

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
Гуманітарний факультет  
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

## **Пояснювальна записка**

до кваліфікаційної (дипломної) роботи  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему

### **АВТОМОБІЛЬНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ У ПОВОЄННОМУ ПЕРІОДІ**

Виконав(ла): здобувач(ка) вищої освіти

4 курсу, групи ГФ-221

Спеціальність: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

**Микита КАЛІБЕРДА**

Керівник: к.е.н., доцент Сергій ЦВІЛИЙ

Рецензент: д.е.н., професор Юлія ЮХНОВСЬКА

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Національний університет «Запорізька політехніка»**

Інститут, факультет Гуманітарний

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри ТГРБ**

Валентина ЗАЙЦЕВА

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 року

**З А В Д А Н Н Я**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**КАЛІБЕРДИ Микити Олексійовича**

1. Тема роботи (проекту) АВТОМОБІЛЬНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ У ПОВОЄННОМУ ПЕРІОДІ

керівник роботи (проекту) ЦВІЛИЙ Сергій Миколайович, к.е.н., доцент

затвердженні наказом вищого навчального закладу від 26 лютого 2025 року № 69

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 30.05.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, матеріали міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій, монографії, Інтернет-джерела, законодавчі та нормативно-правові акти України, статистичні звіти, дані Всесвітньої туристичної організації, дослідження автора

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

1) Теоретико-методичні основи розвитку сучасного автомобільного туризму. 2) Дослідження сучасного стану автомобільного туризму в Україні. 3) Перспективи розвитку автомобільного туризму в Україні у повоєнному періоді.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складає: 7 таблиць, 4 рисунки

6. Консультанти розділів кваліфікаційної (дипломної) роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
<b>1</b>	Цвілий С.М., доцент кафедри ТГРБ	28.02.2025	02.04.2025
<b>2</b>	Цвілий С.М., доцент кафедри ТГРБ	28.02.2025	16.04.2025
<b>3</b>	Цвілий С.М., доцент кафедри ТГРБ	28.02.2025	30.04.2025
<b>Нормо контроль</b>	КОРНІЄНКО О.М., доцент кафедри ТГРБ	28.02.2025	12.05.2025

7. Дата видачі завдання 28 лютого 2025 року

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
<b>1</b>	<b>Узгодження теми, складання змісту</b>	28.02.2025	виконано
<b>2</b>	<b>Вивчення літературних джерел</b>	03.03-10.03.2025	виконано
<b>3</b>	<b>Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу</b>	11.03-17.03.2025	виконано
<b>4</b>	<b>Групування та аналіз зібраного матеріалу</b>	18.03-31.03.2025	виконано
<b>5</b>	<b>Виконання першого розділу</b>	02.04.2025	виконано
<b>6</b>	<b>Виконання другого розділу</b>	16.04.2025	виконано
<b>7</b>	<b>Виконання третього розділу</b>	30.04.2025	виконано
<b>8</b>	<b>Формування висновків та рекомендацій</b>	02.05.2025	виконано
<b>9</b>	<b>Оформлення кваліфікаційної роботи</b>	09.05.2025	виконано
<b>10</b>	<b>Перевірка роботи на плагіат</b>	12.05.2025	виконано
<b>11</b>	<b>Перевірка роботи керівником</b>	15.05.2025	виконано
<b>12</b>	<b>Одержання відгуку та рецензії</b>	16.05.2025	виконано
<b>13</b>	<b>Попередній захист кваліфікаційної роботи</b>	19.05.-26.05.2025	виконано
<b>14</b>	<b>Подання роботи на кафедру</b>	30.05.2025	виконано
<b>15</b>	<b>Захист кваліфікаційної роботи</b>	05.06.-30.06.2025	виконано

Здобувач(ка) вищої освіти \_\_\_\_\_ Микита КАЛІБЕРДА  
(підпис)

Керівник роботи (проекту) \_\_\_\_\_ Сергій ЦВІЛИЙ  
(підпис)

## РЕФЕРАТ

**Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи** є розробка рекомендацій щодо перспектив розвитку автомобільного туризму в Україні після війни.

**Об'єкт дослідження:** автомобільний туризм в Україні.

**Предмет дослідження:** організаційні, економічні та інфраструктурні передумови розвитку автомобільного туризму в повоєнному періоді.

**Методи дослідження.** Діалектичний – для аналізу динаміки розвитку автотуризму в умовах змін; системно-структурний – для вивчення елементів інфраструктури ринку; порівняльний – для зіставлення показників розвитку у різні часові періоди; економіко-статистичний – для обґрунтування тенденцій і прогнозів розвитку автомобільного туризму; анкетування та експертного оцінювання – для збору даних про туристичні уподобання споживачів.

**Інформаційна база дослідження:** нормативно-правова та законодавча база України, підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали міжнародних та вітчизняних конференцій, форумів та семінарів, Інтернет-ресурси, сайти компаній та організацій, власні дослідження автора.

**Практичне значення результатів:** розробці туристичного маршруту по Україні автомобільним транспортом. Окремі пропозиції роботи можуть бути використані в освітньому процесі при викладанні дисципліни «Організація транспортних подорожей» здобувачам освітнього ступеня «бакалавр».

**Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи.** Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на IV Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні», Херсонський державний аграрно-економічний університет, 20 травня 2025 р. Опубліковані тези доповіді.

**Структура.** Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань та додатків.

**Обсяг.** Загальний обсяг – 89 сторінок, основна частина – 62 сторінки.

**Графічний матеріал.** Робота містить 7 таблиць, 4 рисунки.

## АНОТАЦІЇ

**КАЛІБЕРДА Микита. Автомобільний туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку у повоєнному періоді.** – Кваліфікаційна робота.

У кваліфікаційній роботі вивчено теоретико-методичні основи розвитку сучасного автомобільного туризму, проведено дослідження сучасного стану автомобільного туризму в Україні; розроблено рекомендації щодо перспектив розвитку автомобільного туризму України у повоєнному періоді відновлення. Актуальність роботи обумовлена необхідністю пошуку інструментів розвитку внутрішнього автотуризму як одного з шляхів відновлення економіки та соціальної сфери країни. Практичне значення полягає у розробці туристичного маршруту по Україні автомобільним транспортом та наданні рекомендацій.

*Ключові слова:* автомобільний туризм, повоєнний період, туристичний маршрут, дорожня інфраструктура, війна, розвиток, повоєнний період.

**KALIBERDA Mykyta. Automobile tourism in Ukraine: the current state and development prospects in the post-war period.** – Qualifying work.

The qualification work studied the theoretical and methodological foundations of the development of modern automobile tourism, conducted a study of the current state of automobile tourism in Ukraine; developed recommendations on the prospects for the development of automobile tourism in Ukraine in the post-war period of recovery. The relevance of the work is due to the need to find tools for the development of domestic automobile tourism as one of the ways to restore the economy and social sphere of the country. The practical significance lies in the development of a tourist route across Ukraine by automobile transport and the provision of recommendations. Separate proposals of the work can be used in the educational process when teaching the discipline «Organization of transport travel».

*Keywords:* automobile tourism, post-war period, tourist route, road infrastructure, war, development, post-war period.

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

грн. – гривня

див. – дивись

дод. – додаток

дол. США – грошова одиниця, Сполучені Штати Америки

ЄС – Європейський Союз

ін. – інше

км – кілометр

м – метр

млн – мільйон

млрд – мільярд

ПАР – Південно-Африканська Республіка

с. – сторінка

ст. – століття

США – Сполучені Штати Америки

т – тонна

тис. – тисяча

у т.ч. – у тому числі

ЮНЕСКО – Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

COVID-19 – пандемія коронавірусу

IRU – Міжнародна Рада Автоперевізників

PEST –

SWOT – методика аналізу

VHS – відеосистема

% – відсоток

## ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ	11
1.1. Сутність, роль та основні види автомобільного туризму	11
1.2. Методика організації подорожі автомобільним транспортом	19
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	28
2.1. Дослідження тенденцій автомобільного туризму в Україні під час війни	28
2.2. Аналіз світового досвіду організації подорожей автомобільним транспортом та його адаптація до вітчизняних реалій	36
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПОВОЄННОМУ ПЕРІОДІ	47
3.1. Механізм впровадження інноваційних підходів до організації подорожей автомобільним транспортом в Україні у повоєнному періоді	47
3.2. Розробка туру по Україні автомобільним транспортом	52
ВИСНОВКИ	60
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	63
ДОДАТКИ	69

## ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасних реаліях відновлення економіки та соціальної сфери України після руйнівного впливу повномасштабної війни питання розвитку внутрішнього туризму, зокрема автомобільного, набуває особливої значущості. Автомобільний туризм, як одна з доступних, мобільних і гнучких форм туристичної активності, відіграє важливу роль у популяризації національного туристичного потенціалу, активізації регіонального розвитку, створенні нових робочих місць, зростанні внутрішнього попиту. Популярність зростає на тлі обмеженого доступу до міжнародних подорожей та необхідності підтримки внутрішньої економіки. Розвиток цього напрямку туризму дозволяє не лише задовольняти рекреаційні та пізнавальні потреби громадян, але й стимулювати покращення дорожньої інфраструктури, розширення сервісів та формування цікавих маршрутів, орієнтованих на українського споживача [67]. Саме тому дослідження сучасного стану автомобільного туризму в Україні та оцінка його потенціалу у повоєнний період є актуальним і своєчасним.

Послуги з туристичних поїздок на автомобілі надають спеціалізовані агентства. Вони займаються підбором готелів, хостелів, бронюванням поромів і оформленням віз. Найпривабливішим цей вид подорожей став саме з тієї причини, що туристи мають можливість планувати свою поїздку самостійно і без сторонньої допомоги, не підлаштовуючись під розклади поїздів і літаків.

Проблематиці розвитку автомобільного туризму приділяли увагу як українські, так і зарубіжні вчені. Серед них варто відзначити праці таких дослідників, як Ю. Зубок, В. Фадєєв, І. Смаль, О. Любіцева, які аналізували інфраструктурні аспекти автотуризму, туристичні маршрути та специфіку подорожей на автомобілях. Проте, в умовах відновлення країни після війни, автомобільний туризм потребує нового наукового осмислення з урахуванням змін у соціально-економічному та інфраструктурному середовищі.

Теоретичні, методичні і прикладні аспекти розвитку автомобільного туризму та можливості організації подорожі автомобільним транспортом в

межах України детально відображено в роботах таких вчених, як: О. Бордун [4], Н. Будянська [5], М. Грабар [8], О. Грищук, А. Тищенко [10], Ю. Кушнірук, С. Семенов [14], Л. Марценюк [19], О. Плахотнік [26], О. Сачавська [34], Т. Тютіна, Д. Шиян [38], О. Фастовець [39], З. Шацька, Ю. Ісаченко [42], С. Цвілій, Д. Михайлик, В. Оглобліна, Д. Гурова, О. Корнієнко [64], та інших.

Останнім часом над реалізацією завдань з вивчення перспектив розвитку автомобільного туризму в Україні й світі займається багато вчених, науковців, дослідників, практиків; серед них значну активність демонструють науковці кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу Національного університету «Запорізька політехніка»: А. Віндюк, В. Зайцева, Т. Кукліна, О. Корнієнко, Д. Мамотенко, С. Гресь-Євреїнова, Д. Гурова, С. Цвілій та інші.

Однак, багато проблем залишаються невирішеними, зокрема, питання вивчення перспектив розвитку автомобільного туризму у повоєнному періоді.

Обраний напрямок даного дослідження є своєчасним та актуальним, обумовлює логічність та взаємозв'язок теми роботи з назвами її структурних розділів та підрозділів, а також логікою побудови. Тема роботи виконана у відповідності до плану науково-дослідної роботи «Туристичний, готельно-ресторанний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети (07214).

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є розробка рекомендацій щодо перспектив розвитку автомобільного туризму в Україні після війни.

Для досягнення поставленої мети в роботі слід вирішити такі завдання:

- вивчити і узагальнити теоретико-методичні основи розвитку сучасного автомобільного туризму з врахуванням методик організації подорожі;
- дослідити сучасний стан автомобільного туризму в Україні під час війни та порівняти кращі практики організації подорожі в Україні та світі;
- визначити перспективи розвитку автомобільного туризму в Україні у повоєнному періоді та розробити тур по Україні автомобільним транспортом.

Об'єктом дослідження є автомобільний туризм в Україні.

Предметом дослідження є організаційні, економічні та інфраструктурні передумови розвитку автомобільного туризму в повоєнному періоді.

Методи дослідження. Діалектичний – для аналізу динаміки розвитку автотуризму в умовах змін; системно-структурний – для вивчення елементів інфраструктури ринку; порівняльний – для зіставлення показників розвитку у різні часові періоди; економіко-статистичний – для обґрунтування тенденцій і прогнозів розвитку автомобільного туризму; анкетування та експертного оцінювання – для збору даних про туристичні уподобання споживачів.

Інформаційна база дослідження: нормативно-правова та законодавча база України, підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали міжнародних та вітчизняних конференцій, форумів та семінарів, Інтернет-ресурси, сайти компаній та організацій, власні дослідження автора.

Практичне значення результатів роботи полягає в розробці туристичного маршруту по Україні автомобільним транспортом. Окремі пропозиції можуть бути використані на підприємствах індустрії туризму, а також впроваджені в освітній процес в Національному університеті «Запорізька політехніка» при викладанні дисципліни «Організація транспортних подорожей» здобувачам спеціальності «Туризм і рекреація» освітнього ступеня «бакалавр».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на IV Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні» в Херсонському державному аграрно-економічному університеті, 20 травня 2025 р., м. Кропивницький (м. Херсон), за результатами якої опубліковані тези доповіді на тему «Автомобільний туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку у повоєнному періоді» [68].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (68 найменувань) та додатків (7 позиції). Загальний обсяг – 89 сторінок, основний зміст – 62 сторінки. Робота містить 7 таблиць та 4 рисунки.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Сутність, роль та основні види автомобільного туризму

Автомобільний туризм в Україні є відносно новим напрямом, що досі перебуває на етапі становлення та освоєння. Незважаючи на його активну популяризацію у світі, на вітчизняному туристичному ринку ця форма подорожей займає вузьку, недостатньо розвинену нішу. Саме тому актуальним є його наукове вивчення, розробка концепцій розвитку та практична реалізація туристичних продуктів, пов'язаних з автоподорожами. Наразі лише обмежена кількість українських туристичних компаній займається розробкою й впровадженням автотурів, тоді як у багатьох країнах світу цей вид туризму вже давно здобув широку популярність.

Історично передумови до виникнення автотуризму пов'язані з появою автомобіля у ХХ столітті. З розвитком технічного прогресу конструкція автомобіля зазнавала постійних вдосконалень: покращувався його дизайн, функціональні характеристики, а також був створений ефективніший двигун внутрішнього згоряння. Ці досягнення забезпечили зростання мобільності населення та зробили автомобіль одним із найзручніших засобів пересування, що зумовило популярність індивідуальних подорожей та розвиток автомобільного туризму як окремого виду туристичної активності.

Згідно зі словником іншомовних слів, автотуризм («авто...» і «туризм») визначено як туристичні поїздки, здійснювані за допомогою автомобіля [35].

Науковець О.О. Фастовець визначає автомобільний туризм як систему підприємств, що обслуговують туристів, які пересуваються на власному або орендованому автомобільному транспорті [39].

У міжнародній практиці використовуються терміни *car tourism* і *drive tourism*. Зокрема, Кадні В. трактує *car tourism* як туристичну діяльність, пов'язану з відвідуванням об'єктів культурно-пізнавального характеру, що

мають відношення до автомобільної тематики (музеї, виставки, події), включаючи ділові подорожі [42]. Прайдо Б. та Карсон Д. пропонують термін *drive tourism*, під яким розуміють подорожі для відпочинку і огляду визначних місць, здійснені на транспортних засобах (окрім автобусів та велосипедів) [53].

Аналіз визначень сучасного поняття «автомобільний туризм» вказує на різноманітність підходів до явища, в яких наголошується на різних аспектах, таких як самостійність туриста, свобода вибору маршруту та взаємодія з транспортними засобами (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Основні визначення поняття «автомобільний туризм»

Автор	Зміст визначення
Чудновський О.	«...форма самостійного туризму, де туристи пересуваються власним або орендованим авто» [40]
Сачавська О.	«...туризм, що забезпечує свободу пересування та незалежність від графіків громадського транспорту» [34]
Плахотнік О.	«...подорожі автошляхами з метою пізнання територій, розваг та відпочинку» [26]
WTO	«...переміщення в рамках туристичної подорожі із застосуванням легкових автотransпортних засобів» [66]
Мінінфраструктури	«...один із сегментів внутрішнього туризму, що сприяє регіональному розвитку» [24]
Ковальчук І.	«...самостійні або організовані подорожі з використанням автомобіля для пересування між туристичними об'єктами» [11]
Штепа Я.	«...види туризму, що базуються на застосуванні особистого або орендованого автотransпорту в туристичних цілях» [43]
Князь С.	«...різновид мандрівок, що поєднує зручність, доступність та індивідуалізоване сприйняття маршруту» [12]
Марценюк Л.	«...вид пересування туриста, який дозволяє поєднати культурно-пізнавальні й рекреаційні елементи під час поїздки» [19]
Будянська Н.	«...сучасна модель туризму, яка спрямована на гнучке пересування та комфорт без обмежень у виборі напрямку» [5]

Зокрема, у визначенні Чудновського О. [40] підкреслюється важливість використання власного або орендованого автомобіля для подорожей, що акцентує на автономії туриста, можливості самостійно вибирати транспортний засіб. Інша точка зору, яку висловлює Сачавська О. [34], наголошує на свободі пересування та незалежності від обмежень, пов'язаних з графіками

громадського транспорту, що є важливою перевагою автомобільного туризму. Плахотнік О. [26] розширює поняття автомобільного туризму, зазначаючи, що ця форма подорожей є не лише практичною, але й пізнавальною, дозволяючи туристам насолоджуватися розвагами та відпочинком. Ковальчук І. [11] додає до цього визначення аспект пересування по автошляхах з використанням легкових автомобілів, акцентуючи увагу на основному фізичному аспекті – переміщенні з одного місця в інше. Князя С. [12] розглядає автомобільний туризм як важливий елемент регіонального розвитку, вказуючи на його здатність стимулювати економіку та інфраструктуру в різних регіонах.

Особливу увагу на специфічних рисах даного туризму зосереджують вчені Марценюк Л., Гненний М., Фурфаро Р. [16], які підкреслює культурно-пізнавальний та рекреаційний аспекти автомобільного туризму. Її визначення показує, що цей вид туризму не тільки дозволяє комфортно пересуватися, але й забезпечує можливість занурення в культуру та природу різних регіонів, що додає глибини до загального сприйняття автомобільного туризму.

У підсумку, автомобільний туризм можна охарактеризувати як форму подорожей, що поєднує свободу пересування на власному чи орендованому транспорті, індивідуальний вибір маршруту та пізнавальний елемент. Цей тип туризму не тільки забезпечує комфорт і гнучкість мандрівників, але й стимулює розвиток місцевих економік, сприяє розвитку інфраструктури та збереженню культурної спадщини регіонів.

На основі узагальнення думок різни науковців можна сформулювати власне визначення: «Автомобільний туризм – це вид туризму, що передбачає подорожі з використанням легкових автомобілів для самостійного або організованого пересування між туристичними об'єктами, поєднуючи комфорт, свободу вибору маршруту, пізнавальні та рекреаційні елементи, а також сприяє розвитку регіональної інфраструктури та економіки».

Автомобільний туризм, відповідно до положень Закону України «Про туризм», розглядається як окрема форма туристичної діяльності, яка має комплексну класифікацію (див. рис. 1.1) [29].

