числі підписувати договори, дані про наявність обмежень щодо представництва від імені фізичної особи - підприємця:*

Відомості відсутні

*Відомості, отримані в порядку інформаційної взаємодії між Єдиним державним реєстром юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань та інформаційними системами державних органів:*

04.10.2021, ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ, 37507880

01.10.2021, 160121262936, ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ПОЛТАВСЬКІЙ  
ОБЛАСТІ, ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА ІНСПЕКЦІЯ У М. ПОЛТАВІ, 44057192, (дані  
про взяття на облік як платника податків)

01.10.2021, 10000002174165, ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ПОЛТАВСЬКІЙ  
ОБЛАСТІ, ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА ІНСПЕКЦІЯ У М. ПОЛТАВІ, 44057192, (дані  
про взяття на облік як платника єдиного внеску)

*Запис про припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця або підприємницьку діяльність фізичної особи - підприємця припинено:*

Відомості відсутні

*Види економічної діяльності:*

## Продовження додатку Г

79.11 Діяльність туристичних агентств (основний)  
79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність  
45.20 Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів  
49.39 Інший пасажирський наземний транспорт, н.в.і.у.  
49.41 Вантажний автомобільний транспорт

**Інформація для здійснення зв'язку:**

+38(095)-158-12-06, +38(067)-706-97-94, Провулок Волинського 7,  
nujna.irina@gmail.com

**Номер, дата та час формування виписки:**

580503314095, 02.05.2023 11:47:33

Департамент адміністративних послуг та дозвільних  
процедур Дніпровської міської ради

Гайдамачук Л.Г.

## Додаток Д

F1402101

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Наказ Міністерства фінансів України  
16 липня 2019 року № 308

**ВИТЯГ № 50025**  
**з реєстру платників єдиного податку**

Код за ЄДРПОУ / реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія (за наявності) та номер паспорта\*

3128815865

(\*Для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати будь-які платежі за серією (за наявності) та номером паспорта)

Найменування суб'єкта господарювання або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи - підприємця:

**НУЖНА ІРИНА ВІТАЛІВНА**

Податкова адреса (місцезнаходження / місце проживання) суб'єкта господарювання:

**УКРАЇНА, 36008, ПОЛТАВСЬКА ОБЛАСТЬ, М. ПОЛТАВА, КИЇВСЬКИЙ РАЙОН ПРОВ. ВОЛИНСЬКИЙ, БУД. 7**

Місце провадження господарської діяльності:

по Україні

Дата обрання або переходу на спрощену систему оподаткування **01.10.2021** року

Дата застосування ставки та групи **01.10.2021** року

Група та ставка платника єдиного податку:

**3** група

**-** ставка

**5** ставка у відсотках до доходу

із реєстрацією ПДВ

без реєстрації ПДВ

Перелік видів господарської діяльності

Код згідно з КВЕД	Назва виду діяльності згідно з КВЕД
79.11	Діяльність туристичних агентств
79.90	Надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність
45.20	Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів
49.39	Інший пасажирський наземний транспорт, н.в.і.у.
49.41	Вантажний автомобільний транспорт

Дата формування витягу **12.10.2023** року

Найменування контролюючого органу, що видав витяг

**ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ, ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА ІНСПЕКЦІЯ У М. ПОЛТАВІ**

Дата видачі витягу "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ року

Примітка.

Витяг є чинним до внесення змін до реєстру платників єдиного податку. Якщо до реєстру платників єдиного податку внесено зміни щодо відомостей, які зазначені у витягу, витяг втрачає чинність.

Керівник контролюючого органу  
(уповноважена особа)

(посада)

(підпис)

(П. І. Б.)

М, П

## Додаток Е



# Глобус Банк

АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО  
«КОМЕРЦІЙНИЙ БАНК «ГЛОБУС»

Україна, 04073, Київ, пров. Куренівський, 19/5, тел.: (044) 392-00-00, факс: (044) 545-63-51  
e-mail: info@globusbank.com.ua www.globusbank.com.ua

№ 26258 від 08.10.2021р.

На № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_

## БАНКІВСЬКА ГАРАНТІЯ № 26258

м. Полтава

08 жовтня 2021 р.