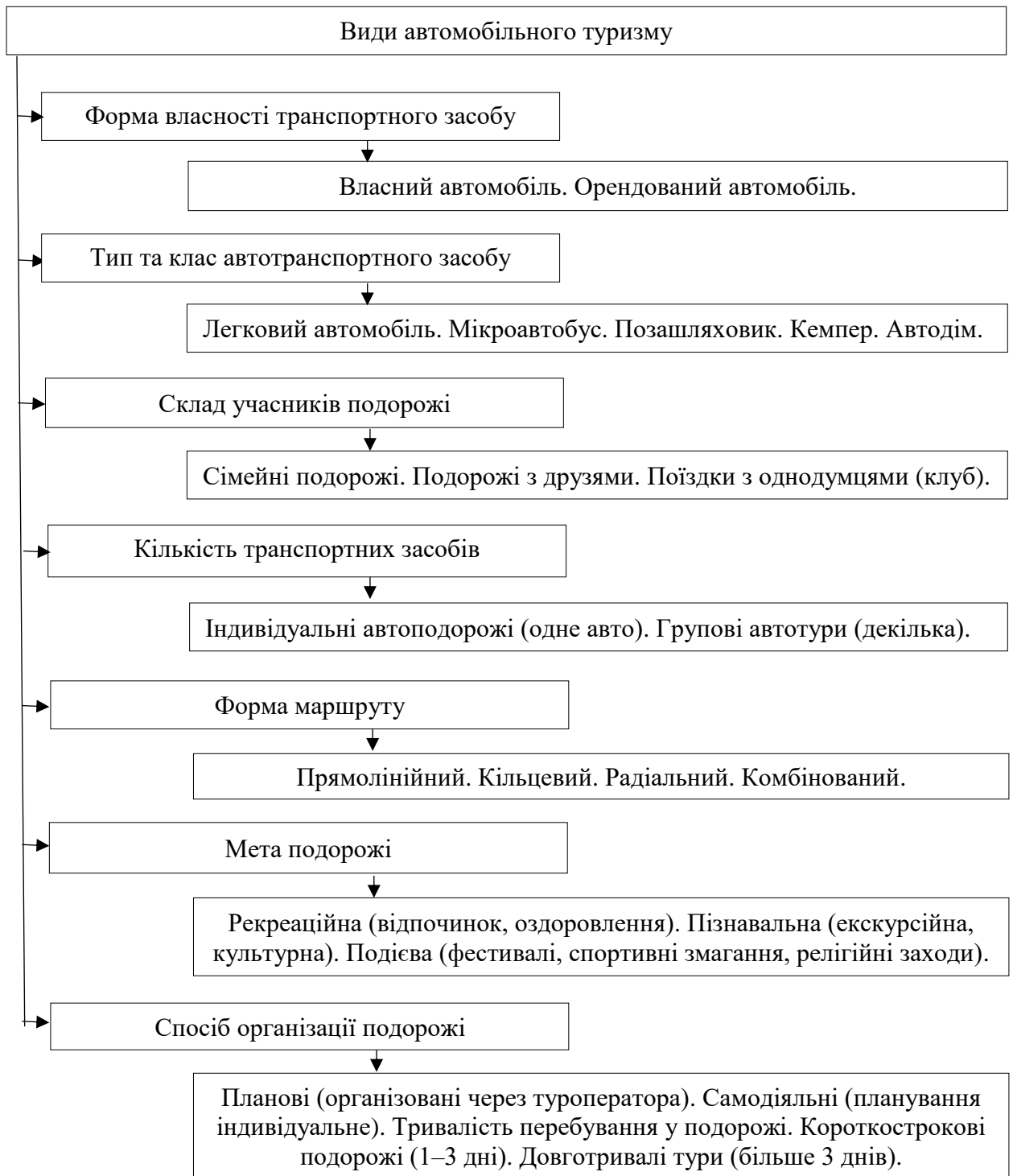


Рис. 1.1 – Види автомобільного туризму [29]

Його специфіка визначається низкою ознак, що охоплюють як технічні характеристики транспорту, так і соціальні, організаційні та функціональні аспекти подорожі. Така багатовимірна класифікація дозволяє не лише гнучко адаптувати тур до потреб туристів, але й сприяє розвитку індивідуалізованих

туристичних маршрутів, формуючи тим самим широкий простір для вибору способу подорожування, цільової аудиторії, логістики та змістового наповнення туристичного продукту [1].

Автомобільний транспорт в Україні виступає одним із найбільш зручних засобів для організації сімейних екскурсійних поїздок або подорожей вихідного дня. Завдяки високій мобільності та компактним розмірам автомобіля, значно легше здійснювати перевезення туристів навіть у віддалені куточки країни, де наявна мінімальна транспортна інфраструктура. У порівнянні з іншими видами транспорту, такими як залізничний або морський, автомобільні подорожі є менш витратними в організаційному та фінансовому аспектах [11].

В межах автобусного туризму основним засобом пересування виступає автобус – транспортний засіб, конструкція та технічне оснащення якого спеціально адаптовані для перевезення пасажирів. Згідно з чинною нормативною базою, автобусом вважається транспортний засіб, що має більше ніж дев'ять місць для сидіння, включаючи місце водія [35].

Відповідно до загальноприйнятої транспортної класифікації, автобуси належать до категорії «D». Ті з них, що використовуються у туристичній сфері, характеризуються різноманіттям моделей, які різняться за своєю місткістю, функціональним призначенням та рівнем комфорту. Згідно з положеннями «Порядку визначення класу комфортності автобусів, сфери їх використання за видами сполучень та режимами руху», чинного в Україні, автобуси розподіляються на дві основні категорії відповідно до їх максимально допустимої маси:

- категорія M2 охоплює автобуси, що мають понад 8 пасажирських місць (без урахування місця водія) та повну масу до 5 тонн;
- категорія M3 включає автобуси з аналогічною кількістю місць, але з максимальною масою понад 5 тонн.

Представлено типологію автобусів, що застосовуються в українському туристичному секторі. Класифікація базується на таких параметрах, як

габаритна довжина транспортного засобу та його основне функціональне призначення, що дозволяє обґрунтовано обирати оптимальний тип автобуса відповідно до потреб конкретного туристичного маршруту (див. рис. 1.2).

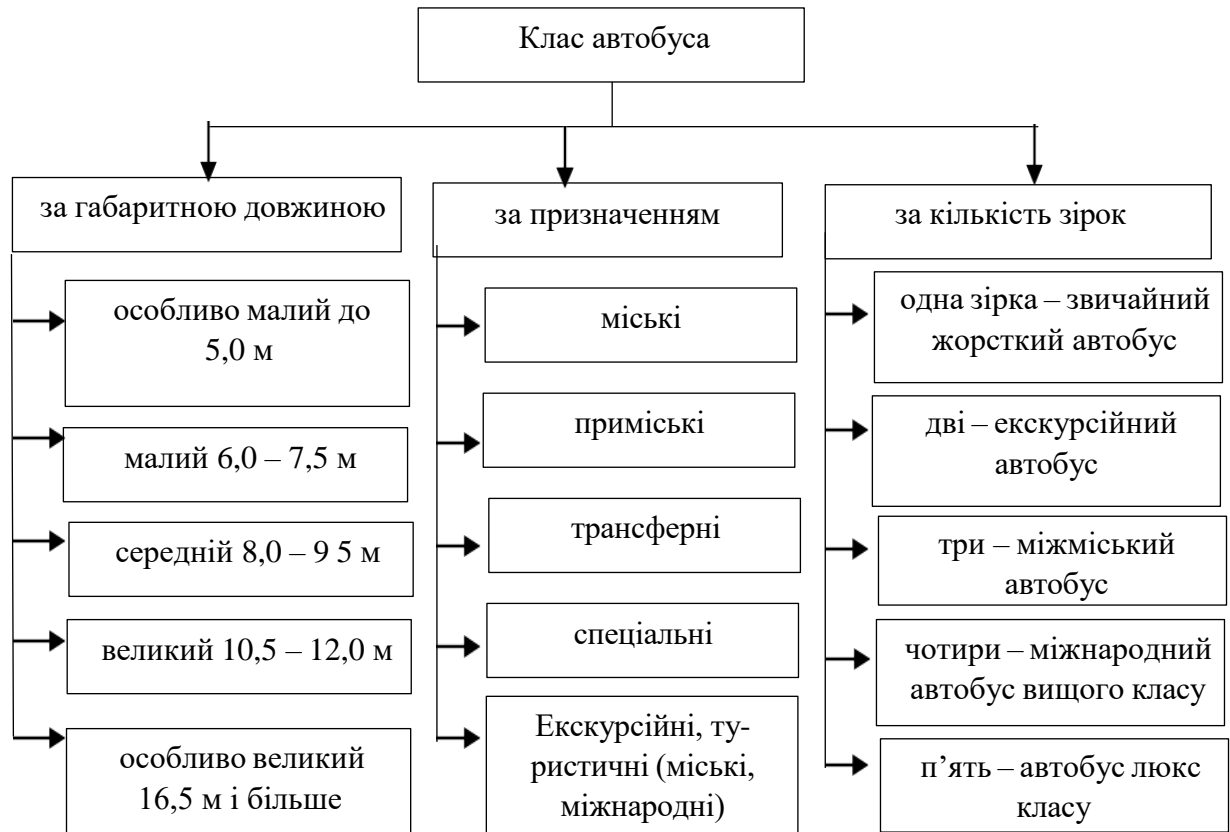


Рис. 1.2 – Класифікація автобусів [43]

У сфері організованого перевезення пасажирів в межах міських агломерацій, прилеглих територій активно застосовуються міські та приміські автобуси. Вони функціонують як громадський транспорт і забезпечують регулярне сполучення в межах міста та передмість. Водночас у туристичній галузі поширеним є спеціалізований вид перевезень – трансфер, передбачає організацію транспортування туристів між основними транспортними вузлами (аеропорти, залізничні вокзали) та місцями розміщення, зокрема готелями. Для таких перевезень використовуються автобуси з підвищеним рівнем комфорту – м'якими сидіннями та місткими багажними відділеннями, що дозволяє забезпечити належний рівень обслуговування [43].

Окрему категорію становлять спеціальні автобуси, призначені для перевезення пасажирів у межах інфраструктури аеропортів – зокрема, між терміналами та літаками. Ці транспортні засоби можуть вміщувати до 200 осіб одночасно, що забезпечує оперативність і зручність у процесі масових перевезень. Ще однією важливою підгрупою є екскурсійні автобуси, які використовуються для доставлення туристів до об'єктів культурно-історичної спадщини, музеїв, природних парків та інших туристичних центрів.

Серед туристичних автобусів для тривалих переїздів виділяються три основні типи: одноповерхові, півтораповерхові та двоповерхові. У міжнародній практиці автобусного туризму найчастіше перевага надається півтора- та двоповерховим моделям, оскільки вони забезпечують більший комфорт під час довготривалих поїздок. У півтораповерховому автобусі салон для пасажирів розташовується на підвищеному рівні над водієм, а у двоповерховому – існує два повноцінних рівні для сидіння.

Туристичні автобуси відзначаються сучасним дизайном, панорамними вікнами, ергономічними сидіннями, достатнім простором для багажу, хорошою маневровістю та високим рівнем безпеки. Аналогічно до готельної класифікації, вони поділяються на класи за кількістю зірок, що визначає рівень комфорту - чим вищий клас, тим менше пасажирських місць і більша відстань між ними. За стандартами Міжнародної Ради Автоперевізників (IRU), туристичні автобуси поділяються на чотири категорії, які враховують місткість, функціональність та якість обслуговування.

Автобуси категорії «люкс» вирізняються високим рівнем комфорту та наявністю додаткових сервісів, що дозволяють забезпечити максимальну зручність для пасажирів під час тривалих поїздок. Вони, як правило, розраховані на 26 осіб і обладнані столами для переговорів, кожен з яких має вбудований мікрофон. До технічного оснащення таких автобусів входить відеосистема (VHS), епідіаскоп, а також факсимільний зв'язок, що робить їх придатними як для ділових, так і для туристичних подорожей [42]. Також дані елементи оснащення знаходяться в процесі постійної модернізації.

Так звані напівтуристичні автобуси зазвичай використовуються для поїздок на короткі дистанції, трансферів до вокзалів або готелів, екскурсій та інших нетривалих маршрутів. Вони можуть вміщувати до 54 пасажирів і мають нерегульовані сидіння туристичного типу.

У сфері міжміських перевезень автобуси поділяються на регулярні та чартерні. Регулярні маршрути діють відповідно до фіксованого розкладу, незалежно від кількості пасажирів, тоді як чартерні рейси організуються на замовлення туристичних компаній і адаптовані до потреб конкретної групи мандрівників. У разі постійного використання туристичною фірмою, чартерні рейси можуть мати сталий графік і передбачати визначені зупинки [39].

Автобусний транспорт є надзвичайно ефективним засобом перевезення під час короткочасних подорожей, оглядових екскурсій містами, групових турів до історичних пам'яток, поїздок на культурні, спортивні, виставкові заходи та ярмарки. Він забезпечує комфорт й гнучкість маршруту, можливість організації трансферів та внутрішніх поїздок у межах країни перебування. Автобуси також широко використовуються як у межах одноденних турів, так і для далеких переїздів – як за встановленим графіком, так і поза ним. За статистичними даними, автобусні перевезення охоплюють близько 40% усіх туристичних транспортних послуг, тому ключовою вимогою до цього виду транспорту є забезпечення пасажиром комфортних умов у дорозі [43].

Автобусні туристичні перевезення демонструють переваги під час транспортування організованих груп осіб. Завдяки більшій пасажиромісткості автобусів, знижується вартість перевезення на одного туриста, що робить такі поїздки економічно привабливими. Разом з тим, автомобільний туризм має й певні обмеження. Зокрема, під час тривалих поїздок туристи можуть стикатися з незручностями, зумовленими відсутністю базових зручностей, таких як туалет або можливість зміни положення тіла. Способом подолання подібних незручностей є розвиток караванінгу – форми туризму, що передбачає подорож із використанням кемперів або автофургонів, обладнаних для проживання. Караванінг (англ. caravanning) означає подорож із проживанням

у автопричеплах або спеціалізованих автодомах, що можуть бути причепами і самохідними транспортними засобами. Такий підхід до автотуризму отримав поширення як кемпінг з використанням відповідного технічного оснащення.

## 1.2. Методика організації подорожі автомобільним транспортом

Найпоширенішою формою автомобільних подорожей є поїздки туристів на власному транспортному засобі. Водночас, у межах закордонних курортних турів значною популярністю серед автотуристів користується послуга оренди (прокату) автомобіля, що дозволяє зберегти мобільність у незнайомому середовищі [14]. Організація автотурів може здійснюватися як спеціалізованими туристичними компаніями, автомобільними клубами та профільними асоціаціями, так і безпосередньо самими туристами. У разі придбання пакетного туру, туристичний продукт зазвичай включає комплекс послуг, за винятком транспортного обслуговування, яке забезпечується власними або орендованими автомобілями. Незалежно від способу організації подорожі, ефективна підготовка автотуру вимагає дотримання певної послідовності дій, що зумовлено специфікою такого типу туризму.

У процесі організації туристичних перевезень особливе значення має правильне оформлення договірних відносин між туристичним підприємством і перевізником. Юридичну основу таких відносин становлять договір перевезення, договір про надання туристичних послуг, а також ваучер як підтвердження оплати та узгодження умов обслуговування. У випадку залучення автотранспортних підприємств, зазвичай укладається договір оренди транспортного засобу з екіпажем, який передбачає не лише передачу автобуса в користування, але й виконання послуг водіями, що залишаються працівниками перевізника та діють згідно з його інструкціями.

Положення договору повинні чітко регламентувати технічні, фінансові та організаційні аспекти взаємодії між сторонами. Зокрема, важливо передбачити вимоги до технічного стану автобусів, маршрути та графіки

перевезень, строки подання та скасування заявок, а також матеріальну відповідальність обох сторін у разі невиконання зобов'язань. Це дозволяє зменшити ризики затримок, непорозумінь чи фінансових втрат під час організації подорожей, особливо за участі великих груп туристів.

Важливим елементом організації перевезень є також дотримання чинного законодавства, насамперед, вимог Закону України «Про автомобільний транспорт» та підзаконних актів, що регулюють пасажирські перевезення (див. рис. 1.3) [30]. Дотримання нормативно-правових вимог, належне страхування відповідальності перед третіми особами, а також чітко прописані права й обов'язки туристів, гідів і водіїв є запорукою безпечного, ефективного й якісного туристичного обслуговування.

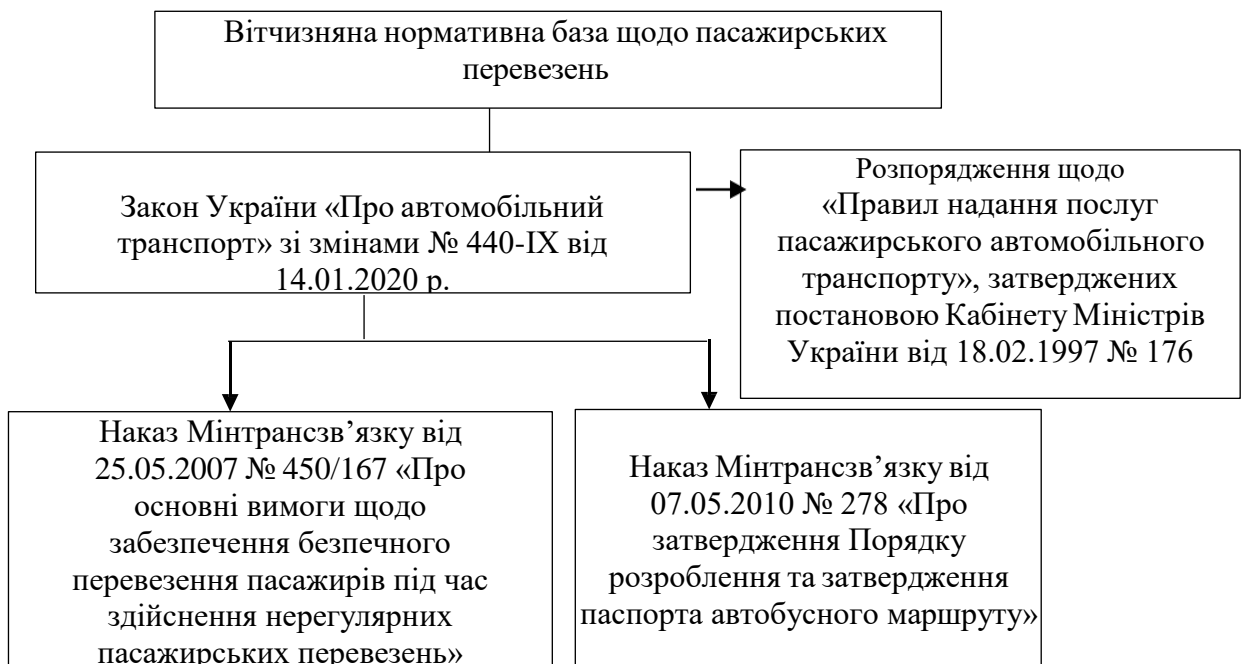


Рис. 1.3 – Вітчизняна нормативна база щодо пасажирських перевезень [30]

Організація автомобільних турів в Україні здійснюється як спеціалізованими туристичними підприємствами, так і автомобільними клубами та профільними асоціаціями. У сучасних умовах значного поширення набули автобусні тури вихідного дня, що передбачають короткотривалі (2 – 3 дні) подорожі містами, а також багатоденні маршрути.

Основою як для організованих автобусних поїздок, так і для індивідуальних подорожей приватним транспортом слугує Національна система туристично-екскурсійних маршрутів, сформована на базі рекреаційного потенціалу регіонів України.

На основі аналізу відповідних інтернет-ресурсів та форумів автотуристів можна виокремити основні етапи підготовки автомобільної подорожі [1, 2, 7, 22]. Успішне формування маршруту, врахування особистих вподобань мандрівників і доступ до повної навігаційної інформації є ключовими факторами, що впливають на якість та комфорт подорожі.

Крім логістичних аспектів, важливу роль відіграє забезпечення туристів послугами з бронювання розміщення, медичного та транспортного страхування, а також складання чіткого графіка руху та екскурсійної програми. Саме на цих етапах визначається ступінь безпеки та зручності мандрівки, що є особливо актуальним у випадках перетину державних кордонів чи пересування маловідомими маршрутами.

Таким чином, ефективна організація автотуру базується на системному підході, що включає попередню підготовку, фінансове планування та інформаційний супровід упродовж усієї подорожі. Такий підхід дозволяє не лише уникнути ризиків, пов'язаних із непередбачуваними обставинами, але й забезпечити максимальний рівень задоволення від подорожі, підвищуючи загальну якість туристичного досвіду.

Як і будь-який інший вид туризму, автомобільний має як свої переваги, так і певні недоліки. До основних переваг автотуризму належать: висока ступінь мобільності та самостійності, зручність і комфорт пересування, свобода вибору маршруту, економічна доцільність, відсутність залежності від розкладу громадського транспорту та черг на квитки в сезон, широкі можливості щодо вибору місць ночівлі, а також загальне задоволення від подорожі, яке забезпечується індивідуальним підходом до відвідування туристичних об'єктів (див. рис. 1.4).



Рис. 1.4 – Основні етапи підготовки автомобільної подорожі [1, 2, 7, 22]

Організація мандрівки автомобілем вимагає ретельної та завчасної підготовки, адже саме вона є запорукою безпечної, комфортної та емоційно насиченої подорожі. Одним із ключових етапів є формування маршруту, що охоплює не лише визначення початкової та кінцевої точок, але й детальне планування усіх проміжних зупинок, місць ночівлі, туристичних атракцій та культурних заходів.

Завдяки цифровим сервісам, зокрема Google Maps, Waze, Here WeGo, користувачі можуть прокладати оптимальні маршрути в реальному часі, враховуючи дорожні умови, погодні фактори та ремонтні роботи.

Також ці ресурси надають інформацію про розташування заправних станцій, об'єктів громадського харчування, готелів і зон для відпочинку.

Особливе значення є розрахунок добового пробігу. З метою зменшення втомлюваності та підвищення безпеки, рекомендовано обмежити щоденну дистанцію до 700 – 750 км. Денне пересування є більш доцільним, особливо у незнайомій місцевості або країнах із відмінними правилами дорожнього руху. План подорожі має враховувати індивідуальні потреби та інтереси учасників – дорослих і дітей, що створює сприятливу психологічну атмосферу.

Не менш важливим є фінансове планування. Бюджет автоподорожі формується з урахуванням витрат на паливе, проживання, харчування, квитки до туристичних об'єктів, страхування, платні дороги, паркування та можливі непередбачені витрати [61]. Сучасні онлайн-калькулятори витрат пального, вбудовані у навігаційні додатки, дають змогу попередньо оцінити витрати залежно від довжини маршруту. При цьому слід зважати на регіональні та національні відмінності у вартості пального, особливо при перетині кордонів.

Окрема увага приділяється технічній справності транспортного засобу. Перед виїздом доцільно здійснити повну діагностику автомобіля: перевірити гальмівну систему, тиск у шинах, рівні технічних рідин, стан акумулятора, освітлення та склоочисників. Слід мати з собою набір обов'язкових речей: запасне колесо, домкрат, інструменти, аптечку, вогнегасник, аварійний знак, трос для буксирування, світловідбивальні жилети. У багатьох країнах ЄС ці елементи є обов'язковими згідно з місцевим законодавством. Враховувати слід специфічні вимоги певних країн (зимову гуму, ланцюги протиковзання в гірських регіонах). Житлове питання вирішується за допомогою онлайн-платформ, таких як Booking.com, Airbnb та локальні туристичні ресурси.

Бронювання житла з високими оцінками з відгуків зменшує ризики, пов'язані з безпекою, санітарними умовами та наявністю паркувального місця. У мандрівці з кількома зупинками варто здійснювати попереднє резервування.

Дотримання правил дорожнього руху є невід'ємною умовою безпечної поїздки. Турист повинен ознайомитися з регламентами не лише своєї країни, а й тих, які перетинає. До прикладу, у державах ЄС передбачено особливі норми щодо швидкісних обмежень, порядку обгону та використання

мобільних пристроїв. Уникнення нічних переїздів, зокрема в малознайомій місцевості, додатково знижує ризики.

Невід'ємною складовою міжнародної подорожі є наявність страхового поліса «Зелена карта», що покриває відповідальність перед третіми особами. У деяких країнах додатково можуть вимагатися документи на авто, підтвердження проходження техогляду та нотаріально засвідчена довіреність на право керування транспортним засобом.

Інформаційні технології значно полегшили планування: численні додатки дозволяють прокладати маршрути, бронювати квитки, переглядати відгуки, створювати інтерактивні карти подорожі. Соцмережі, туристичні форуми та канали в месенджерах є джерелом актуальної інформації, порад та попереджень. Важливим чинником є забезпечення комфорту пасажирів.

Регулярні зупинки кожні 2 – 3 години допомагають знизити фізичне навантаження та зберегти концентрацію водія. Для дозвілля слід підготувати аудіовізуальний контент, ігри або інші розваги, що особливо важливо під час тривалих переїздів. Плануючи перетин кордонів, необхідно перевірити актуальні вимоги митного контролю: наявність закордонного паспорта, технічного паспорта на авто, водійських прав міжнародного зразка, дозволів на перевезення дітей, правил ввезення готівки, медичних препаратів, продуктів тощо [49].

Автотуризм передбачає також використання кемпінгів та спеціалізованих автостоянок. За допомогою додатків на кшталт Park4Night чи Campercontact можна знаходити перевірені місця з відповідною інфраструктурою. У деяких країнах дикий кемпінг заборонено, і порушення правил може призвести до адміністративної відповідальності.

Організація харчування також є важливою складовою. При подорожі через малозаселені райони доцільно мати запас їжі та води, а також обладнання для її приготування. Використання холодильників і польових кухонь підвищує автономність мандрівників. У зимовий період необхідно враховувати сезонні ризики: сніг, ожеледицю, гірські перевали. Автомобіль

має бути відповідно підготовлений, тобто оснащений зимовими шинами, ланцюгами, рідиною для обігріву скла тощо.

Автоподорож – це не лише засіб пересування, а й емоційна подія, що включає враження, знайомства, відкриття нових локацій. Туристи дедалі частіше фіксують ці миті в щоденниках, блогах чи соціальних мережах, ділячись досвідом із іншими.

Сучасні цифрові інструменти як Roadtrippers, Sygic Travel, TripIt – дозволяють створити інтерактивну дорожню карту з усіма деталями маршруту. Водночас спільноти у Telegram чи форуми автотуристів забезпечують постійну комунікацію та підтримку [49].

Зростає також роль екологічної відповідальності в автотуризмі. Все більше мандрівників обирають екологічні маршрути, підтримують місцевих виробників, мінімізують кількість відходів. Електромобілі набувають популярності, що стимулює розвиток інфраструктури зарядних станцій.

Таким чином, автомобільна подорож у сучасних умовах є багатовимірним явищем, що поєднує логістику, безпеку, емоційне задоволення та новітні технології. Від ретельної підготовки залежить якість туристичного досвіду, а кожна дрібниця – від стану шин до вибору музики - впливає на враження від мандрівки. Аналіз актуальних інформаційних джерел засвідчує активізацію розвитку автомобільного туризму в Україні. Відзначаються певні досягнення у розбудові відповідної інфраструктури, зокрема поліпшення стану автомобільних доріг, розширення мережі автозаправних станцій та пунктів технічного обслуговування. Також активно розвивається інфраструктура тимчасового розміщення автотуристів, що охоплює кемпінги, мотелі, готелі тощо. Транзитні мандрівники мають змогу скористатися послугами численних закладів харчування при дорогах - ресторанів, кафе, буфетів, значна частина яких працює цілодобово [22].

Водночас, попри наявні позитивні зрушення, автотуризм в Україні стикається з рядом проблем, які залишаються невирішеними. Насамперед варто зазначити, що розвиток цієї сфери має переважно стихійний характер і

базується на ініціативі приватного бізнесу за відсутності системної державної політики: призводить до невідповідності стандартам організованого туризму.

Необхідним є подальше удосконалення автомобільних трас, підвищення якості об'єктів для розміщення автотуристів, створення ефективної системи оренди автомобілів, а також розвиток інформаційного забезпечення, зокрема доступу до актуальних маршрутних схем, карт автомобільних доріг регіонів та туристичних об'єктів [39]. Ключовою перешкодою на шляху розвитку автотуризму в Україні є відсутність єдиної державної програми, яка б інтегрувала діяльність суб'єктів туристичного ринку у цілісну систему. Така програма мала б визначити стратегічні напрями розвитку, сформулювати конкретні цілі та завдання, а також сприяти залученню представників суміжних галузей до формування комплексного туристичного продукту.

Популярність автомобільних, автобусних перевезень серед українського населення пояснюється їхньою доступністю, мобільністю, відносно низькою вартістю та зручністю. Автомобільний транспорт виявляється оптимальним засобом для організації сімейних поїздок, оглядових екскурсій, а також короткотермінових турів вихідного дня. Його перевагами є здатність досягати найвіддаленіших куточків країни за умови наявності мінімальної транспортної інфраструктури, що є економічно невигідним для інших видів транспорту, таких як залізничний або морський. У свою чергу, автобусні перевезення мають перевагу в контексті перевезення організованих туристичних груп, що дозволяє зменшити собівартість транспортних витрат на одного пасажира.

Автомобільний туризм в Україні є перспективним, хоча й поки що недостатньо розвиненим напрямком, що потребує подальшого дослідження та розвитку. Історично цей вид туризму виник завдяки розвитку автомобіля у ХХ столітті, що сприяло збільшенню мобільності населення та популяризації індивідуальних подорожей. Автомобільний туризм поєднує свободу вибору маршруту, можливість самостійного пересування та культурно-пізнавальні елементи, що робить його привабливим для туристів. Незважаючи на те, що в Україні автомобільний туризм ще перебуває на стадії становлення, його

розвиток може позитивно вплинути на економіку та інфраструктуру регіонів. Цей вид туризму не тільки дає мандрівникам можливість насолоджуватися подорожами, але й стимулює збереження культурної спадщини та розвиток місцевих туристичних маршрутів.

Автомобільний туризм в Україні набирає популярності завдяки високій мобільності, доступності та зручності для туристів можливості досягати віддалених регіонів країни. Однак для забезпечення комфортних та безпечних подорожей необхідна ретельна підготовка, що включає планування маршруту, технічну перевірку транспортних засобів, організацію житла та харчування, а також дотримання нормативно-правових вимог. Водночас, розвиток сфери в Україні стикається з проблемами: відсутність єдиної державної програми для інтеграції туризму в цілісну систему, що ускладнює удосконалення інфраструктури та інформаційного забезпечення для автотуристів.

#### Висновки до розділу 1.

Визначено сутність, роль та основні види автомобільного туризму. Автомобільний туризм в Україні є відносно новим напрямом, що перебуває на етапі становлення та освоєння. Незважаючи на його активну популяризацію у світі, на вітчизняному туристичному ринку ця форма подорожей займає вузьку, недостатньо розвинену нішу. Наразі, обмежена кількість українських туристичних компаній займається розробкою й впровадженням автотурів, тоді як у багатьох країнах світу цей вид туризму здобув широку популярність.

Розглянуто методику організації подорожі автомобільним транспортом. Автомобільний туризм в Україні набирає популярності завдяки високій мобільності, доступності та зручності для туристів можливості досягати віддалених регіонів країни. Однак для забезпечення комфортних та безпечних подорожей необхідна ретельна підготовка, що включає планування маршруту, технічну перевірку транспортних засобів, організацію житла та харчування, а також дотримання нормативно-правових вимог, тобто методичний підхід.

## РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### 2.1. Дослідження тенденцій автомобільного туризму в Україні під час війни

Доцільно навести дані, які свідчать про кількість ліцензій за видами діяльності на право провадження господарської діяльності з перевезення пасажирів, небезпечних вантажів та небезпечних відходів автомобільним транспортом, міжнародні перевезення пасажирів та вантажів автомобільним транспортом станом на 01.01.2020 (інформація з ДІА) (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Кількість ліцензій за видами діяльності на право провадження господарської діяльності, які пов'язана з автомобільним туризмом

№ з/п	Види господарської діяльності	Загальна кількість діючих ліцензій за видами робіт
1	Внутрішні перевезення пасажирів автобусами	13687
2	Внутрішні перевезення пасажирів на таксі	10840
3	Внутрішні перевезення пасажирів легковими автомобілями на замовлення	3802
4	Внутрішні перевезення небезпечних вантажів та небезпечних відходів вантажними автомобілями	3396
5	Міжнародні перевезення пасажирів автобусами	2502
6	Міжнародні перевезення пасажирів на таксі	74
7	Міжнародні перевезення пасажирів легковими автомобілями на замовлення	147
8	Міжнародні перевезення небезпечних вантажів та небезпечних відходів вантажними автомобілями	909
9	Міжнародні перевезення вантажів вантажними автомобілями (крім перевезень небезпечних вантажів та небезпечних відходів)	10400

За даними таблиці 2.1, цікавими є дані про кількість ліцензій: 1) перевезення пасажирів автобусами: внутрішні – 13687, міжнародні – 2502; 2) перевезення пасажирів на таксі: внутрішні – 10840, міжнародні – 74; 3)

перевезення пасажирів легковими автомобілями на замовлення: внутрішні – 3802, міжнародні – 147. Тобто, підприємницькі структури зацікавлені значно більше були до війни в організації внутрішніх перевезень, ніж міжнародних.

Інформація про кількість транспортних засобів (по типу), які закріплені за ліцензіатами як засоби провадження господарської діяльності в організації перевезень пасажирів і різних типів вантажів автотранспортом (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Кількість транспортних засобів у суб'єктів бізнесу

№ з/п	Тип транспортного засобу	Загальна кількість транспортних засобів
1	Автобус	51909
2	Мікроавтобус	2426
3	Легковий	16997
4	Інші пасажирські	1199
5	Тягач	43907
6	Бортовий	3541
7	Фургон	3873
8	Інші вантажні	7727
9	Вантажо-пасажирські	131
10	Інші транспортні засоби	11049
11	Разом	142759

За даними таблиці 2.2 видно, що загальна кількість транспортних засобів у власності суб'єктів бізнесу, яка застосовувалась для організації подорожей автомобільним транспортом склала (п. 1 + п. 2 + п. 3 + п. 4) 26531 одиниць.

Повномасштабна військова агресія, що розпочалася у 2022 році, спричинила безпрецедентну кризу в українській туристичній галузі, поставивши перед вітчизняними туроператорами низку складних викликів. Негативні наслідки цієї війни вийшли далеко за межі України, вплинувши на загальноєвропейський туристичний ринок. Значне зростання вартості пального та логістичних послуг миттєво відобразилося на ціноутворенні в авіаційних перевезеннях і туристичному обслуговуванні, що, у свою чергу, призвело до різкого зниження попиту на подорожі в регіоні. Як наслідок,

зменшення кількості авіарейсів охопило низку європейських країн: Молдова втратила 69% рейсів, Словенія – 42%, Латвія – 38%, Фінляндія – 36%, Чехія – 35% (за даними Всесвітньої туристичної організації) [32].

Економічні втрати від війни є надзвичайними: лише у туристичному секторі глобальні збитки оцінюються у 14 млрд дол. Україна у 2022 р. зазнала скорочення внутрішніх доходів до державного бюджету більш ніж на третину. Особливо постраждали такі сегменти туристичної галузі, як туристичні бази, дитячі оздоровчі заклади, кемпінги (падіння надходжень до бюджету – 57%), туроператори (35%) та туристичні агентства (27%). Водночас, деякі об'єкти, зокрема, пансіонати та гуртожитки – зафіксували зростання попиту на 46% через тимчасове розміщення внутрішньо переміщених осіб.

У 2023 р. ситуація залишалася складною: за перші місяці року податкові надходження від туристичної сфери зменшилися на 29%, а кількість туристичних фірм – на 34%. Потік іноземних гостей до України скоротився вдвічі, причому більшість із них приїжджали не з туристичною метою, а як офіційні делегації, волонтери, журналісти, представники міжнародних місій. Зафіксовано понад 100 випадків пошкодження туристичної інфраструктури внаслідок бойових дій, проте в низці регіонів реальні масштаби руйнувань досі неможливо оцінити. Найбільших втрат зазнали туристичні об'єкти у Донецькій, Херсонській, Харківській і Київській областях [32].

У відповідь на нові умови воєнного стану українські туроператори та внутрішні туристи змушені були переорієнтовуватися. Державне агентство розвитку туризму оприлюднило актуальні рекомендації для подорожей Україною, що передбачають дотримання правил безпеки, зокрема знання місць розташування укриттів, дотримання комендантської години, а також врахування особливостей кожного регіону. Зміни в туристичному середовищі під час війни вимагають від учасників туристичного ринку не лише гнучкості, а й стратегічного переосмислення діяльності: формування нових безпечних і релевантних пропозицій, адаптації бізнес-моделей до реалій війни. Основою організації подорожей автомобільним транспортом під час війни є безпека.

Проведено автором PEST-аналіз про ринок автомобільного туризму. Результати PEST-аналізу свідчать, що ринок автомобільного туризму в країні має значний потенціал для розвитку, проте стикається з низкою політичних, економічних, соціальних і технологічних викликів (див. дод. Б, див. табл. Б.1).

Політична ситуація в країні, зокрема військовий стан, створює ризики безпеки для мандрівників, що обмежує географію подорожей. Підтримка внутрішнього туризму на державному рівні та відновлення інфраструктури в безпечних регіонах можуть стати поштовхом для розвитку автотуризму. Законодавчі обмеження на проведення джипінгу в природоохоронних зонах стимулюють пошук альтернативних маршрутів, що відкриває нові можливості для організації активного відпочинку. Спрощення візових процедур з країнами ЄС підвищує привабливість українського ринку для міжнародних туристів.

З економічної точки зору зростання кількості особистого автотранспорту та розвиток цифрових платформ оренди авто спрощують доступ до автомобільних подорожей, що розширює можливості для внутрішнього туризму. Водночас вартість пального залишається важливим фактором, який впливає на вартість поїздок, особливо в умовах економічної нестабільності. Проте розвиток електротранспорту та альтернативних видів пересування може частково компенсувати ці витрати.

З соціальної перспективи помітне зростання інтересу до безпечних і автономних подорожей, що робить караванінг та кемпінги популярними. Це сприяє не лише розвитку місцевої туристичної інфраструктури, а й підтримці малого бізнесу в регіонах, які приймають автотуристів.

Технологічні зміни також позитивно впливають на розвиток автомобільного туризму. Поява мобільних додатків для бронювання місць у кемпінгах, навігаційних сервісів та платформ оренди авто спрощує процес планування маршрутів та забезпечує більшу зручність для мандрівників.

Крім того, поширення електротранспорту відкриває можливості для більш екологічних подорожей, що відповідає сучасним трендам сталого розвитку. Автомобільний туризм в Україні має високий потенціал зростання,

особливо за умови відновлення інфраструктури, підтримки малого бізнесу та адаптації до сучасних технологій, що підвищує комфорт і безпеку подорожей.

Для оцінки відношення населення України до автомобільного туризму в рамках цього дослідження у травні 2025 року проведено опитування шляхом анкетування за допомогою Google-форми (див. дод. Д). У дослідженні прийняли участь 57 осіб. Результати опитування представлено в додатку Ж та на рисунках Ж.1 – Ж.14 (див. дод. Ж; див. рис. Ж.1 – Ж.14).

На основі опитування виявлено, що основна частина респондентів (87,7%) належить до вікової групи 18 – 25 років, що свідчить про переважання молоді аудиторії серед опитаних (див. дод. Ж; див. рис. Ж.1). Інші вікові категорії представлені значно меншою кількістю учасників – може вказувати на більш високу мобільність та зацікавленість у подорожах саме молоді.

Більшість респондентів подорожують як пасажери або з кимось разом (56,1%), тоді як власники авто становлять 31,6% (див. дод. Ж; див. рис. Ж.2). Це свідчить про те, що значна частина подорожей здійснюється в групах або разом із друзями чи родичами, а орендовані авто – лише 10,5% респондентів.

Переважає більшість респондентів (82,5%) подорожували Україною автомобілем після початку повномасштабної війни, що свідчить про високу мобільність навіть у складних умовах (див. дод. Ж; див. рис. Ж.3). Лише 17,5% не мали подорожей, що може бути пов'язано з безпековими питаннями або іншими обмеженнями.

Серед тих, хто подорожував Україною автомобілем, майже половина (41,8%) здійснила 1 – 2 поїздки, тоді як 38,2% подорожували 6 і більше разів (див. дод. Ж; див. рис. Ж.4). Це свідчить, що частина респондентів активно подорожує у складний період, підтримуючи мобільність на високому рівні.

Основними цілями подорожей стали відпочинок (71,9%), відвідини родичів (47,4%) та робочі поїздки (45,6%) (див. дод. Ж; див. рис. Ж.5).

Волонтерство та евакуація були менш поширеними, але все ж відчутно представлені, що свідчить про актуальність соціальної підтримки та гуманітарних ініціатив у часи війни.

Респонденти обирали для подорожей різні регіони України, найчастіше відвідуючи Київську область (36,8%), Запорізьку (33,3%), Херсонську (28,1%) і Одеську (29,8%) (див. дод. Ж; див. рис. Ж.6). Це свідчить про популярність столичного та південного регіонів для подорожей, попри складні умови.

Найпоширенішим форматом ночівлі серед респондентів стало проживання у родичів (29,8%), що вказує на сильні соціальні зв'язки та підтримку під час подорожей (див. дод. Ж; див. рис. Ж.7). Водночас помітна частка (24,6%) подорожувала без ночівлі або використовувала кемпінги та намети, що свідчить про адаптивність до умов.

Під час планування поїздок респонденти часто користувалися сервісами Google Maps, Waze (80,7%), що підкреслює важливість сучасних навігаційних технологій (див. дод. Ж; див. рис. Ж.8). Також популярними є рекомендації знайомих (26,3%), що свідчить про довіру до особистого досвіду.

Основним мотиватором для подорожей під час війни стала потреба змінити обстановку (61,4%), що підкреслює важливість емоційної розрядки та втечі від стресових умов (див. дод. Ж; див. рис. Ж.9). Інші мотиви були менш значущими, проте все ж залишаються актуальними для частини респондентів.