Ми, АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «КОМЕРЦІЙНИЙ БАНК «ГЛОБУС»», в подальшому іменованій «Банк-Гарант», що створений у відповідності із законодавством України та знаходиться за адресою: провулок Куренівський 19/5, м. Київ, Україна, 04073, код ЄДРПОУ 35591059, на прохання **Фізичної особи – підприємця Нужна Ірина Віталіївна**, в подальшому іменованій «Принципал», місцем знаходження якого є: **36008, Полтавська обл. м. Полтава, вул. Героїв Чорнобильців буд. 9а оф.4**, на підставі **Договору про надання гарантії №26258/ЮГ-21 від 08 жовтня 2021 р.**, укладеного між Банком-Гарантом та Принципалом (надалі «Договір про надання гарантії»), приймаємо на себе наступні зобов'язання:

**1.** Банк-Гарант зобов'язується сплатити на користь кожної з фізичних осіб – туристів (надалі разом – Бенефіціар та кожна окремо – Бенефіціар), що є стороною укладеного з Принципалом у встановленому законодавством України порядку та чинного договору про надання туристичних послуг (надалі – Основне зобов'язання), грошову суму збитків відповідно до пункту 2 цієї Гарантії, що можуть бути заподіяні Бенефіціарам у разі порушення процесу про визнання Принципала банкрутом внаслідок виникнення обставин неплатоспроможності Принципала відповідно до чинного законодавства, які пов'язані з необхідністю покриття наявних невідшкодованих витрат туриста (Бенефіціара) з його повернення в місце постійного проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених Основним зобов'язанням.

**2.** Зобов'язання Банка-Гаранта за цією Гарантією обмежуються сумою, що становить **60875,60грн.** (Шістдесят тисяч вісімсот сімдесят п'ять гривень 60 копійок), що еквівалентно **2000,00 Євро** (Дві тисячі євро 00 євро центів) по курсу Національного Банку України (за курсом НБУ станом на **08 жовтня 2021 р.** року 100 Євро коштують **3043,78** гривень). Розмір грошової суми, що підлягає виплаті Бенефіціару, складається з документально підтверджених витрат Бенефіціара з його повернення в місце постійного проживання (перебування) та документально підтвердженої вартості ненаданих послуг, передбачених Основним зобов'язанням, але в будь-якому випадку не більше суми, на яку видано цю Гарантію.

**3.** Ця Гарантія не поширюється на відшкодування будь-яких інших збитків, витрат чи вимог Бенефіціарів, що виникли внаслідок невиконання чи неналежного виконання Принципалом Основного зобов'язання. Зобов'язання Банка-Гаранта по Гарантії виникають в момент пред'явлення Бенефіціаром Банку-Гаранту вимоги по Гарантії.

**4.** Гарантія надається на наступних умовах:

Надане Бенефіціару за цією Гарантією право вимоги до Гаранта не може бути передано іншим особам.

Ця Гарантія є умовною та відкритою.

Ця Гарантія є чинною з **08 жовтня 2021 р.** та діє **по 07 січня 2027 р.** Вимога Бенефіціара про сплату Гарантом грошової суми за цією Гарантією повинна бути надана Гаранту в письмовій формі, в якій вказується номер і дата Гарантії та платіжні реквізити Бенефіціара. До вимоги повинні бути додані:

- оригінал Основного зобов'язання;
- оригінали документів, що підтверджують невиконання Принципалом Основного зобов'язання;
- розрахунок суми вимоги, підписаний Бенефіціаром;
- оригінали документів, які підтверджують розмір вимог Бенефіціара;
- оригінал документу, що підтверджує сплату Бенефіціаром вартості послуг Принципала згідно Основного зобов'язання;
- оригінали або належним чином засвідчені копії документів, що підтверджують неплатоспроможність Принципала чи порушення у встановленому законодавством порядку процесу про визнання Принципала банкрутом;
- посвідчена підписом уповноваженої посадової особи та печаткою Принципала копія цієї Гарантії;
- документи, які посвідчують особу Бенефіціара (надалі усі передбачені цим пунктом документи разом – Вимога по Гарантії).

Вимога по Гарантії повинна бути пред'явлена Бенефіціаром Гаранту до закінчення строку, передбаченого пунктом 4. цієї Гарантії.

Гарант розглядає Вимогу по Гарантії протягом тридцяти календарних днів з дати її отримання. Грошові суми, в межах граничної суми, сплачуються Бенефіціару у разі порушення процесу про визнання Принципала банкрутом внаслідок обставин його неплатоспроможності, відповідно до чинного законодавства України та невиконання Принципалом своїх договірних зобов'язань.