Факторами, що впливають на рішення подорожувати автомобілем, стали безпека маршруту (54,4%), вартість (49,1%) та стан автомобіля (40,4%) (див. дод. Ж; див. рис. Ж.10). Це демонструє пріоритет безпеки, економічної доступності та технічної справності під час планування поїздок.

Переважна більшість респондентів (71,9%) підтримує ідею розвитку внутрішнього автотуризму як способу відновлення економіки України після війни (див. дод. Ж; див. рис. Ж.11). Свідчення високої суспільної підтримки внутрішніх подорожей та готовність сприяти економічному відновленню.

Найбільшими перешкодами під час подорожей автомобілем у воєнний час стали погані дороги (68,4%), дорогий бензин (59,6%) і перевірки (блокпости) (52,6%) (див. дод. Ж; див. рис. Ж.12). Це підкреслює необхідність інфраструктурних покращень і зниження витрат на транспорт для стимулювання автотуризму.

Більшість респондентів (70,2%) вважають подорожі автомобілем у безпечні регіони України можливими зараз, хоча частина (29,8%) зазначає, що це можливо лише за певних умов (див. дод. Ж; див. рис. Ж.13). Це свідчить про обережність і залежність мобільності від ситуації безпеки.

Крім того, більше половини респондентів (57,1%) готові підтримати внутрішній туризм в Україні в ролі волонтера, мандрівника або інвестора. Це вказує на потенціал для розвитку автотуризму як складової економічного відновлення через залучення активних громадян (див. дод. Ж; див. рис. Ж.14).

Таким чином, результати опитування свідчать про високу зацікавленість молоді у подорожах автомобілем навіть у складних умовах воєнного стану. Переважна більшість респондентів (87,7%) належить до вікової групи 18 – 25 років, що підкреслює активність та мобільність цієї категорії населення. Попри воєнні ризики 82,5% учасників здійснили поїздки автомобілем територією України після початку повномасштабної війни, що вказує на стійкий інтерес до внутрішнього туризму. Водночас найбільш популярними регіонами для подорожей стали Київська, Запорізька, Херсонська та Одеська області, що підкреслює важливість «столичного» та південних напрямків.

Подорожі здебільшого здійснюються в компанії друзів або родичів, що свідчить про соціальний характер автомобільного туризму. Основними цілями мандрівок є відпочинок, відвідування родичів та робочі поїздки, тоді як волонтерство та евакуація мають меншу, але відчутну частку. Попри численні перешкоди, такі як погані дороги, високі ціни на паливе та перевірки на блокпостах, більшість респондентів підтримують розвиток внутрішнього автотуризму як одного зі шляхів відновлення економіки України. Це підкреслює значний потенціал автомобільного туризму для посилення регіональної мобільності та економічного зростання в майбутньому.

Автором проведено діагностику стану автомобільного туризму в країні з використанням методики SWOT-аналізу. Так, SWOT-аналіз автомобільного туризму в Україні демонструє наявність як потужних переваг, так і суттєвих викликів, що впливають на його розвиток (див. дод. В; див. табл. В.1).

Серед сильних сторін цього виду туризму варто відзначити високу мобільність та автономність, що дозволяє туристам самостійно планувати маршрути, зупинятися в будь-яких цікавих місцях та уникати необхідності в бронюванні квитків або готелів. Автотуризм також характеризується економічною доцільністю порівняно з іншими видами транспорту, що робить його привабливим для багатьох українців. Особливої популярності цей вид подорожей набув серед прихильників кемпінгів та караванінгу, які до війни активно розвивалися в Україні. Проте значною перешкодою для його повноцінного розвитку залишається недостатня туристична інфраструктура, погана якість доріг у багатьох регіонах та залежність від цін на паливо.

Можливості для автомобільного туризму в Україні є багатообіцяючими, особливо в умовах післявоєнного відновлення інфраструктури. Це відкриває перспективи для розвитку внутрішнього туризму в безпечних регіонах, створення нових маршрутів для джипінгу, квадроциклів та кемпінгів, а також розширення стоянок для караванінгу.

Крім того, розвиток цифрових сервісів для оренди транспорту та мобільних додатків для бронювання місць відпочинку спрощує організацію подорожей та підвищує їх зручність. Проте, попри значний потенціал, автомобільний туризм в Україні залишається вразливим до низки загроз. Воєнні дії, пошкодження туристичної інфраструктури, економічна нестабільність та зростання цін на паливо значно ускладнюють розвиток цього напрямку. Обмеження на відвідування природоохоронних зон також обмежують можливості для організації заходів на природі, що є популярним форматом автотуризму.

Для ефективного розвитку автомобільного туризму необхідно реалізувати ряд стратегій, що враховують наявні сильні сторони та можливості, а також знижують вплив слабких сторін і загроз. Зокрема, доцільним є інвестування в відновлення доріг, кемпінгів та інших об'єктів інфраструктури в безпечних регіонах, що підвищить привабливість внутрішніх маршрутів. Також варто підтримувати локальні ініціативи, які

можуть сприяти розвитку малого бізнесу в туристичній сфері. Впровадження мобільних додатків для зручного планування подорожей та цифрових сервісів для оренди транспорту дозволить зробити автотуризм більш доступним та комфортним для широкого кола українців. У результаті, ефективна реалізація цих стратегій може не лише зміцнити позиції автотуризму на внутрішньому ринку, але й підготувати його до майбутнього зростання після відновлення інфраструктури та стабілізації економічної ситуації.

## 2.2. Аналіз світового досвіду організації подорожей автомобільним транспортом та його адаптація до вітчизняних реалій

Туристичний транспортний бізнес є важливою складовою частиною загального туристичного продукту, хоча він також є самостійним сектором діяльності. Для ефективного функціонування цього виду бізнесу необхідне глибоке розуміння маркетингових концепцій та практичних аспектів [62]. Розробка та реалізація транспортних послуг включає не лише забезпечення належної якості транспортних засобів, а й постійну модернізацію та адаптацію послуг до змінних умов ринку.

Важливим етапом є розуміння ринку, правильний вибір цільових сегментів, встановлення партнерських зв'язків з постачальниками послуг перевезень та врахування їх вимог щодо розробки відповідних продуктів. Це дозволяє не лише створювати позитивний імідж компанії, а й забезпечувати стабільне зростання її бізнесу [63]. Модернізація та удосконалення послуг є важливим фактором для успішної конкуренції в умовах високої конкуренції на ринку туристичних перевезень.

Оскільки значна частина бюджету туристів витрачається на транспорт, імідж місця призначення, туроператора або туристичної агенції безпосередньо залежить від якості послуг, що надаються автотранспортними компаніями. Україна має великий транспортний потенціал, що надає унікальні можливості для розвитку автотуризму, особливо в післявоєнний період. Розвиток

транспортних туристичних потоків стане важливим кроком у процесі інтеграції України в міжнародний туристичний ринок [6].

Однак, цей процес є складним і потребує значних інвестицій, особливо в сфері оновлення транспортної інфраструктури, яка, на жаль, постраждала від збройної агресії. Крім того, для досягнення високих стандартів необхідні значні інвестиції і ефективна державна політика, спрямована на модернізацію інфраструктури, впровадження екологічних стандартів та економічно ефективного управління. Важливим аспектом є також забезпечення сталого розвитку автотуризму, особливо в умовах глобальних екологічних викликів, що вимагає переходу до екологічно чистих засобів транспорту, таких як електромобілі, що стають все популярнішими у європейських країнах.

На тлі глобальної проблеми захисту планети від негативних екологічних факторів, включаючи забруднення, спричинене викидами від автомобілів, все більше урядів країн світу звертають увагу на електричні транспортні засоби та активно впроваджують більш жорсткі екологічні норми. Це призводить до зростання інтересу споживачів до електромобілів та зростання ринкового попиту. На сьогоднішній день електричні автомобілі складають уже чверть усіх транспортних засобів в Європі. Громадяни багатьох країн поступово відмовляються від бензинових та дизельних авто, а ціни на електричні транспортні засоби стають більш доступними. Проте основним обмеженням для ще більшого поширення цього виду транспорту, зокрема в автотуризмі, є недостатня кількість зарядних станцій та обмежена дальність пробігу.

Порівняння розвитку автомобільного туризму в різних країнах показує суттєві відмінності в підходах до організації інфраструктури та підтримки цього виду відпочинку (див. табл. 2.3) [45; 48; 59; 60]. У країнах Західної Європи, таких як Німеччина та Франція, автомобільний туризм є добре розвиненим завдяки наявності якісних доріг, численних кемпінгів та стоянок для трейлерів. Ці держави активно підтримують розвиток караванінгу та створюють сприятливі умови для подорожей, що включають доступність туристичних маршрутів, культурних пам'яток та природних об'єктів.

Таблиця 2.3 – Порівняння розвитку автомобільного туризму в різних країнах

Країна	Напрями розвитку	Інфраструктура та підтримка	Особливості та перспективи
Німеччина	Караванінг, кемпінг, подорожі автобанами, відвідування культурних та історичних місць	Розгалужена мережа автобанів, кемпінги європейського рівня, стоянки для трейлерів	Високий рівень організації та безпеки; активна підтримка з боку держави
Франція	Кемпінг на Лазуровому узбережжі, подорожі винними маршрутами, культурний туризм на авто	Велика кількість кемпінгів, стоянок для автодомів, безкоштовні автостоянки	Популярність серед європейців, розвиток маршрутів до замків та виноградників
США	Дорожні подорожі по Route 66, національні парки, караванінг	Розвинена інфраструктура для RV (рекреаційних авто), кемпінги в національних парках	Свобода пересування, великі відстані, популярність кемпінгів
Італія	Подорожі між історичними містами, маршрути узбережжям, кемпінг у Тоскані та на Амальфійському узбережжі	Кемпінги з повним обслуговуванням, паркінги біля основних пам'яток	Висока туристична привабливість, розвинена мережа доріг
Австралія	Дорожні подорожі пустелями, маршрути до національних парків, кемпінг у дикій природі	Облаштовані місця для кемпінгу, стоянки в національних парках	Популярні подорожі на довгі дистанції; можливість «дикого» кемпінгу
ПАР (Південна Африка)	Сафарі-тури на джипах, караванінг у національних парках, поїздки до заповідників	Мережа доріг для сафарі, спеціальні місця для стоянок у заповідниках	Розвинутий напрямок сафарі, популярність серед іноземних туристів
Україна (перспективи)	Автотуризм по Карпатах, Поділлі та узбережжям Чорного моря, кемпінги у природних зонах	Потребує відновлення доріг, розвитку кемпінгів та стоянок	Високий потенціал після відновлення інфраструктури та підвищення безпеки

У свою чергу, США виділяються своїми масштабами та популярністю подорожей у форматі «road trip» з великими караванами, що дозволяє мандрівникам досліджувати безкрайні простори країни з високим рівнем комфорту. Водночас автомобільний туризм в Австралії та Південній Африці має свої особливості, зокрема акцент на сафарі та подорожі через пустелі та національні парки. Ці регіони приваблюють туристів можливістю близького

знайомства з дикою природою, часто у форматі «дикого» кемпінгу або сафарі на джипах. Такі подорожі вимагають від мандрівників підготовленості та витривалості, проте відкривають унікальні локації, що недоступні в умовах традиційного туризму. Інфраструктура в цих країнах адаптована під специфіку подорожей: облаштовані стоянки, місця для відпочинку та мережа доріг, що дозволяє безпечно пересуватися навіть у віддалених місцях.

Україна, попри великий потенціал, потребує значних інвестицій для розвитку автомобільного туризму [64]. Основними проблемами залишаються недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури, поганий стан доріг та відсутність облаштованих кемпінгів і стоянок. Проте післявоєнне відновлення відкриває можливості для створення нових туристичних маршрутів, розвитку кемпінгів та покращення дорожньої мережі. Враховуючи європейський досвід, Україна може стати привабливим напрямком для автотуристів, що дозволить не лише збільшити кількість внутрішніх мандрівок, а й привабити іноземних туристів.

Сучасна стратегія розвитку інфраструктури для зарядки електромобілів зосереджена на необхідності значних інвестицій. В окремих країнах вже здійснюються конкретні кроки для покращення цієї ситуації. Наприклад, в Ірландії уряд вирішив будувати зарядні станції через кожні 60 км, у Великій Британії пропонуються компенсації виробникам електромобілів до 75% витрат, у США розроблено систему знижок для заохочення використання електричних транспортних засобів, а в Греції існує програма заміни старих автомобілів на електричні [48].

Сегмент автономного автотуризму може стати перспективним напрямом не лише для Європи, але й для України в післявоєнний період, хоча для цього буде потрібно значне фінансування та розвиток технологій. Найближчими роками ми матимемо можливість спостерігати як плюси, так і мінуси реалізації подібних програм у країнах Європейського Союзу. Подорожуючі автомобілем туристи можуть бути поділені на дві основні категорії: ті, що використовують власні автомобілі (включаючи «будинки на колесах»), в яких вони можуть і

проживати), та ті, які орендують автомобілі на місці прибуття або в країні виїзду [59]. Автономний автотуризм є одним із найперспективніших способів підвищення привабливості культурних та історичних туристичних локацій, оскільки він дає можливість мандрівникам самостійно визначати темп подорожі, відкриває нові горизонти для дослідження місцевого середовища та взаємодії з місцевими жителями, що є порівняно з традиційними туристичними пакетами та пропозиціями від туристичних агентств. Цей підхід дозволяє туристам створювати гнучкі маршрути, що не тільки забезпечують непередбачувані відкриття, але й дають змогу регулювати фінансову частину подорожі та глибше пізнавати культурну спадщину місць, що відвідуються.

В Європі спостерігається певна сегментація користувачів автономного автотуризму за демографічними ознаками: туристи старшого віку зазвичай обирають маршрути, що включають зручні умови проживання та надають певний комфорт, тоді як молодші мандрівники часто обирають більш економічні та екстремальні маршрути з мінімальними умовами для ночівлі.

Європа є важливим ринком для розвитку безпілотного автотуризму, зокрема після пандемії COVID-19, коли інтерес до цього виду туризму значно зріс. За оцінками, ринок автотуристичних послуг на 2021 рік складав майже 100 мільярдів доларів США, і до 2028 року прогнозується його зростання до 126 мільярдів. Додатково, опитування, проведене у 2023 році, показало, що 89% мандрівників прагнуть відкривати нові, цікаві місця для отримання більш автентичного досвіду, що підтверджує високий попит на безпілотний автотуризм як одну з найбільш перспективних форм відпочинку [45].

Світовий ринок безпілотних транспортних засобів має великий потенціал і, ймовірно, стане одним з найбільш популярних у майбутньому. Прогнозується, що за два роки інвестиції в цей сектор зростуть на 60 мільярдів доларів США, а за десять років досягнуть 448 мільярдів, що означає середній ріст на рівні 22,2% щорічно.

Ці цифри свідчать про значний інтерес до цього сегмента ринку. Безпілотні автомобілі мають численні переваги, серед яких підвищення

безпеки завдяки впровадженню новітніх захисних технологій, здатність розпізнавати інші транспортні засоби та коректно реагувати на них, а також можливість зменшення заторів на дорогах. Вони є не просто альтернативним засобом транспорту для туристів, а справжнім інноваційним рішенням, яке може змінити саму сутність подорожей, завдяки використанню поєднання датчиків, камер, GPS та штучного інтелекту для навігації без участі водія [45].

Попит на безпілотні автомобілі почав зростати завдяки ряду факторів, таких як розвиток інфраструктури та технологічні досягнення. Проте на шляху до масового впровадження технологій стоять високі витрати на виробництво та проблеми з кібербезпекою. Станом на 2022 рік, загальні інвестиції в розвиток безпілотного транспорту в Європейському Союзі сягнули 118 мільярдів доларів, зокрема завдяки запуску тестування технології 5G [60].

Перспективи впровадження безпілотних автомобілів в автотуризмі є значними. Вони дозволяють: 1) покращити транспортні потоки в туристичних зонах; 2) зменшити затори; 3) скоротити час на дорозі; 4) знизити споживання пального, викиди шкідливих речовин в атмосферу; 5) підвищити ефективність використання дорожньої інфраструктури [60].

Впровадження безпілотних автомобілів може мати значний вплив на ринок праці, оскільки певні професії, зокрема водії, можуть стати застарілими. Очікується, що це призведе до скорочення робочих місць в галузі транспорту та у логістиці, громадському транспорті та туризмі. У зв'язку з цим, вплив безпілотних автозасобів може суттєво змінити деякі сектори економіки. Одним із напрямків, який може бути задіяний в умовах нових технологій, є автотуризм. Серед основних видів автомобільного туризму можна виокремити сафари, джипінг, караванінг та автотури, кожен з яких має свої особливості.

Сафари-туризм – це сухопутні експедиції, спрямовані на дослідження географічних, культурних і природних характеристик місцевості. Найпопулярніші напрямки сафари розташовані в Південній та Східній Африці, де політичні та адміністративні інституції активно сприяли розвитку туристичної інфраструктури.

Як зазначає науковець Стоун М., сафарі перебуває на етапі підйому своєї популярності, що дає підстави для формулювання нових амбіційних цілей і удосконалення концептуальних аспектів цього сегмента [55]. Сафарі, хоч і бере початок в Африці, популярне і в інших країнах, таких як США, де його популяризував президент Теодор Рузвельт. Основним магнітом для туристів є можливість побачити дику природу в її природному середовищі [56].

Сафарі як вид активного туризму має кілька форматів, що дають змогу враховувати рівень підготовки, бажаний комфорт та тривалість подорожі. Найекстремальнішим вважається довгострокове сафарі на квадроциклах, яке підходить для досвідчених мандрівників, що прагнуть адреналіну та тривалого перебування в дикій природі. Короткострокові варіанти – більш популярні серед широкої аудиторії – проводяться у відкритих джипах і зазвичай тривають від кількох годин до одного дня, що дозволяє туристам швидко отримати яскраві враження без значних фізичних навантажень.

Іншою важливою класифікацією є спосіб керування транспортом. У деяких турах туристи самостійно сідають за кермо – це так зване self-drive сафарі, яке дає більше свободи у виборі маршруту й темпу подорожі, але вимагає знання місцевих правил, досвіду водіння в складних умовах та високого рівня відповідальності. Такий формат підходить тим, хто прагне приватності та індивідуального планування часу.

Однак, пасажирське сафарі є комфортнішим і безпечнішим варіантом, особливо для новачків. Туристи подорожують у супроводі професійного гід-водія, який не лише відповідає за маршрут і безпеку, а й розповідає про місцеву флору, фауну, природні особливості. Це створює можливість глибше зануритися в атмосферу дикої природи без потреби концентруватися на керуванні. Такий формат ідеально підходить для сімей з дітьми або невеликих груп, що прагнуть поєднати комфорт із пізнавальним відпочинком

Серед інноваційних варіантів варто відзначити сафарі в Австралії та Бразилії, які мають свої унікальні особливості. В Австралії ці подорожі відомі як «подорожі до червоного серця континенту» і зазвичай проходять із травня

по жовтень. Основні маршрути ведуть через пустелю Танамі та національний парк «Улура-Ката-Кжута». Водночас бразильське сафарі має підвищений рівень небезпеки, особливо в районі Пантаналі, що знаходиться в центральній частині країни. У 2023 році ринок сафарі-туризму в Африці приніс 18014 мільйонів доларів США, а до 2033 року цей показник прогнозується на рівні 34564 мільйонів доларів США [57].

Крім того, індустрія сафарі щороку приносить африканським країнам майже 12 мільярдів доларів США від самих турів, а з урахуванням додаткових послуг цей показник може бути значно більшим.

Незважаючи на численні позитивні тенденції в розвитку автотуризму, існують й певні проблемні аспекти, що потребують уваги. Серед них можна виділити обмежену демографічну цільову групу, недостатньо розвинену інфраструктуру та невідповідний рівень безпеки повітряного простору. Так, клієнтами послуги є міжнародні туристи, переважно з Близького Сходу, Індії, Бразилії та Китаю. Ці мандрівники прагнуть познайомитися з екосистемою і насолодитися різноманітним географічним ландшафтом. Вікова група, яка робить найбільший внесок у цей сектор, - це мілленіали (20 – 30 років) [58].

Однак в Україні цей напрямок не є надто розвиненим або популярним. Станом на 2023 рік, триває планування першого сафарі-парку на Чернігівщині в селі Беремицьке, і, ймовірно, він стане важливою туристичною атракцією в найближчому майбутньому [8].

Також важливим напрямом автотуризму є джипінг, що надає можливість мандрівникам відчувати справжню свободу переміщення. Популярністю ці подорожі користуються в США, де останнім часом їх популярність значно зросла. Як зазначають вчені Магніні, Ліндсі та Вайат, понад 68% людей, які не відвідали Європу, з інтересом ставляться до цього виду туризму, а більшість тих, хто вже спробував джипінг у Європі, хоче повторити досвід [51].

Позашляховики гарантують комфорт, безпеку та зручність, що робить джипінг оптимальним варіантом для багатьох мандрівників. Існують різні варіанти джипінгу (джип-тури, перегони та трофі-рейди), які проводяться і в

Україні, хоча цей вид туризму ще не набув широкої популярності, незважаючи на наявність значного потенціалу для розвитку [52].

Найпопулярніші маршрути для джипінгу в Україні пролягають через мальовничі гірські хребти Карпат, зокрема Свидовець, Боржаву та Полонину Красну. Ці локації приваблюють поєднанням складних підйомів, стрімких спусків і дивовижних краєвидів. Хребет Свидовець славиться панорамами на вершини Тростян, Близницю та озера Івор, а Боржава - довгими гребеневими маршрутами, які підходять як для новачків, так і для досвідчених водіїв. Полонина Красна відома дикою природою, густими лісами й високогірними луками, які створюють відчуття повної віддаленості від цивілізації.

Окрім Карпат, цікаві джип-тури можна знайти і в інших регіонах України. Наприклад, маршрути вздовж чорноморського узбережжя дають змогу поєднати екстрим із відпочинком біля моря. Особливо захоплюють поїздки степами та піщаними дорогами Миколаївської й Одеської областей. Ще однією унікальною локацією є Олешківські піски на Херсонщині – найбільша пустеля Європи. Джипінг перетворюється на справжню пригоду: сипучий пісок, різкі перепади висот і відсутність тіней створюють атмосферу справжньої пустелі, де важливо мати досвід та орієнтацію на місцевості.

Для масового розвитку джипінгу в Україні необхідно врахувати вимоги до управління ризиками, які є ключовими в Європі, оскільки цей сектор постійно еволюціонує [44]. Ще одним видом автотуризму є караванінг, що вважається однією з найбільш доступних форм подорожей, яка дозволяє туристам досліджувати нові місця з комфортом і гнучкістю. Караванний туризм є альтернативою традиційним видам автотуризму завдяки своїм перевагам: економії коштів, свободи вибору маршрутів і можливості спілкуватися з іншими мандрівниками.

Використання автокараванів дозволяє поєднати комфорт з наближенням до природи, а також забезпечити максимальну гнучкість у виборі напрямків подорожей. Враховуючи ці переваги, можна стверджувати, що караванінг має великий потенціал для розвитку в Україні [18]. Водночас високі витрати на

такі подорожі можуть стимулювати вибір економічно ефективніших варіантів, таких як кемпінг чи оренда житла, що також впливає на розвиток відповідних послуг із автостоянки та кемпінгу [54].

Таким чином, автомобільний туризм виступає перспективною та динамічною формою туристичної діяльності, яка за умов належної організації здатна задовольнити широкий спектр потреб подорожуючих та забезпечити високий рівень якості подорожі. Війна, яка розпочалася в 2022 році, мала руйнівний вплив на українську туристичну галузь, що спричинило економічні втрати та зміни у структурах ринку. Туристичний сектор зазнав серйозних скорочень, зокрема внаслідок зменшення попиту на подорожі та пошкодження інфраструктури. Попри ці труднощі, в Україні спостерігається новий тренд – розвиток автотуризму, який, завдяки високій мобільності та гнучкості, здобуває популярність серед туристів.

В умовах воєнного стану вид туризму дозволяє не лише підтримувати внутрішній ринок, але й сприяє розвитку малого бізнесу та покращенню інфраструктури в різних регіонах країни. Автотуризм має значний потенціал для подальшого розвитку в Україні, особливо після війни, коли люди шукають безпечні та зручні способи подорожей. Це відкриває нові можливості для відновлення та розвитку регіонів та для підтримки локальних підприємств. Підвищення попиту на автотуризм сприяє розвитку інфраструктури, зокрема створенню нових кемпінгів, автозаправок і технічних пунктів обслуговування.

Воєнні дії, руйнування інфраструктури та економічна нестабільність спричинили значні втрати для туроператорів і зниження внутрішнього та міжнародного туристичного потоку. Зменшення кількості авіарейсів, підвищення вартості пального та логістичних послуг значно ускладнили подорожі як в Україні, так і в сусідніх європейських країнах. За даними Всесвітньої туристичної організації, низка країн втратила до 69% рейсів.

Водночас внутрішній ринок поступово переорієнтувався на автомобільний туризм, що став більш популярним через автономність, можливість обирати безпечні маршрути та адаптувати подорожі під особисті

потреби. Опитування, проведене у травні 2025 року, показало, що більшість мандрівників становить молодь (87,7%), яка обирає подорожі автомобілем навіть у складних умовах воєнного стану. Популярними напрямками залишаються Київська, Запорізька, Херсонська та Одеська області, що свідчить про стійкий інтерес до внутрішніх подорожей.

Автотуризм в Україні має значний потенціал для розвитку попри наявні виклики. SWOT-аналіз продемонстрував, що основними сильними сторонами цього виду туризму є мобільність, економічна доступність та автономність подорожей. Проте відсутність якісних доріг, недостатня інфраструктура та високі ціни на паливо залишаються серйозними перешкодами. Післявоєнне відновлення відкриває можливості для розширення внутрішніх маршрутів, розвитку кемпінгів, караванінгу, нових туристичних зон у безпечних регіонах.

#### Висновки до розділу 2.

Досліджено тенденції автомобільного туризму в Україні під час війни. Результати проведеного опитування респондентів свідчать про зацікавленість молоді у подорожах автомобілем навіть у складних умовах воєнного стану. Переважна більшість респондентів (87,7%) належить до вікової групи 18 – 25 років, що підкреслює активність та мобільність цієї категорії населення. Попри воєнні ризики 82,5% учасників здійснили поїздки автомобілем територією України після початку повномасштабної війни, що вказує на стійкий інтерес до внутрішнього туризму. Водночас найбільш популярними регіонами для подорожей стали Київська, Запорізька, Херсонська та Одеська області, що підкреслює важливість «столичного» та південних напрямків.

Проаналізовано світовий досвід організації подорожей автомобільним транспортом та його адаптація до вітчизняних реалій. Автотуризм в Україні має значний потенціал для розвитку попри наявні виклики. Післявоєнне відновлення відкриває можливості для розширення внутрішніх маршрутів, розвитку кемпінгів, караванінгу, нових туристичних зон у безпечних регіонах.

### РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПОВОЄННОМУ ПЕРІОДІ

#### 3.1. Механізм впровадження інноваційних підходів до організації подорожей автомобільним транспортом в Україні у повоєнному періоді

Автомобільний туризм в Україні до війни був одним з найпопулярніших способів подорожей для громадян, бо автомобіль давав можливість зручного і незалежного пересування по країні. Завдяки зростанню кількості автотранспорту та підвищенню добробуту населення, туристичний попит на автомобільні подорожі постійно зростає. Однак, після початку війни в Україні, ринок автомобільного туризму зазнав значних змін, спричинених економічною, соціальною та інфраструктурною нестабільністю. Розвиток цього сегменту туристичної індустрії опинився під загрозою через руйнування інфраструктури, обмеження на безпеку та зниження попиту через військові дії.

Попри ці труднощі, післявоєнний період має потенціал для відновлення автомобільного туризму, адже збільшення інтересу до внутрішнього туризму, розвиток екологічних форм відпочинку, а також намагання держави залучити інвестиції в реконструкцію інфраструктури дають нові можливості для зростання цього ринку. Ринок автотуризму в Україні демонструє позитивні тенденції до відновлення завдяки розвитку караванінгу, кемпінгів, а також новим форматам активного відпочинку, таким як джипінг та мотоциклетні подорожі. Проте, існують і значні загрози, зокрема, високий рівень руйнувань та відсутність належної інфраструктури для таких видів туризму.

Можливості для розвитку ринку полягають у розширенні пропозиції нових туристичних маршрутів та послуг, а також залученні інвестицій для відновлення та модернізації інфраструктури.

Водночас, значні загрози пов'язані з військовими діями, руйнуванням інфраструктури та соціально-економічними наслідками війни, що можуть уповільнити відновлення цієї сфери. Однак, після закінчення війни Україна

має великий потенціал для відновлення та розвитку автомобільного туризму, що дозволить не тільки підтримати внутрішній туризм, а й залучити туристів з інших країн, підвищуючи економічний потенціал держави.

Після встановлення миру в Україні зросте попит на рекреаційний туризм, оскільки наслідки пандемії COVID-19 та війни значно вплинули на психоемоційний стан громадян. Відновлення емоційної рівноваги стане можливим через релакс-тури, які забезпечать не лише позитивні емоції, а й необхідну енергію для відбудови зруйнованих міст і громад, а також для створення пам'ятних об'єктів, які нагадуватимуть про наслідки війни для майбутніх поколінь. Повоєнний період, ймовірно, буде характеризуватися підвищеним інтересом до внутрішнього туризму, оскільки люди шукатимуть безпечні та доступні варіанти відпочинку в межах країни. Однією з найпопулярніших опцій стане караванінг, який дозволяє зберігати комфорт і мобільність при мінімальному впливі на навколишнє середовище, що особливо привабливо для тих, хто віддає перевагу екологічним і відповідальним способам відпочинку.

В умовах глобальної турботи про збереження природних ресурсів, караванінг також може бути альтернативою традиційним кемпінгам, а популярність глемпінгів – «гламурних кемпінгів», що поєднують комфорт готелів і близькість до природи, поступово зростатиме [46].

Після закінчення війни в Україні очікується приплив нових інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури, зокрема кемпінгів, глемпінгів і стоянок для караванів, що підвищить привабливість країни для автотуристів як зсередини, так і з-за кордону. Відновлення та модернізація законодавчих норм створять сприятливі умови для розвитку цього виду туризму. Місцеві громади можуть активно долучитися до цього процесу, розвиваючи локальні туристичні об'єкти та надаючи послуги автотуристам. Відкриття нових туристичних маршрутів та послуг стимулює економічне зростання через попит на продукти, харчування та послуги, що сприяє розвитку малого бізнесу та нових підприємницьких ініціатив [3].

Розвиток інфраструктури для караванінгу також сприятиме створенню нових робочих місць у сфері обслуговування, будівництва та управління туристичними об'єктами. Крім того, туристи, зацікавлені у пізнанні місцевої культури та історії, можуть сприяти розвитку культурного туризму, підтримці місцевих традицій та ремесел. Інвестиції в цей сектор можуть покращити туристичний рейтинг України, залучаючи більше європейських туристів та забезпечуючи економічне відродження регіонів, що постраждали від війни.

Автомобільний туризм в Україні має значний потенціал завдяки своїй самостійності, свободі вибору маршрутів та можливості отримання нових культурних і історичних вражень. Цей сектор є привабливим для інвесторів, оскільки наявність оригінальних маршрутів та розвиток придорожного сервісу можуть значно підвищити популярність автотуризму в країні.

Механізм впровадження інноваційних підходів до організації автомобільних подорожей в Україні у повоєнний період включає кілька ключових етапів, що потребують стратегічного підходу до адаптації та розвитку (див. дод. Г; див. табл. Г.1). Перш за все, важливим є розуміння ринку та визначення цільових сегментів. Це вимагає більш глибокого аналізу ринку туристичних послуг, особливо в контексті автотуризму. Оскільки потреби споживачів постійно змінюються, використання сучасних маркетингових стратегій та аналітики дозволяє ефективно реагувати на ці зміни. Важливим кроком є проведення маркетингових досліджень та розробка таргетованих кампаній для залучення конкретних груп споживачів. Наступним етапом є налагодження партнерських зв'язків з постачальниками послуг перевезень для забезпечення високої якості надання послуг. Встановлення таких партнерств допомагає створити умови для спільних інвестиційних проектів, що сприятимуть розвитку транспортної інфраструктури. Це важливий крок для покращення якості перевезень та підтримки стабільності в галузі.

Модернізація транспортних засобів є важливою складовою частиною стратегії. Оновлення транспорту згідно з новими вимогами екології та безпеки дозволить зберегти конкурентоспроможність та відповідати новітнім вимогам.

Важливим є впровадження електричних та безпілотних транспортних засобів, що також потребує створення державних програм стимулювання переходу на електротранспорт. Розвиток інфраструктури є невід'ємною частиною цього процесу. Модернізація інфраструктури для підтримки нових транспортних технологій, таких як мережа зарядних станцій для електромобілів, дасть змогу інтегрувати Україну в глобальні транспортні мережі та забезпечити ефективне обслуговування автотуристів. Залучення інвестицій у розвиток таких станцій сприятиме поліпшенню сервісу та розвитку туризму в країні.

Важливим аспектом є також впровадження екологічних стандартів для зменшення шкідливих викидів. Враховуючи глобальні тенденції та екологічні вимоги, введення обов'язкових стандартів для екологічних транспортних засобів допоможе знизити забруднення навколишнього середовища. Це можна забезпечити завдяки підтримці відповідних державних, міжнародних програм.

Розробка нових туристичних продуктів та послуг також є важливою частиною інноваційного розвитку автотуризму. Зокрема, створення нових маршрутів і послуг для безпілотного автотуризму, таких як сафари, джипінг або караванінг, відкриває нові можливості для туристів. Водночас необхідно удосконалювати інфраструктуру та сервіси для автономних мандрівників, що вимагає уваги до деталей та врахування потреб цієї нової категорії туристів.

Нарешті, адаптація до глобальних змін є важливою умовою для розвитку автотуризму. Реакція на зміни в екологічних вимогах та технічних стандартах автотуризму потребує готовності до впровадження безпілотних транспортних засобів. Це передбачає підготовку відповідних нормативно-правових актів, які забезпечать безпеку та підтримку нових технологій на законодавчому рівні.

Розвиток автомобільного туризму в Україні потребує комплексного підходу, який базується на адаптації кращих світових практик до вітчизняних реалій. З огляду на позитивний досвід країн Європи та США, особливу увагу слід приділити створенню якісної інфраструктури для автономних подорожей – відбудові доріг, обладнанню туристичних маршрутів та встановленню зарядних станцій для електромобілів. Це дозволить стимулювати внутрішній

туризм та зробити Україну привабливою для іноземних автотуристів у післявоєнний період. Насамперед, треба орієнтуватися на сегментацію ринку автотуристів. Зокрема, слід враховувати потреби двох основних категорій мандрівників: власників авто (включно з «будинками на колесах») та орендарів транспорту. Це дозволить пропонувати гнучкі формати подорожей: як комфортні маршрути з розвинутою інфраструктурою для старших туристів, так і бюджетні альтернативи для молоді з орієнтацією на мінімалізм і природу.

Інтеграція екологічних стандартів у систему автотуризму України має стати стратегічним пріоритетом. Урядам провідних країн вдалося досягти значних успіхів у впровадженні електромобілів, завдяки державній підтримці та розширенню мереж зарядних станцій. Україні слід наслідувати приклади таких програм і передбачити стимули для громадян і бізнесу, щоб активніше переходити на екологічно чистий транспорт.

Водночас варто інвестувати у розвиток напрямів тематичного автотуризму – зокрема джипінгу, караванінгу та even-туризму. Враховуючи багатство природних ландшафтів України та культурно-історичну спадщину, можливо створити унікальні маршрути на кшталт «Карпатського кола», «Подільської спадщини» або «Азовських автоекспедицій», що дозволятимуть туристам досліджувати країну у власному ритмі.

Паралельно з традиційними форматами слід ініціювати пілотні проєкти з автономного автотуризму на базі електромобілів та у перспективі – безпілотного транспорту. Хоча такі технології потребують високих капіталовкладень, саме вони формують майбутнє подорожей. Створення тестових маршрутів у регіонах з високим туристичним потенціалом може стати першим кроком до впровадження смарт-мобільності.

Особливу увагу слід приділити безпеці. Окрім загальнодорожніх стандартів, варто впроваджувати спеціальні інформаційні сервіси для автотуристів: мобільні додатки з маршрутами, системи моніторингу погодних умов, попередження про небезпеки тощо. Досвід Європи показує, що цифрові інструменти значно покращують якість та зручність подорожей.

Участь держави в цьому процесі має бути проактивною. Потрібно створити спеціальні програми підтримки місцевих громад, які братимуть участь у розвитку туризму – через гранти на облаштування кемпінгів, глемпінгів та туристичних хабів. Це дозволить не лише підвищити туристичну привабливість, але й активізувати економіку малих населених пунктів.

Загалом, автомобільний туризм – це не лише форма подорожі, а інструмент інтеграції України у світовий туристичний ринок. Якщо поєднати інновації, сталий розвиток і регіональні особливості, цей напрям може стати драйвером відновлення туризму та соціально-економічного розвитку у повоєнний період. Успішне впровадження інновацій у сфері автотуризму в Україні потребує комплексного підходу, який включає вдосконалення інфраструктури, розвиток екологічних стандартів, модернізацію транспорту та впровадження новітніх технологій, що забезпечить комфортні, безпечні та екологічно чисті подорожі у повоєнний період.

### 3.2. Розробка туру по Україні автомобільним транспортом

Авторський тур «Скарби Центральної України» створено з метою ознайомлення туристів із культурним, природним та історичним багатством центральної частини нашої країни. Подорож, що починається із Запоріжжя, дозволяє мандрівникам зануритися в унікальний світ української спадщини, де органічно поєднуються стародавні традиції, мальовничі ландшафти та сучасна туристична інфраструктура. Тур є яскравим прикладом внутрішнього автотуризму, що розвивається і стає дедалі популярнішим серед українців.

Маршрут продумано таким чином, щоб подорож була не лише комфортною, а й насиченою та пізнавальною. Відвідування ключових міст і селищ (Дніпра, Кременчука, Черкас, Золотоноші, Канева, Кам'янки) дає змогу побачити різноманітні сторони регіону: від козацької доби до літературної спадщини, від природних заповідників до сучасних культурних просторів. Особлива увага приділяється деталям маршруту: тривалості переїздів, часу на

відпочинок, харчування та екскурсійне навантаження. Перевагою цього туру є гнучкість – він підходить як для індивідуальних мандрівок на одному авто, так і для організованих груп на кількох машинах. Ретельне планування маршруту з урахуванням можливих зупинок, заправок, готелів та об'єктів відвідування робить поїздку зручною навіть для мандрівників без попереднього досвіду.

Водночас передбачено можливість супроводу гіда, що додає екскурсійному компоненту професійного підходу (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Авторський автотур «Скарби Центральної України»

№	Ознака	Зміст
1	Форма туру	Автомобільний
2	Клас туру	Внутрішній туризм
3	Сезонність туру	Весна – осінь (у період сприятливих погодних умов)
4	Спосіб переміщення	Легковий автомобіль (власний)
5	Вид туру	Індивідуальний (1 авто, 4 особи) або груповий (2 – 6 авто, 8 – 24 особи)
6	Тривалість туру	6 днів
7	Вікова категорія	Від 18 років, любителі автоподорожей, діти як пасажери
8	Розміщення	Готелі в Дніпрі, Кременчуці, Черкасах, Золотоноші та Кам'янці (Черкаська обл.)
9	Харчування	Сніданки в готелях, кафе/ресторани по маршруту, самостійне харчування
10	Протяжність маршруту	Орієнтовно 930 км (за умов безпеки)
11	Тривалість туру	Загальна – 134 годин: – у дорозі – 21 година; – екскурсії – 32 години; – харчування – 6 годин; – вільний час і відпочинок – 75 годин

Окрему увагу приділено економічному обґрунтуванню туру. Завдяки оптимізації витрат і чіткому розрахунку бюджету, подорож є доступною для широкої аудиторії. Вартість туру враховує витрати на паливо, проживання, харчування, екскурсії, страхування та прибуток агентства. При цьому

збережено баланс між ціною, якістю та рівнем комфорту, що дозволяє забезпечити високу рентабельність і задоволення клієнтів.

Таким чином, «Скарби Центральної України» – це не просто мандрівка, а цілісний туристичний продукт, що сприяє розвитку автотуризму в Україні. Тур здатен стати привабливою пропозицією для туристичних агенцій, автоклубів і самостійних мандрівників. Його впровадження відкриває нові можливості для популяризації національного туризму, збереження культурної спадщини та активного відпочинку в межах країни. Маршрут подорожі охоплює шість днів захопливих мандрівок центральною частиною України з виїздом із Запоріжжя, що дарує змогу поринути в історико-культурну атмосферу регіонів, доторкнутися до національної спадщини, природних ландшафтів і самобутніх традицій (див. дод. Е; див. рис. Е.1).