**5.** Банк-Гарант має право відмовити Бенефіціару в задоволенні його вимог у наступних випадках:

- якщо Вимога по Гарантії не відповідає умовам цієї Гарантії;
- якщо Вимога по Гарантії надана Банку-Гаранту після закінчення строку, передбаченого п. 4 цієї Гарантії.

**6.** У випадку перевищення загальної суми заявлених у відповідності до умов цієї Гарантії вимог Бенефіціарів над сумою зобов'язань Банка-Гаранта, визначеною пунктами 2 і 7 цієї Гарантії, обов'язок Банка-Гаранта за цією Гарантією перед кожним окремим Бенефіціаром обмежується сумою в розмірі, визначеному пропорційно до вимог кожного окремого Бенефіціара.

**7.** У випадку здійснення Банком-Гарантом гарантійного платежу за цією Гарантією сума зобов'язань Банка-Гаранта за цією гарантією буде зменшена на суму платежу, здійсненого Банком-Гарантом.

**8.** Ця Гарантія припиняється:

- сплатою Бенефіціарам суми, на яку видано цю Гарантію;
- закінченням строку, на який видано цю Гарантію;

**9.** Ця Гарантія повинна бути повернута Принципалом Банку-Гаранту протягом 3 (Трьох) календарних днів після закінчення строку її дії. Неповорнення оригінального примірника цієї Гарантії не є підставою для продовження строку її дії.

**10.** У випадку здійснення Банком-Гарантом гарантійного платежу Бенефіціару за цією Гарантією Банк-Гарант у будь-якому випадку і без обмежень має право на зворотню вимогу (регрес) до Принципала.

**11.** З усіх інших питань, що не передбачені цією Гарантією, Банк-Гарант, Бенефіціар та Принципал керуються чинним законодавством України.

Начальник відділення №11 АТ "КБ "ГЛОБУС" у м. Полтава



Коломієць О.І.

## Додаток Ж

Таблиця 1

## Основні автобусні напрями Європи в туристичному агентстві «Iren Tour»

Регіон	Характеристика організації автобусного туру
Албанія	Автобусні тури до Албанії є відносно новим напрямком у турагенції «Iren Tour». Незважаючи на зростання інтересу до цієї країни, попит на такі тури поки що залишається нижчим порівняно з традиційними напрямками. Туристів приваблюють мальовниче узбережжя Адріатичного та Іонічного морів, доступні ціни та можливість відпочинку в менш популярних, але перспективних туристичних регіонах Європи.
Болгарія	Болгарія є основним напрямом автобусного туризму в туристичній діяльності «Iren Tour». Саме до цієї країни агентство кожен рік здійснює перевезення власним автобусом, що дозволяє забезпечувати контроль якості транспортного обслуговування та підтримувати конкурентоспроможні ціни. Високий попит серед туристів і активна рекламна підтримка зробили Болгарію провідним напрямком компанії. Найбільшою популярністю користуються курорти Сонячний берег, Золоті піски, Несебр, Святий Влас, які приваблюють туристів доступною вартістю відпочинку, сприятливими кліматичними умовами та розвинутою туристичною інфраструктурою.
Греція	Автобусні тури до Греції переважно мають екскурсійно-пізнавальний характер. Програми подорожей передбачають відвідування визначних історичних та культурних пам'яток, знайомство з античною спадщиною країни та її природними ресурсами. Водночас частина туристів обирає поєднання екскурсійного обслуговування з відпочинком на морському узбережжі.
Іспанія	Автобусні тури до Іспанії орієнтовані насамперед на екскурсійний туризм. Туристи мають можливість відвідати найвідоміші міста країни, ознайомитися з її історико-культурною спадщиною та архітектурними пам'ятками. Окремі програми передбачають відпочинок на узбережжі Середземного моря та поєднання екскурсій із пляжним відпочинком.
Італія	Автобусні тури до цієї країни охоплюють відвідування таких туристичних центрів, як Рим, Венеція, Флоренція та Мілан. Крім культурно-пізнавальних маршрутів, агентство також організовує поїздки з проживанням на морських курортах, особливо в літній туристичний сезон.
Чорногорія	Чорногорія є одним із популярних напрямків літнього відпочинку серед клієнтів туристичного агентства «Iren Tour». Автобусні тури до цієї країни здебільшого орієнтовані на тривале проживання на морських курортах. Туристів приваблюють сприятливі природно-кліматичні умови, чисті пляжі, мальовничі гірські ландшафти та високий рівень туристичного сервісу.