Програма автотуру «Скарби Центральної України» (див. табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Програма автотуру «Скарби Центральної України»

Маршрут	Основні активності
Запоріжжя → Дніпро (85 км)	Відвідування острова Хортиця (до виїзду), Монастирський острів, набережна, Музей АТО, вечеря в ресторані на березі Дніпра, розміщення в готелі
Дніпро → Кременчук (180 км)	Зупинка в Петриківці (майстер-клас з розпису), обід у традиційному кафе, вечірній променад на набережній Кременчука, ночівля в готелі
Кременчук → Черкаси (150 км)	Відвідування природного парку «Кременчуцькі плавні», переїзд до Черкас, екскурсія центром, огляд казкового фонтану, ночівля в готелі
Черкаси → Золотоноша → Канів (90 км)	Відвідування Золотоніського монастиря, Шевченківського національного заповідника, прогулянка Тарасовою горою, переїзд у м. Канів, вечеря й ночівля в агросадібі
Канів → Кам'янка (120 км)	Відвідування історичного музею, прогулянка Кам'янським каньйоном, розміщення в готелі, вечеря
Кам'янка → Запоріжжя (280 км)	Опційна зупинка в Кривому Розі (екскурсія «залізородним» маршрутом), повернення в Запоріжжя

Перший день знайомить туристів із рідним Запоріжжям, зокрема, з островом Хортиця, після чого група вирушає до Дніпра, де на них чекають мальовничий Монастирський острів, прогулянка вздовж Дніпровської

набережної та змістовна екскурсія в Музей АТО. Після відвідування музею, вечеря в ресторані грузинської кухні «Мамою клянусь» та заселення в готель «Enrico», в двомісний номер з одним ліжком коштує 1200 грн. за ніч з людини.

Другий день дарує яскраві враження від зупинки в Петриківці, де учасники туру можуть власноруч спробувати розпис, що внесений до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО (вартість заходу 30 грн. з людини). Після майстер-класу й обіду в традиційному кафе мандрівники прямують до Кременчука – міста з власною затишною атмосферою, яке зустрічає їх вечірньою прогулянкою набережною та вечерею в атмосферному ресторані при готелі. Завершується день відпочинком у готелі «Helicopter». Готель розташований у самому центрі Кременчука, поряд з Придніпровським парком. До послуг гостей номери з кондиціонером, безкоштовний Wi-Fi та безкоштовна парковка, сніданок, двомісний номер з одним ліжком коштує 1700 грн за ніч з людини (див. дод. Е; див. рис. Е.2). Біля готелю, за відгуками відвідувачів, постійно проходять анімаційні та культурні заходи, що цікаво.

На третій день передбачене знайомство з природним багатством Кременчуцьких плавнів, після чого туристи вирушають до Черкас. Вечір присвячено екскурсії міським центром. Мінімальна вартість екскурсії для дорослих (до 10-ти осіб) – 700 грн. Вечір завершуємо в «La Cosa Nostra», двоповерховому ресторані з терасою на другому поверсі і літнім майданчиком. Завершується день відпочинком в готельно-ресторанному комплексі «Влада», вартість номеру коштує 1320 грн. з однієї особи.

Четвертий день маршруту відкриває духовну спадщину Черкащини - Золотоніський монастир, після чого учасники подорожі опиняються в Каневі, де проходять місцями, пов'язаними з іменем Тараса Шевченка: відвідують його національний заповідник, Тарасову гору, а далі прямують до м. Канів, де занурюються в автентичну атмосферу українського села, насолоджуючись традиційною вечерею в агросадибі «Home-Hotel», який знаходиться 2 км від Чернечої гори (Тарасова гора), та за 300 м від мальовничого Дніпра, проживання в якому коштує від 600 до 1200 грн.

П'ятий день проходить у Кам'янці – місті, де мандрівники відвідують історичний музей, а також мають можливість побачити унікальний Кам'янський каньйон, що поєднує природну красу та історичну глибину.

Останній день подорожі пролягає до Запоріжжя через Кривий Ріг, де за бажанням можна долучитися до нестандартної екскурсії залізничним маршрутом, що демонструє індустриальну могутність міста. Завершення туру знаменується поверненням до початкової точки збагаченими знаннями, емоціями та спогадами про неймовірну подорож серцем України.

Аналіз кошторису подорожі для груп з 4 та 12 осіб показує, що при збільшенні кількості учасників загальна сума витрат суттєво зростає, однак індивідуальні витрати на одну особу залишаються майже незмінними – 5400 грн. для невеликої групи та приблизно 5375 грн. для більшої (див. табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Кошторис автотуру «Скарби Центральної України», грн.

Стаття витрат	Для 4 осіб (1 авто)	Для 12 осіб (3 авто)
Проживання	23300	69900
Харчування	15000	45000
Паливо (930 км)	4300	12900
Екскурсії	1500	4500
Страховання	600	1800
Інші витрати	1200	3600
Разом	45900	137700
Вартість на 1 особу	11475	11475
Прибуток агентства	4000	10000
Загальна вартість	49350	145200
Маржинальна рентабельність	8%	7%

Це свідчить про ефективність масштабування витрат, оскільки більші групи дозволяють зменшити навантаження на одного учасника за рахунок розподілу витрат, зокрема на паливо, екскурсії та страхування.

Маржинальна рентабельність показує, яку частку прибутку становить маржинальний дохід у структурі виручки. Розраховується за формулою [15]:

$$MP = \frac{PA}{ЗВ} \times 100, \quad (3.1)$$

де  $MP$  – маржинальна рентабельність;  $PA$  – прибуток агенства;  $ЗВ$  – загальні витрати на автомобільний тур.

Таким чином,  $MP$  (для групи з 4 осіб) =  $\frac{4000}{49350} \times 100 = 8\%$ .

У свою чергу,  $MP$  (для групи з 12 осіб) =  $\frac{10000}{145200} \times 100 = 7\%$ .

Так, маржинальна рентабельність для меншої групи вища (8% проти 7%), що робить її вигіднішою з точки зору прибутковості для агенства, хоча більша група приносить більший абсолютний прибуток. Такий розрахунок дозволяє зробити висновок, що обидва варіанти є доцільними, залежно від мети туру - максимізація прибутку чи оптимізація вартості для клієнтів.

Послуги, що надаються в рамках даного туру, включають всі необхідні етапи для комфортної й безпечної подорожі. Розробка маршруту та маршрутна документація дозволяють організувати автомобільну подорож «Скарби Центральної України» з урахуванням інтересів учасників. Бронювання готелів та екскурсійне обслуговування забезпечують зручність та доступ до основних атракцій на маршруті. Туристичне страхування додає впевненості під час подорожі, а супровід гіда, за необхідності, допомагає розкрити історичні та культурні особливості місць відвідування.

Цей маршрут відкриває можливості для різних категорій мандрівників, зокрема молодих пар, сімей, друзів та любителів природи і історії. Він також підходить для туристичних агенств та автоклубів, а активні мандрівники можуть реалізувати його самостійно, що дозволяє зробити подорож ще більш індивідуальною та зручнішою. Гнучкість у виборі групи та стилю подорожі робить цей маршрут доступним для широкої аудиторії.

В умовах повоєнного відновлення автотуризм може відігравати важливу роль як у підтримці соціального благополуччя громадян, так і в стимулюванні економічного зростання, зокрема завдяки розвитку малого бізнесу, створенню нових робочих місць і залученню інвестицій у туристичну інфраструктуру. Подальше зростання автомобільного туризму потребує комплексного підходу: модернізації транспортної інфраструктури, впровадження екологічних стандартів, інноваційних сервісів та адаптації до глобальних змін. Успішна реалізація цих заходів дозволить не лише відновити довоєнний рівень туристичного потоку, а й сформувати нову, стійку модель розвитку галузі. За належної державної підтримки та участі місцевих громад автотуризм здатен стати однією з ключових галузей національного туризму, що поєднує комфорт, інновації та екологічну відповідальність.

Авторський тур «Скарби Центральної України» є вдалим прикладом гармонійного поєднання культурно-пізнавального, природничого та економічно обґрунтованого туризму. Завдяки ретельно продуманому маршруту, комфортній логістиці, гнучкому формату подорожі та оптимальному бюджету, тур приваблює як індивідуальних туристів, так і організовані групи. Особлива увага до деталей – від добору локацій до можливості гідів і страхування – сприяє формуванню якісного туристичного продукту, що відповідає потребам сучасного мандрівника.

Аналіз кошторису автотуру «Скарби Центральної України» демонструє ефективність масштабування витрат: при збільшенні кількості учасників із 4 до 12 осіб загальні витрати зростають утричі (з 49350 грн до 145200 грн), однак вартість на одну особу залишається майже незмінною – 11475 грн.

Водночас маржинальна рентабельність для групи з 4 осіб є вищою (8%) порівняно з групою з 12 осіб (7%), що свідчить про більшу прибутковість для агентства при організації невеликих груп, тоді як більші групи забезпечують вищий абсолютний прибуток. Це підкреслює важливість вибору оптимальної стратегії залежно від пріоритетів: максимізація рентабельності чи збільшення загального прибутку.

Отже, запропонований тур не лише задовольняє інтереси до подорожей, а й виконує важливу місію популяризації внутрішнього туризму, сприяє збереженню національної спадщини та підтримці місцевої економіки.

Його реалізація є вигідною як для туристів, так і для організаторів, адже поєднує доступну вартість з прибутковістю, а також пропонує насичену програму без перевантаження. Таким чином, «Скарби Центральної України» – це автомобільна подорож, яка залишає яскраві враження, розширює кругозір і водночас сприяє сталому розвитку туристичної сфери України.

### Висновки до розділу 3.

Розроблено рекомендації щодо механізму впровадження інноваційних підходів до організації подорожей автомобільним транспортом в Україні у повоєнному періоді. Механізм впровадження інноваційних підходів до організації автомобільних подорожей в Україні у повоєнному періоді включає ключові етапи, що потребують стратегічного підходу до адаптації та розвитку.

Розроблено тур по Україні автомобільним транспортом. Автомобільний тур «Скарби Центральної України» створено з метою ознайомлення туристів з культурним, природним, історичним багатством центральної частини країни. Подорож, що починається із Запоріжжя, дозволяє мандрівникам зануритися в унікальний світ української спадщини, де органічно поєднуються стародавні традиції, мальовничі ландшафти та сучасна туристична інфраструктура. Тур є яскравим прикладом внутрішнього автотуризму, що розвивається і стає дедалі популярнішим серед українців. Відвідування міст і селищ (Дніпра, Кам'янки, Кременчука, Черкас, Золотоноші, Канев) дає змогу побачити сторони регіону: від козацької доби до літературної спадщини, від природних заповідників до сучасних культурних просторів. Увага приділяється деталям туру: тривалості переїздів, часу на відпочинок, харчування та екскурсійне навантаження. Перевагою цього туру є гнучкість – він підходить як для індивідуальних мандрівок на одному авто, так і для організованих груп на кількох машинах.

## ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження автором досягнуто основну мету кваліфікаційної (дипломної) роботи, яка полягає у розробці рекомендацій щодо перспектив розвитку автомобільного туризму в Україні після війни.

Визначено сутність, роль та основні види автомобільного туризму. Автомобільний туризм в Україні є відносно новим напрямом, що перебуває на етапі становлення та освоєння. Незважаючи на його активну популяризацію у світі, на вітчизняному туристичному ринку ця форма подорожей займає вузьку, недостатньо розвинену нішу. Наразі, обмежена кількість українських туристичних компаній займається розробкою й впровадженням автотурів, тоді як у багатьох країнах світу цей вид туризму здобув широку популярність.

Встановлено, що організація автомобільних турів в країні здійснюється як спеціалізованими туристичними підприємствами, так і автомобільними клубами та профільними асоціаціями. У сучасних умовах значного поширення набули автобусні тури вихідного дня, що передбачають короткотривалі (2 – 3 дні) подорожі містами і багатоденні маршрути. Основою для організованих автобусних поїздок і для індивідуальних подорожей приватним транспортом слугує Національна система туристично-екскурсійних маршрутів в Україні, яка сформована на базі рекреаційного потенціалу регіонів України.

Розглянуто методику організації подорожі автомобільним транспортом. Автомобільний туризм в Україні набирає популярності завдяки високій мобільності, доступності та зручності для туристів можливості досягати віддалених регіонів країни. Однак для забезпечення комфортних та безпечних подорожей необхідна ретельна підготовка, що включає планування маршруту, технічну перевірку транспортних засобів, організацію житла та харчування, а також дотримання нормативно-правових вимог, тобто методичний підхід.

Констатовано, що економічні втрати від війни є надзвичайними: лише у туристичному секторі глобальні збитки оцінюються у 14 млрд дол. Україна у 2022 р. зазнала скорочення внутрішніх доходів до державного бюджету більш

ніж на третину. Особливо постраждали такі сегменти туристичної галузі, як туристичні бази, дитячі оздоровчі заклади, кемпінги (падіння надходжень до бюджету – 57%), туроператори (35%), туристичні агентства (27%). Водночас, деякі об'єкти, зокрема, пансіонати та гуртожитки – зафіксували зростання попиту на 46% через тимчасове розміщення внутрішньо переміщених осіб. У 2023 р. ситуація залишалася складною: за перші місяці податкові надходження від туризму зменшилися на 29%, а кількість туристичних фірм – на 34%. Потік іноземних гостей до України скоротився вдвічі, причому більшість із них приїжджали не з туристичною метою, а як офіційні делегації, волонтери. Зафіксовано 100 випадків пошкодження туристичної інфраструктури з причин бойових дій, проте в регіонах реальні масштаби руйнувань досі неможливо оцінити. Найбільших втрат зазнали туроб'єкти у Донецькій, Херсонській, Харківській і Київській областях. Окуповані досі райони – відсутність даних.

Досліджено тенденції автомобільного туризму в Україні під час війни. Результати проведеного опитування респондентів свідчать про зацікавленість молоді у подорожах автомобілем навіть у складних умовах воєнного стану. Переважна більшість респондентів (87,7%) належить до вікової групи 18 – 25 років, що підкреслює активність та мобільність цієї категорії населення. Попри воєнні ризики 82,5% учасників здійснили поїздки автомобілем територією України після початку повномасштабної війни, що вказує на стійкий інтерес до внутрішнього туризму. Водночас найбільш популярними регіонами для подорожей стали Київська, Запорізька, Херсонська та Одеська області, що підкреслює важливість «столичного» та південних напрямків.

Проаналізовано світовий досвід організації подорожей автомобільним транспортом та його адаптація до вітчизняних реалій. Автотуризм в Україні має значний потенціал для розвитку попри наявні виклики. Післявоєнне відновлення відкриває можливості для розширення внутрішніх маршрутів, розвитку кемпінгів, караванінгу, нових туристичних зон у безпечних регіонах.

Розроблено рекомендації щодо механізму впровадження інноваційних підходів до організації подорожей автомобільним транспортом в Україні у

повоєнному періоді. Механізм впровадження інноваційних підходів до організації автомобільних подорожей в Україні у повоєнному періоді включає ключові етапи, що потребують стратегічного підходу до адаптації та розвитку.

Розроблено тур по Україні автомобільним транспортом. Автомобільний тур «Скарби Центральної України» створено з метою ознайомлення туристів з культурним, природним, історичним багатством центральної частини країни. Подорож, що починається із Запоріжжя, дозволяє мандрівникам зануритися в унікальний світ української спадщини, де органічно поєднуються стародавні традиції, мальовничі ландшафти та сучасна туристична інфраструктура. Тур є яскравим прикладом внутрішнього автотуризму, що розвивається і стає дедалі популярнішим серед українців. Відвідування міст і селищ (Дніпра, Кам'янки, Кременчука, Черкас, Золотоноші, Канев) дає змогу побачити сторони регіону: від козацької доби до літературної спадщини, від природних заповідників до сучасних культурних просторів. Увага приділяється деталям туру: тривалості переїздів, часу на відпочинок, харчування та екскурсійне навантаження. Перевагою цього туру є гнучкість – він підходить як для індивідуальних мандрівок на одному авто, так і для організованих груп на кількох машинах.

Аналіз кошторису автотуру «Скарби Центральної України» демонструє ефективність масштабування витрат: при збільшенні кількості учасників із 4 до 12 осіб загальні витрати зростають утричі (з 49350 грн до 145200 грн), однак вартість на одну особу залишається майже незмінною – 11475 грн.

Отже, запропонований тур не лише задовольняє інтереси до подорожей, а й виконує важливу місію популяризації внутрішнього туризму, сприяє збереженню національної спадщини та підтримці місцевої економіки.

Його реалізація є вигідною як для туристів, так і для організаторів, адже поєднує доступну вартість з прибутковістю, а також пропонує насичену програму без перевантаження. Таким чином, «Скарби Центральної України» – це автомобільна подорож, яка залишає яскраві враження, розширює кругозір і водночас сприяє сталому розвитку туристичної сфери України.

## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Автотуризм. URL : <https://www.autocentre.ua/ua/tag/avtoturizm> (дата звернення: 01.05.2025).
2. Автомобільний туризм. URL: [https://ozi.pp.ua/avtomobilnij-turizm\\_14073/](https://ozi.pp.ua/avtomobilnij-turizm_14073/) (дата звернення: 30.04.2025).
3. Автомобільні маршрути для подорожі Україною. URL: <https://bls.ua/blog/> (дата звернення: 29.04.2025).
4. Бордун О. Ю. Організація транспортного обслуговування туристів: навч. посібник / О. Ю. Бордун. Львів : Простір-М, 2023. 232 с.
5. Будянська Н. Особистий досвід: як почати подорожувати на автомобілі. URL: <https://tripmydream.ua/media/layfhak/osobistij-dosvid-jak-pochati-podorozhuvati-na-avtomobili>(дата звернення: 28.04.2025).
6. В подорож на автомобілі. URL: <https://svitom.info/turistichni-poradi/v-podorozh-naavtomobili.html> (дата звернення: 27.04.2025).
7. Відпочинок на колесах: плюси та мінуси автомобільного туризму. URL: <https://www.championat.com/lifestyle/article-4365253-avtoturizm-plyusy-i-minusy-stoit-li-ehat-otdyhatna-mashine.html> (дата звернення: 26.04.2025).
8. Грабар М. В. Перспективи розвитку автомобільного туризму в умовах наслідків COVID-19. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 3(59). С. 13 – 17.
9. Гребенюк Г. М., Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л.В., Пікуліна О. В. Інноваційний підхід до розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу України в умовах кризи. *Агросвіт*. 2021. Вип. 5 – 6. С. 57 – 62.
10. Грищук О. К., Тищенко А. М. Обґрунтування використання інноваційних маркетингових інструментів у сфері автомобільного туризму. *Економіка та управління на транспорті*. 2015. (1). 45 – 57.
11. Ковальчук І. М. Організація туризму. Київ : Кондор, 2018.
12. Князь С. В. Географія туризму. Львів : ЛНУ, 2020.
13. Кулиняк І. Транспортний туризм: сутність, перспективи розвитку в Україні. *Огляд транспортної економіки та управління*. 2020. №4. С. 66 – 76

14. Кушнірук Ю. С., Семенов С. С. Спортивний автотуризм – економічні чинники розвитку. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. 2020. Вип. 4(92). С. 142 – 151.
15. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 424 с.
16. Марценюк Л., Гненний М., Фурфаро Р. Розробка напрямів відновлення туристичної сфери України з урахуванням світових інновацій. *Науковий вісник ДДУВС*. 2023. № 1. С. 339 – 345.
17. Марценюк Л., Груздєв О., Кандел Б. Напрями розвитку інноваційних технологій з урахуванням уподобань міленіалів. *Науковий вісник ДДУВС*. 2022. № 4. С. 367 – 371.
18. Марценюк Л., Вакуленко Ю., Дас Б. Оцінювання запровадження безпечного виду туризму – караванінгу в Україні. *Науковий вісник ДДУВС*. 2022. № 4. С. 362 – 367.
19. Марценюк Л. Удосконалена класифікація усіх видів транспортного туризму. *Сучасні тенденції розвитку світового і вітчизняного туризму*: зб. мат. I Міжнар. наук.-пр. конф. (м. Київ, 27 – 28 квіт. 2016 р.). С. 30 – 33.
20. Марценюк Л., Павлусенко О. Порівняльна характеристика туризму: автомобільного та залізничного. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 60 – 67.
21. Мозолєв О. Туризм як сучасний вид рекреації студентської молоді. *Актуальні проблеми розвитку освіти в сфері туризму, фізичної культури та спорту*: мат-ли IV всеукр. наук-пр. конф. Харків : ХГПА. 2021. С. 92 – 95.
22. Наливайко Л. Р., Марценюк Л. В. «Безбар’єрна Україна»: проблеми та перспективи. *Нове українське право*. 2023. № 4. С. 82 – 93.
23. Нові форми туризму / за. ред. Г. Чепурди. Черкаси : ЧДТУ, 2021.
24. Організація автотранспортних подорожей на внутрішніх та міжнародних маршрутах. URL: [https://revolution.allbest.ru/sport/00397389\\_0.html](https://revolution.allbest.ru/sport/00397389_0.html) (дата звернення: 25.04.2025).
25. Основи туризмознавства / за. ред. Н. Петрової. Одеса : ОНУ, 2017.
26. Плахотнік О. Теорія і методика туризму. Харків : ХНУ, 2019.

27. Подорож на власному авто – плюси і мінуси. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/-puteshestvie-sobstvennom-avto-plyusy-minusy-1566911852.html> (дата звернення: 24.04.2025).

28. Про схвалення Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025 – 2027 роках. Розпорядження Кабінету Міністрів України; Стратегія, План, Заходи, Перелік, від 28.03.2025 № 293-р. Документ 293-2025-р, чинний, поточна редакція від 28.03.2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-p#Text> (дата звернення: 23.04.2025).

29. Про туризм. Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Документ 324/95-ВР, чинний, поточна редакція від 15.11.2024, підстава - 4017-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/main/324/95-вр#> (дата звернення: 22.04.2025).

30. Про автомобільний транспорт. Закон України зі змінами від 16.10.2020 р. № 2344-ІІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2344-14#Text> (дата звернення: 21.04.2025).

31. Про додаткові заходи щодо збереження територій та об'єктів природно-заповідного фонду. Мінприроди України. *Наказ від 16.03.2015 № 80*. Документ v0080737-15, поточна редакція від 16.03.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0080737-15#> (дата звернення: 20.04.2025).

32. Про затвердження Концепції створення та функціонування мережі міжнародних транспортних коридорів в Україні. Постанова Кабінету Міністрів України від 04.08.1997 № 821. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/821-97-%D0%BF#Text> (дата звернення: 19.04.2025).

33. Ринок українського туризму: відновлення галузі у 2024 році. URL: <https://life.comments.ua/ua/article/travels/rinok-ukrainskogo-turizmu-vidnovlennya-a-galuzi-u-2024-roci-732519.html> (дата звернення: 18.04.2025).

34. Сачавська О. Сучасні форми туризму. Львів : ЛНУ І. Франка, 2021.

35. Словник іншомовних слів. Київ : УРЕ, 1985. 966 с.

36. Транспорт України 2020. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/> (дата звернення: 17.04.2025).

37. Туризм: соціально-економічні аспекти / за ред. М. Баштового. Суми : СНАУ, 2019.
38. Тютіна Т., Шиян Д. Автотуризм як один із перспективних напрямків туризму в Україні. Луцьк : ЛНТУ. 2021. 112 с.
39. Фастовець О. О. Організація транспортних подорожей і перевезень: навч. посіб. Київ : Музична Україна. 2012. 190 с.
40. Чудновський О. В. Туризм: теорія і практика. Київ : Центр учбової літератури, 2020.
41. Шацька З. Я., Пушкар К. С. Проблеми та перспективи розвитку туризму в контексті переходу до інноваційних технологій. *Приазовський економічний вісник*. 2020. №3(20). С. 143 – 147.
42. Шацька З.Я., Ісаченко Ю.А. Особливості організації роботи керівника групи в автобусних турах в умовах пандемії Covid-19. *Економіка та держава. Серія: Економічні науки*. 2021. Вип. 9. С. 95 – 98.
43. Штепа Я. Технологія і організація автобусного туру. *Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність*: матер. міжн. наук.-пр. конф. (28-29 жовтня 2021 р.). Умань : ВПЦ «Візаві», 2021. С. 97 – 98.
44. Ásványi K., Miskolczi M., Jászberényi M., Kenesei Z., Kökény L. The Emergence of Unconventional Tourism Services Based on Autonomous Vehicles (AVs). *Attitude Analysis of Tourism Experts Using the Q Methodology. Sustainability*. 2022. №14. P. 3691.
45. Banerjee S., Katare L. J. Autonomous Vehicle Market Size, Share, Competitive Landscape and Trend Analysis Report by Level of Automation, by Application and Component: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2025 – 2035. 2023. 250 p.
46. Cudny W., Joliffe L. Car tourism – conceptualization and research advancement. *Geografický časopis*. 2019. V. 71. № 4. P. 319 – 340.
47. Cudny W. Car Tourism. Lodz: Springer, 2018. 141 с.
48. Electric cars and the tourism industry. Digital Tourism Think Tank. URL: <https://www.thinkdigital.travel/opinion/> (дата звернення: 16.04.2025).

49. Google Travel Trends Report. 2022. URL: <https://trends.google.com> (дата звернення: 15.04.2025).
50. Google maps. URL: <https://surl.li/iwydao> (дата звернення: 14.04.2025).
51. Magnini V. P., Lindsey S., Wyatt C. Strategically positioning Europe as a destination for offhighway vehicle recreationists: some initial findings. *European Journal of Tourism Research*. 2022. №. 31. P. 3115.
52. Martseniuk L. V. Directions of extreme tourism in Ukraine. Наука та прогрес транспорту. *Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна*. 2016. № 1. С. 55 – 61.
53. Prideaux B., Carson D. Drive Tourism Trends and Emerging Markets. New-York : Routledge, 2011. 400 с.
54. Ribeiro M., Gursoy D., Chi O. Customer Acceptance of Autonomous Vehicles in Travel and Tourism. *J. Travel Res.* 2022. № 61. P. 620 – 636.
55. Stone M., Stone L., Jafari J., Xiao H. Encyclopedia of Tourism. Springer, Cham, 2014. URL: <https://doi.org/10.1007/978-3> (дата звернення: 13.04.2025).
56. Safari Tourism in Africa Market Outlook (2023 to 2033). Future Market Insights. URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/safari-tourism-in-africa> (дата звернення: 12.04.2025).
57. Safari Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Adventure Safari, Private Safari), By Group (Friends, Families, Couples, Solos), By Booking Mode, By Region, And Segment Forecasts, 2023 – 2030. 85 p.
58. Scuttari A., Lucia M. D., Martini U. Integrated planning for sustainable tourism and mobility. A tourism traffic analysis in Italy's South Tyrol region. *Journal of Sustainable Tourism*. 2013. Vol. 21. № 4. P. 614 – 637.
59. The Future of Automotive Industry: Trends and Challenges. Linked in. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/future-automotive-industry-trends-challenges-racar> (дата звернення: 11.04.2025).
60. The European market potential for self-drive tourism. Centre for the Promotion of Imports from developing countries. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/drivetourism/market-potential> (дата звернення: 02.05.2025).

61. Tsviliy S. Tourism industry methodology: potential for business development and regulation in countries of the world. *Economics and Region*. 2024. № 3(94). Pp. 30 – 40. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2024.3\(94\).3479](https://doi.org/10.26906/EiR.2024.3(94).3479).

62. Tsviliy S., Gurova D., Korniienko O. Postcoronavirus development of the regional tourist destination on the principle of public-private partnership. *ЗБО «Міжнар. ун.-т бізнесу і права. Наук.-вироб. ж-л «Бізнес-навігатор»*. Херсон : ВД «Гельветика», 2020. № 4(60). С. 134 – 138.

63. Tsviliy S.M., Mykhailyk D.P., Gurova D.D., Ogloblina V.O., Korniienko O.M. Strategy for the Development of the Investment Potential of the Tourism Industry of Ukraine in the International Economic System. *Theoretical and Practical Research in Economic Fields*. 2024. Vol. 15. №3. Pp. 601 – 619. DOI: [https://doi.org/10.14505/tpref.v15.3\(31\).08](https://doi.org/10.14505/tpref.v15.3(31).08).

64. Tsviliy S., Mykhailyk D., Ogloblina V., Gurova D., Korniienko O. The Mechanism of Activation of Investment Potential in the PostConflict Period of Development of the Tourism Industry. *QUBAHAN ACADEMIC JOURNAL*. 2024. Vol. 4. №3. Pp. 175 – 194. DOI: <https://doi.org/10.48161/qaj.v4n3a213>.

65. Vilar-Rodríguez M., Vallejo-Pousada R. Automobiles and tourism as indicators of development in Spain, 1918–1939. *The Historical Journal*. 2021. Vol. 64. Issue 5. P. 1379 – 1402.

66. WTO (World Tourism Organization). Global Tourism Trends, 2022. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 03.05.2025).

67. Zaytseva V.M., Tsviliy S.M., Demko V.S., Klopov I.O., Kovalenko V.I. Internalization of the investment environment in the international tourism industry. *Apuntes del CENES*. 2024. Vol. 43. № 78. Pp. 91–123. DOI: <https://doi.org/10.19053/uptc.01203053.v43.n78.2024.16971>.

68. Каліберда М. О. Автомобільний туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку у повоєнному періоді. *Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні*: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф., 20 травня 2025 р., Херсон. Херсон (Кропивницький) : Херсонський державний аграрно-економічний університет. 2025.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Анкета для опитування учасників автотуризму в Україні

1. Ваш вік:
  - 18–25
  - 26–35
  - 36–45
  - 46–55
  - 56 і більше
2. Яка форма власності автомобіля, яким ви подорожуєте?
  - Власний автомобіль
  - Орендований автомобіль
  - Подорож як пасажир
  - Інше (вказіть, будь ласка)
3. Чи подорожували ви Україною автомобілем після початку повномасштабної війни?
  - Так
  - Ні
4. Якщо так, скільки разів ви здійснювали подорожі автомобілем під час війни?
  - 1–2 рази
  - 3–5 разів
  - 6 і більше
5. Якою була головна мета вашої подорожі? (можна обрати кілька варіантів):
  - Відпочинок
  - Відвідини родичів
  - Робоча поїздка
  - Волонтерство
  - Евакуація
  - Інше (вказіть, будь ласка)
6. Який регіон України ви обирали для подорожі?
  - Київська область
  - Львівська область
  - Одеська область
  - Запорізька область
  - Інший (вказіть, будь ласка)
7. Який формат ночівлі ви використовували під час подорожі?
  - Проживання у родичів
  - Готель або хостел
  - Кемпінг або намет
  - Без ночівлі
  - Інше (вказіть, будь ласка)
8. Які сервіси ви використовували при плануванні поїздки? (можна обрати кілька варіантів):
  - Google Maps
  - Waze
  - Рекомендації знайомих
  - Туристичні платформи (Booking, Airbnb тощо)
  - Інше (вказіть, будь ласка)
9. Що вас мотивувало подорожувати під час війни?
  - Потреба змінити обстановку
  - Робоча необхідність
  - Відвідини близьких
  - Потреба в емоційній розрядці
  - Інше (вказіть, будь ласка)
10. Які головні фактори впливають на ваше рішення подорожувати автомобілем під час війни? (оберіть до 3-х варіантів):
  - Безпека маршруту
  - Вартість пального
  - Технічний стан автомобіля
  - Доступність місць для відпочинку
  - Якість доріг
11. Чи підтримуєте ви ідею розвитку внутрішнього автотуризму як способу відновлення економіки України після війни?
  - Так
  - Ні
12. Які перешкоди ви зустрічали під час подорожей автомобілем у воєнний час? (оберіть до 3-х варіантів):
  - Погані дороги
  - Дорогий бензин
  - Перевірки/блокпости
  - Відсутність місць для ночівлі
  - Небезпечні ділянки маршруту
13. Чи вважаєте ви подорожі автомобілем у безпечні регіони України можливими зараз?
  - Так
  - Так, але за певних умов
  - Ні
14. Чи готові ви долучитися до підтримки внутрішнього туризму як волонтер, мандрівник або інвестор?
  - Так
  - Ні

## Додаток Б

Таблиця Б.1 – PEST-аналіз ринку автомобільного туризму в Україні з урахуванням джипінгу та караванінгу

Фактор	Опис	Вплив (1-5)
Політичні (P)	Законодавче обмеження авто туризму в природно-заповідних зонах	4
	Військовий стан та ризики безпеки при пересуванні певними регіонами країни	5
	Підтримка внутрішнього туризму як стратегії економічного відновлення України	4
	Євроінтеграційні процеси, що спрощують подорожі до ЄС та стимулюють розвиток туристичної інфраструктури	3
	Регулювання транспортної галузі та екологічні вимоги до автотранспорту (зменшення викидів, захист природи)	3
Економічні (E)	Зростання кількості особистого автотранспорту	5
	Висока вартість пального, що впливає на економічну доцільність автоподорожей	4
	Підвищення добробуту населення та попиту на активний відпочинок	3
	Підтримка малого бізнесу та кемпінгових послуг, створення нових робочих місць у сфері автотуризму	4
	Розвиток цифрових платформ для оренди авто (Rentalcars, Uklon Carsharing)	4
Соціальні (S)	Підвищений інтерес до безпечних та автономних видів туризму через COVID-19 та воєнний стан	5
	Зростаюча популярність караванінгу та кемпінгів як форм відпочинку в Україні	4
	Суспільна підтримка внутрішнього туризму та відкриття нових туристичних маршрутів	4
	Схильність молоді до активного відпочинку на природі та використання позашляховиків (джипінг)	4
	Потреба у соціальному дистанціюванні під час подорожей	3
Технологічні (T)	Розвиток мобільних додатків для навігації, бронювання кемпінгів та стоянок	4
	Впровадження сучасних технологій у кемпінгах та караванах (сонячні батареї, системи автономного забезпечення)	3
	Зростання доступності оренди електромобілів та гібридних авто для подорожей	3
	Поява нових видів транспорту для туризму (електричні багі, квадроцикли, трицикли)	4
	Розширення цифрових платформ для обміну інформацією між автотуристами (форумів, соціальних мереж)	3
Загальна сума балів – середній бал впливу		76 / 3,8

## Додаток В

Таблиця В.1 – SWOT-аналіз автомобільного туризму в Україні

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Висока мобільність та автономність автотуризму.</li> <li>- Можливість планувати індивідуальні маршрути.</li> <li>- Економічна доцільність у порівнянні з авіа- та залізничним транспортом.</li> <li>- Відсутність потреби в бронюванні квитків або готелів.</li> <li>- Можливість глибшого ознайомлення з туристичними об'єктами.</li> <li>- Популярність серед українців до початку війни.</li> <li>- Зростання попиту на кемпінгові послуги та караванінг.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Низький рівень розвитку туристичної інфраструктури (кемпінги, стоянки).</li> <li>- Відсутність якісних доріг у багатьох регіонах.</li> <li>- Залежність від вартості пального.</li> <li>- Потреба у регулярному технічному обслуговуванні авто.</li> <li>- Підвищене фізичне навантаження на водія.</li> <li>- Ризики, пов'язані з безпекою під час воєнного стану.</li> </ul>
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Післявоєнне відновлення інфраструктури.</li> <li>- Розвиток внутрішнього туризму як стратегії економічного відновлення.</li> <li>- Зростання попиту на подорожі всередині країни у безпечні регіони.</li> <li>- Адаптація під нові види туризму (джипінг, квадроцикли, кемпінги).</li> <li>- Підтримка локального підприємництва та малого бізнесу.</li> <li>- Впровадження цифрових сервісів для оренди транспорту.</li> <li>- Розширення кемпінгових стоянок і маршрутів для караванінгу.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Воєнні дії та ризики безпеки під час подорожей.</li> <li>- Пошкодження туристичної інфраструктури.</li> <li>- Економічна нестабільність та зростання цін на пальне.</li> <li>- Зменшення кількості туристів через ризики для життя.</li> <li>- Обмеження на проведення заходів у природно-заповідних зонах.</li> <li>- Недосконала логістика та обмежений доступ до віддалених регіонів</li> </ul>
SO-стратегії (Сильні сторони + Можливості):	ST-стратегії (Сильні сторони + Загрози):
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Відновлення та розвиток інфраструктури для автотуризму в безпечних регіонах.</li> <li>- Створення нових кемпінгових зон та маршрутів у Карпатах та на Півдні України.</li> <li>- Підтримка локальних ініціатив та малого бізнесу в туристичній сфері.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Адаптація маршрутів під безпечні регіони та формування нових напрямів.</li> <li>- Посилення інформаційної підтримки щодо безпеки туристів під час подорожей.</li> </ul>
WO-стратегії (Слабкі сторони + Можливості):	WT-стратегії (Слабкі сторони + Загрози):
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Інвестування у відновлення доріг та туристичних об'єктів.</li> <li>- Впровадження мобільних сервісів для бронювання кемпінгів та стоянок.</li> <li>- Підвищення рівня безпеки під час подорожей через інтеграцію цифрових технологій.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розвиток програм державної підтримки для відновлення туристичної інфраструктури.</li> <li>- Підтримка стартапів та локальних ініціатив у сфері автотуризму.</li> <li>- Формування страхових програм для зниження ризиків під час подорожей.</li> </ul>

## Додаток Г

Таблиця Г.1 – Механізм впровадження інноваційних підходів до організації подорожей автомобільним транспортом в Україні у повоєнний період

Етап	Опис	Інноваційні підходи	Необхідні заходи
Розуміння ринку та цільових сегментів	Аналіз ринку туристичних послуг і визначення ключових сегментів для автотуризму.	Використання сучасних маркетингових стратегій та аналітики.	Проведення маркетингових досліджень, розробка таргетованих кампаній.
Партнерські зв'язки	Встановлення партнерств з постачальниками послуг перевезень для забезпечення якості.	Спільні інвестиційні проекти для покращення транспортної інфраструктури.	Розвиток стратегічних альянсів, залучення інвестицій.
Модернізація транспортних засобів	Оновлення транспортних засобів відповідно до нових стандартів і вимог екології та безпеки.	Впровадження електричних і безпілотних транспортних засобів.	Впровадження державних програм стимулювання переходу на електротранспорт.
Розвиток інфраструктури	Створення або модернізація інфраструктури для підтримки нових транспортних технологій.	Розвиток мереж зарядних станцій для електромобілів.	Залучення інвестицій у зарядні станції, інтеграція в глобальні транспортні мережі.
Екологічні стандарти	Впровадження екологічних стандартів для зменшення викидів шкідливих речовин.	Введення обов'язкових стандартів для екологічних транспортних засобів.	Підтримка державними та міжнародними програмами для зменшення забруднення.
Туристичні продукти та послуги	Розробка нових туристичних продуктів для автотуризму, зокрема маршрути та послуги для безпілотного автотуризму.	Розширення сегментів автотуризму, таких як сафарі, джипінг, караванінг.	Розробка нових туристичних маршрутів, удосконалення послуг для автономних мандрівників.
Адаптація до глобальних змін	Реакція на зміни в екологічних вимогах та технічних стандартах для автотуризму.	Впровадження безпілотних транспортних засобів для автотуризму.	Підготовка нормативно-правових актів для забезпечення безпеки та впровадження нових технологій.