## Додаток 3



Рис. 1. Автобуси туристичної агенції «IREN TOUR»  
Джерело: сторінки «IREN TOUR» у соцмережах

## Додаток И

### Програма авторського автобусного туру «Балканська мозаїка: від Чорного моря до гір Ріли»

Основні характеристики туру:

- тривалість – 10 днів / 9 ночей;
- маршрут – Полтава – Чернівці – Румунія (транзит) – Велико-Тирново – Софія – Ріла (монастир) – Банско – Пловдив – Несебр / Сонячний Берег – Созополь – Бургас – Варна – Румунія (транзит) – Полтава;
- вид транспорту – туристичний автобус класу Euro 6 на 48–50 місць;
- категорія розміщення – готелі 3–4\*;
- тип харчування – сніданки та вечері.

Детальна програма туру

День 1. Полтава – Чернівці – Румунія (транзит)

06:30 – виїзд із Полтави

06:30–15:00 – переїзд через Кропивницький – Вінницю – Хмельницький – Чернівці

15:00–16:00 – вечеря та коротка зупинка в Чернівцях

16:00 – перетин українсько-румунського кордону (Порубне / Сірет)

16:00–24:00 – нічний транзит територією Румунії

День 2. Велико-Тирново

07:00–08:00 – сніданок (у дорозі / зупинка після прибуття)

08:00 – прибуття до Болгарії, Велико-Тирново

08:30–11:30 – оглядова екскурсія: фортеця Царевець

11:30–12:30 – прогулянка історичним центром, Самоводська чаршія

12:30–13:30 – обід

13:30–16:00 – вільний час

16:30 – поселення в готель 4\*

19:00 – вечеря

Ночівля

День 3. Софія

07:00–08:00 – сніданок, виселення

08:00 – виїзд до Софії

11:30 – прибуття до Софії

12:00–15:00 – оглядова екскурсія містом: собор Олександра Невського, храм Святої Софії, бульвар Вітоша

15:00–16:00 – обід

16:00–18:00 – вільний час

18:30 – поселення в готель 4\*

19:30 – вечеря

Ночівля

День 4. Ріла – Банско

07:00–08:00 – сніданок, виселення

08:00 – виїзд до Рільського монастиря

10:00–12:00 – екскурсія Рільським монастирем

12:00–13:00 – переїзд у район Банско

13:00–14:00 – обід

14:00–17:00 – переїзд та знайомство з регіоном Банско

17:00 – поселення в готель 4\*

19:00 – вечеря

Ночівля

## Продовження додатку И

День 5. Національний парк Пірін – термальний відпочинок

08:00–09:00 – сніданок

09:00–12:30 – національний парк Пірін (прогулянковий маршрут, оглядові майданчики)

12:30–13:30 – обід

14:00–17:00 – відвідування термального комплексу (с. Баня)

19:00 – вечеря в готелі

Ночівля

День 6. Пловдив – узбережжя Чорного моря

07:00–08:00 – сніданок, виселення

08:00 – виїзд до Пловдива

10:30–13:00 – екскурсія Пловдивом: Старе місто, Римський театр, Капана

13:00–14:00 – обід

14:00–17:30 – переїзд до узбережжя Чорного моря (Несебр / Сонячний Берег)

18:00 – поселення в готель 4\*

19:00 – вечеря

Ночівля

День 7. Несебр – морський відпочинок

08:00–09:00 – сніданок

09:00–12:30 – екскурсія Старим Несебром (ЮНЕСКО)

12:30–13:30 – обід

13:30–18:30 – вільний час, пляжний відпочинок

19:00 – вечеря

Ночівля

День 8. Созополь – Бургас

08:00–09:00 – сніданок

09:00 – виїзд

10:15–13:00 – екскурсія Созополем

13:00–14:00 – обід

14:00–16:30 – переїзд і прогулянка Бургасом

16:30 – повернення в готель

19:00 – вечеря

Ночівля

День 9. Варна – нічний транзит

07:00–08:00 – сніданок, виселення

08:00 – виїзд до Варни

10:30–13:00 – оглядова екскурсія Варною

13:00–14:00 – обід

14:00–15:30 – відвідування монастиря Аладжа

16:00 – виїзд у напрямку Румунії

16:00–24:00 – нічний транзит

День 10. Румунія – Полтава

00:00–06:00 – транзит територією Румунії

06:00–18:00 – переїзд територією України (Чернівці – Хмельницький – Вінниця – Кропивницький – Полтава)

Орієнтовне прибуття до Полтави – 22:00