Додаток Д  
Результати опитування

1. Ваш вік:	2. Ви є:	3. Чи подорожували ви Україною автомобілем після початку повномасштабної війни?	4. Якщо так - скільки разів за цей період?	5. Якою була головна мета подорожі? (можна обрати кілька)	7. Який формат ночівлі ви використовуєте?	8. Які сервіси ви використовували при плануванні поїздки? (кілька варіантів)	9. Що вас мотивувало подорожувати під час війни?	10. Які головні фактори впливають на ваше рішення подорожувати автомобілем під час війни? (оберіть до 3)	11. Чи підтримуєте ви ідею розвитку внутрішнього автотуризму як способу відновлення економіки України після війни?	12. Які перешкоди ви зустрічали під час подорожей автомобілем у воєнний час? (оберіть до 3)	13. Чи вважаєте ви подорожі автомобілем у безпечні регіони України можливими зараз?	14. Які маршрути/регіони ви хотіли б відвідати найбільше після Перемоги? (територія України)
18–25	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	6 і більше разів	Відпочинок, Волонтерство, Робоча поїздка	Подобові квартики	Google Maps / Waze, Рекомендації знайомих	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Вартість, Наявність знайомих/родичів на маршруті	Так	Погані дороги, Проблеми з навігацією, Перевірки/блокпости	Так	Луганщина
18–25	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	6 і більше разів	Відпочинок, Відвідини родичів	У родичів	Booking / Airbnb	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Наявність сервісів, Стан автомобіля	Так	Погані дороги	Так	Ар Крим
18–25	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	3–5 разів	Відпочинок, Відвідини родичів	У родичів	Не використовували	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Наявність сервісів, Наявність знайомих/родичів на маршруті	Важко сказати	Погані дороги, Дорогий бензин, Небезпека обстрілів, Проблеми з навігацією, Перевірки/блокпости	Лише за певних умов	Автономну Республіку Крим, Донецьк

18–25	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	1–2 рази	Відпочинок, Відвідини родичів	У родичів	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Вартість, Якість доріг, Стан автомобіля	Важко сказати	Погані дороги, Дорогий бензин	Так	Автономна республіка Крим
до 18	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	1–2 рази	Відвідини родичів	У родичів	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Наявність знайомих/родичів на маршруті, Стан автомобіля	Так	Небезпека обстрілів	Так	Лівобережжя Херсонської області
18–25	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	3–5 разів	Відпочинок, Інше (вказати), Навчання	У родичів	Рекомендації знайомих, Не використовували	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Вартість, Якість доріг, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Небезпека обстрілів	Лише за певних умов	Всю Україну
18–25	Власником авто	Так	6 і більше разів	Волонтерство, Евакуація, Робоча поїздка	Подобові квартири	Google Maps / Waze, Рекомендації знайомих	Необхідність поїздки зв'язку з воєнними діями	Наявність знайомих/родичів на маршруті, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Недостатньо кемпінгів/місць ночівлі, Небезпека обстрілів, Проблеми з навігацією	Так	Західна Україна, Одеська область, Запорізька область
до 18	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	6 і більше разів	Відпочинок, Відвідини родичів, Робоча поїздка	Готель	Не використовували	Інше (вказати)	Безпека маршруту	Важко сказати	Погані дороги, Дорогий бензин	Так	Херсон
до 18	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Ні		Відвідини родичів	У родичів	Не використовували	Потреба змінити обстановку	Наявність знайомих/родичів на маршруті	Важко сказати	Небезпека обстрілів, Перевірки/блокування	Так	Лівобережжя Херсонської області
18–25	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	6 і більше разів	Відпочинок, Відвідини родичів, Робоча поїздка	Подобові квартири	Не використовували	Потреба змінити обстановку	Наявність знайомих/родичів на маршруті	Так	Дорогий бензин, Небезпека обстрілів, Перевірки/блокування	Лише за певних умов	Крим

18 – 25	Власником авто	Так	6 і більше разів	Волонтерство, Робоча поїздка, Інше (вказати)	Подобові квартики	Google Maps / Waze, Telegram-канали, Рекомендації знайомих	Патріотичні почуття	Безпека маршруту, Якість доріг, Наявність сервісів, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Дорогий бензин, Небезпека обстрілів, Проблеми з навігацією	Лише за певних умов	Запорізька область
до 18	Не подорожуєте автомобілем	Так	3–5 разів	Відпочинок	Готель	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Вартість, Наявність сервісів	Так	Дорогий бензин	Так	Волинь
18 – 25	Пасажиrom/подорожуєте з кимось	Ні	1–2 рази	Інше (вказати)	Не залишався на ночівлю (одноденні поїздки)	Google Maps / Waze	Інше (вказати)		Важко сказати		Так	
18 – 25	Пасажиrom/подорожуєте з кимось	Так	6 і більше разів	Відвідини родичів, Робоча поїздка	У родичів	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Вартість, Якість доріг, Наявність знайомих/родичів на маршруті	Так	Погані дороги, Перевірки/блок пости	Так	Гори Карпати
18 – 25	Не подорожуєте автомобілем	Так	3–5 разів	Відпочинок, Відвідини родичів	Готель	Google Maps / Waze, Booking / Airbnb	Підтримка місцевого бізнесу	Безпека маршруту, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Дорогий бензин	Лише за певних умов	донецька область
18 – 25	Власником авто	Так	1–2 рази	Відпочинок	Не залишався на ночівлю (одноденні поїздки)	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Вартість, Наявність знайомих/родичів на маршруті, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Дорогий бензин, Проблеми з навігацією, Перевірки/блок пости	Так	Київ
18 – 25	Власником авто	Так	6 і більше разів	Відпочинок, Відвідини родичів, Робоча поїздка	Не залишався на ночівлю (одноденні поїздки)	Google Maps / Waze	Підтримка місцевого бізнесу	Безпека маршруту, Якість доріг, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Перевірки/блок пости	Лише за певних умов	Донецьк
18 – 25	Пасажиrom/подорожуєте з кимось	Ні	3–5 разів	Відпочинок, Відвідини родичів,	Готель	Booking / Airbnb, Рекомендації знайомих	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Вартість, Наявність знайомих/родичів	Так	Дорогий бензин, Небезпека обстрілів, Проблеми з	Так	Запорізьку область

				Робоча поїздка				дичів на маршруті		навігацією, Перевірки/блокування		
18 – 25	Пасажиром/подорожує з кимось	Ні	1–2 рази	Відпочинок	У родичів	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Вартість, Якість доріг, Стан автомобіля	Так	Небезпека обстрілів, Проблеми з навігацією, Перевірки/блокування	Лише за певних умов	Київ
18 – 25	Власником авто	Так	6 і більше разів	Відвідини родичів	У родичів	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Якість доріг	Важко сказати	Погані дороги, Дорогий бензин, Перевірки/блокування	Так	Одеса
18 – 25	Власником авто	Так	1–2 рази	Відпочинок, Робоча поїздка	Не залишався на ночівлю (одноденні поїздки)	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Якість доріг	Так	Дорогий бензин, Проблеми з навігацією	Так	Київ
18 – 25	Власником авто	Так	1–2 рази	Відпочинок, Відвідини родичів, Робоча поїздка	Готель	Google Maps / Waze	Патріотичні почуття	Безпека маршруту	Так	Погані дороги	Так	
18 – 25	Пасажиром/подорожує з кимось	Так	6 і більше разів	Відпочинок, Евакуація	Готель	Google Maps / Waze, Booking / Airbnb, Рекомендації знайомих	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Якість доріг, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Дорогий бензин, Небезпека обстрілів, Проблеми з навігацією	Так	Харків
18 – 25	Пасажиром/подорожує з кимось	Так	6 і більше разів	Відпочинок, Відвідини родичів, Волонтерство, Робоча поїздка	У родичів	Google Maps / Waze, Telegram-канали	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Вартість, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Дорогий бензин, Небезпека обстрілів	Так	Херсонська область
18 – 25	Пасажиром/подорожує з кимось	Так	1–2 рази	Відвідини родичів	У родичів	Google Maps / Waze, Рекомендації знайомих	Інше (вказати)	Наявність сервісів	Так	Погані дороги, Небезпека обстрілів,	Так	

										Проблеми з навігацією		
18 – 25	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	6 і більше разів	Відпочинок, Волонтерство, Робоча поїздка	Подобові квартики	Google Maps / Waze	Робота, навчання, волонтерство	Вартість, Якість доріг	Так	Погані дороги, Дорогий бензин, Проблеми з навігацією, Перевірки/блок пости	Так	Всі області
18 – 25	Не подорожуєте автомобілем	Так	3–5 разів	Відпочинок	Готель	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Вартість	Важко сказати	Дорогий бензин	Так	Маріуполь
до 18	Власником авто	Так	3–5 разів	Відпочинок, Робоча поїздка	Готель	Google Maps / Waze, Сайти туроб'єктів	Підтримка місцевого бізнесу	Безпека маршруту, Вартість, Якість доріг, Наявність сервісів	Так	Погані дороги, Перевірки/блок пости	Так	Крим
18 – 25	Власником авто	Так	6 і більше разів	Відпочинок, Відвідини родичів	У родичів	Google Maps / Waze, Рекомендації знайомих	Потреба змінити обстановку	Вартість, Якість доріг, комфорт, час в дорозі	Так	Погані дороги, Дорогий бензин, Проблеми з навігацією, Перевірки/блок пости	Так	ЗАПОРІЖЖЯ
18 – 25	Власником авто	Так	6 і більше разів	Робоча поїздка	Не залишався на ночівлю (одноденні поїздки)	Не використовував	Інше (вказати)	Якість доріг, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Проблеми з навігацією, Перевірки/блок пости	Лише за певних умов	Крим
18 – 25	Власником авто	Ні	1–2 рази	Відпочинок	Намет/кемпінг	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Вартість	Важко сказати	Дорогий бензин	Так	Одеса
18 – 25	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	1–2 рази	Відпочинок, Робоча поїздка	Подобові квартики	Google Maps / Waze, Рекомендації знайомих	Потреба змінити обстановку	Вартість, Наявність знайомих/родичів на маршруті	Так	Перевірки/блок пости	Так	Ялта, Алушта, Бердянськ
18 – 25	Використовуєте орендоване авто	Ні	1–2 рази	Відпочинок, Робоча поїздка, Інше	Агросадоба	Не використовував	Інше (вказати)	Ну що б литров 5 мотор был хотя бы	Важко сказати	Перевірки/блок пости, Попрошайки пытались	Лише за певних умов	Панське озеро

				(вказати), Ловить кайф						надурить на 50 гривен		
18 – 25	Пасажиром/подорож уєте з кимось	Так	1–2 рази	Робоча поїздка	Подобові квартики	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановк у	Безпека маршруту, Вартість	Так	Погані дороги	Лише за певних умов	Кирилівка
до 18	Пасажиром/подорож уєте з кимось	Так	1–2 рази	Відпочино к, Робоча поїздка	Готель	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановк у	Вартість, Якість доріг, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Дорогий бензин, Проблеми з навігацією, Перевірки/блок пости	Лише за певних умов	Одеса
18 – 25	Пасажиром/подорож уєте з кимось	Так	3–5 разів	Відпочино к, Відвіднини родичів	Подобові квартики	Google Maps / Waze, Booking / Airbnb	Потреба змінити обстановк у	Безпека маршруту, Наявність сервісів, Наявність знайомих/ро дичів на маршруті	Так	Погані дороги, Дорогий бензин, Перевірки/блок пости	Так	Херсон, Одеса, Харків
18 – 25	Власником авто	Так	6 і більше разів	Відпочино к, Відвіднини родичів, Інше (вказати)	У родичів	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановк у	Безпека маршруту, Вартість, Стан автомобіля	Ні	Погані дороги, Проблеми з навігацією, Перевірки/блок пости	Так	Полонина, Ужгород
18 – 25	Пасажиром/подорож уєте з кимось	Так	6 і більше разів	Відпочино к, Робоча поїздка	Подобові квартики	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановк у	Безпека маршруту, Якість доріг	Так	Погані дороги, Небезпека обстрілів, Проблеми з навігацією	Лише за певних умов	Суми
18 – 25	Власником авто	Ні		Відпочино к	Не залишався на ночівлю (одноденні поїздки)	Google Maps / Waze, Booking / Airbnb	Потреба змінити обстановк у	Безпека маршруту, Вартість	Важко сказати	Погані дороги, Дорогий бензин, Небезпека обстрілів, Перевірки/блок пости	Лише за певних умов	Крим
18 – 25	Не подорожуєте автомобілем	Так	1–2 рази	Евакуація	Готель	Google Maps / Waze, Сайти туроб'єктів	Потреба змінити обстановк у	Безпека маршруту, Вартість, Якість доріг,	Так	Дорогий бензин	Так	Київ Харків Одеса

								Наявність сервісів, Наявність знайомих/родичів на маршруті, Стан автомобіля				
18 – 25	Пасажиром/подорожує з кимось	Ні	1–2 рази	Евакуація	Не залишався на ночівлю (одноденні поїздки)	Google Maps / Waze, Не використовував	по с'йобам	Безпека маршруту, Вартість, Якість доріг, Стан автомобіля	Ні	Погані дороги, Дорогий бензин, Перевірки/блок пости	Так	Крим
18 – 25	Власником авто	Ні	1–2 рази	Інше (вказати)	Не залишався на ночівлю (одноденні поїздки)	Google Maps / Waze	Інше (вказати)	Безпека маршруту, Вартість, Якість доріг	Важко сказати	Погані дороги, Проблеми з навігацією, Перевірки/блок пости	Лише за певних умов	
18 – 25	Пасажиром/подорожує з кимось	Так	3–5 разів	Відпочинок, Відвідини родичів, Волонтерство	Подобові квартики	Google Maps / Waze, Рекомендації знайомих	Патріотичні почуття	Наявність знайомих/родичів на маршруті	Так	Погані дороги, Проблеми з навігацією	Так	Крим
18 – 25	Пасажиром/подорожує з кимось	Так	1–2 рази	Відвідини родичів, Робоча поїздка, Похорони	У родичів	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Їхали автомобілем, то вже так і їхала	Важко сказати	Погані дороги, Перевірки/блок пости	Лише за певних умов	Залізний порт, Лазурне море - Херсонська область
18 – 25	Власником авто	Так	1–2 рази	Відпочинок, Пьянки	Не залишався на ночівлю (одноденні поїздки)	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Вартість, Наявність сервісів, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Дорогий бензин	Так	Жмеринка
18 – 25	Пасажиром/подорожує з кимось	Так	1–2 рази	Евакуація	Готель	Google Maps / Waze, Сайти туроб'єктів	Переїзд	Безпека маршруту, Вартість	Так	Недостатньо кемпінгів/місць ночівлі, Перевірки/блок пости	Так	Одеса, Харків, Львів
18 – 25	Власником авто	Так	6 і біль	Відпочинок, Робоча поїздка	Готель	Google Maps / Waze	Робота і бажання	Нічого не обмежує мене в цьому	Так	Погані дороги, Дорогий бензин,	Так	Крим

			ше разів				відпочинку	виборі; Комфорт пересування		Перевірки/блок пости		
18 – 25	Не подорожуєте автомобілем	Ні	1–2 рази	Відпочинку, Волонтерство, Інше (вказати)	У родичів	Сайти туроб'єктів, Рекомендації знайомих, Не використовували	Інше (вказати)	Вартість, Наявність знайомих/родичів на маршруті, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Дорогий бензин, Небезпека обстрілів, Проблеми з навігацією	Так	Донбас, Крим, Одеса
18 – 25	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	6 і більше разів	Навчання	Не залишався на ночівлю (одноденні поїздки)	Google Maps / Waze, Рекомендації знайомих	Навчання	Вартість, Наявність сервісів, Наявність знайомих/родичів на маршруті	Так	Дорогий бензин, Перевірки/блок пости	Так	Київ, Харків, Бердянськ, Одеса
18 – 25	Власником авто	Так	6 і більше разів	Відпочинку, Відвідини родичів, Евакуація	Не залишався на ночівлю (одноденні поїздки)	Не використовували	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Стан автомобіля	Важко сказати	Погані дороги, Дорогий бензин, Небезпека обстрілів	Так	Київ, Одеса
18 – 25	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	3–5 разів	Відпочинку, Відвідини родичів, Евакуація	У родичів	Google Maps / Waze	Патріотичні почуття	Безпека маршруту	Так	Погані дороги, Дорогий бензин, Небезпека обстрілів	Так	Одеса
18 – 25	Пасажиром/подорожуєте з кимось	Так	1–2 рази	Відпочинку	Готель	Google Maps / Waze	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Якість доріг, Наявність сервісів	Так	Дорогий бензин, Небезпека обстрілів, Проблеми з навігацією	Так	Мелітополь
18 – 25	Власником авто	Так	3–5 разів	Відпочинку, Відвідини родичів, Робоча поїздка	Не залишався на ночівлю (одноденні поїздки)	Google Maps / Waze, Рекомендації знайомих	Потреба змінити обстановку	Безпека маршруту, Вартість, Наявність сервісів, Стан автомобіля	Так	Погані дороги, Дорогий бензин, Недостатньо кемпінгів/місць ночівлі, Небезпека обстрілів, Перевірки/блок пости	Так	Крим

## Додаток Е

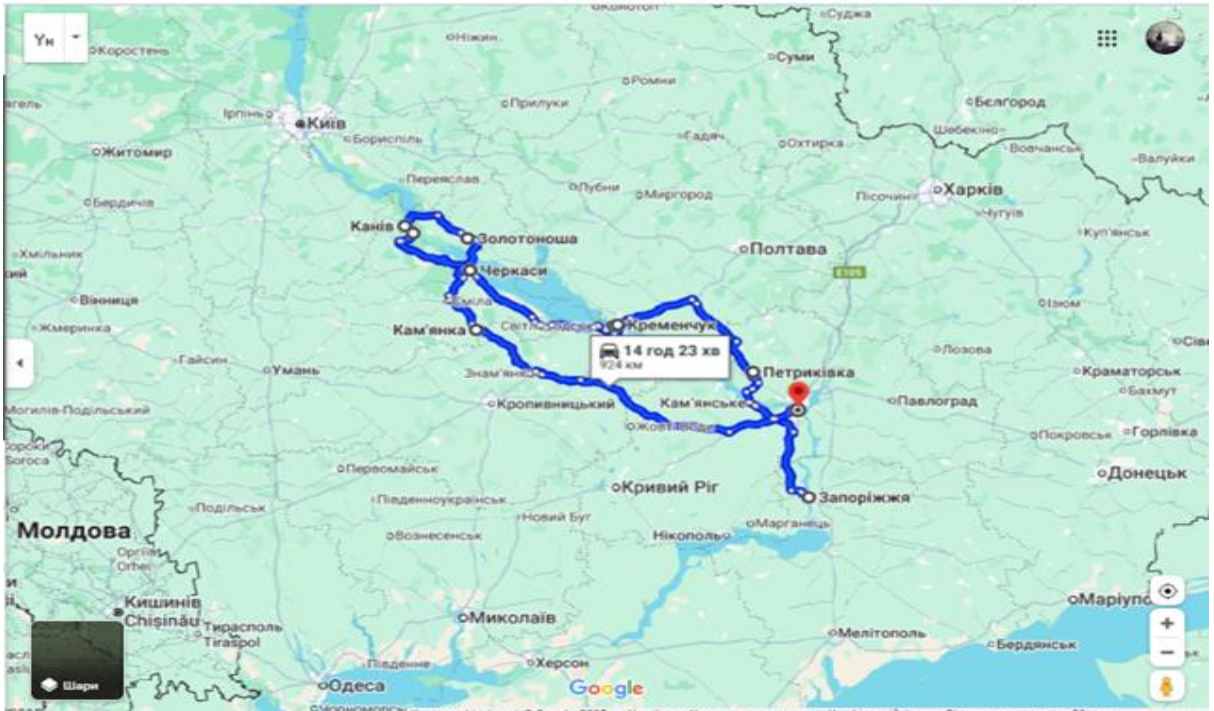


Рис. Е.1 - Маршрут автотуру «Скарби Центральної України»

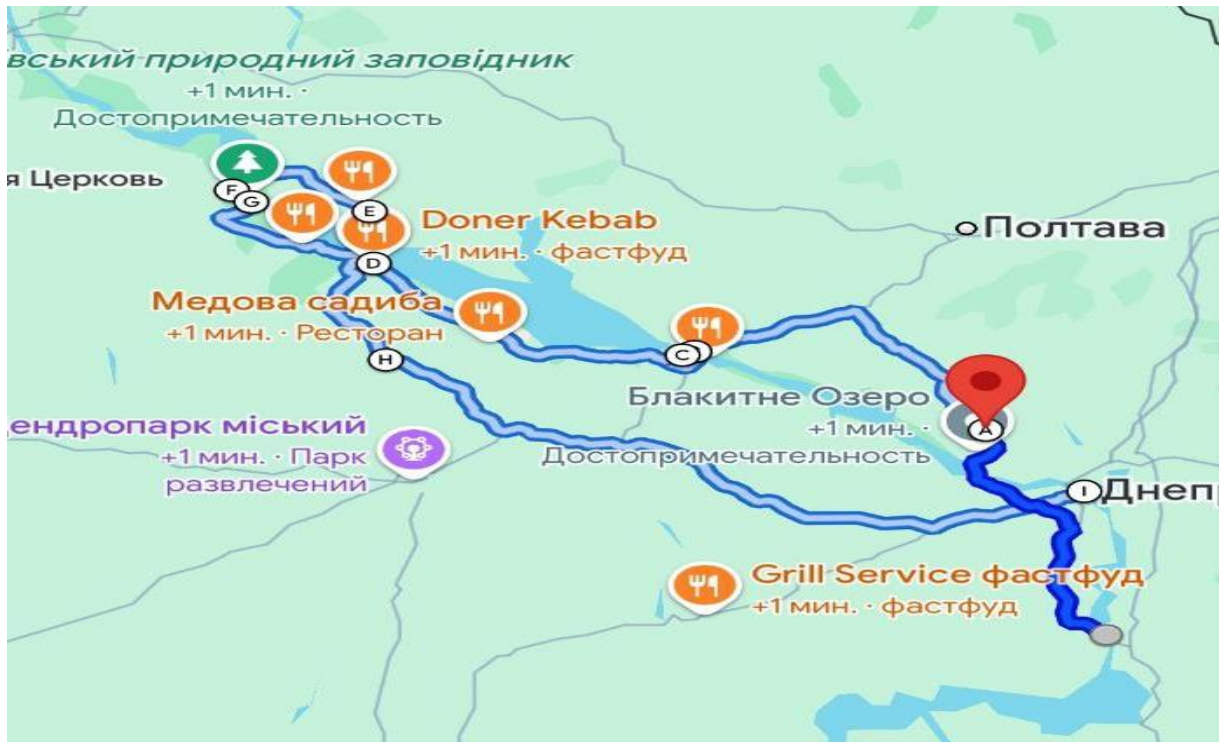


Рис. Е.2 – Розподіл зупинок на маршруті «Скарби Центральної України»

## Додаток Ж

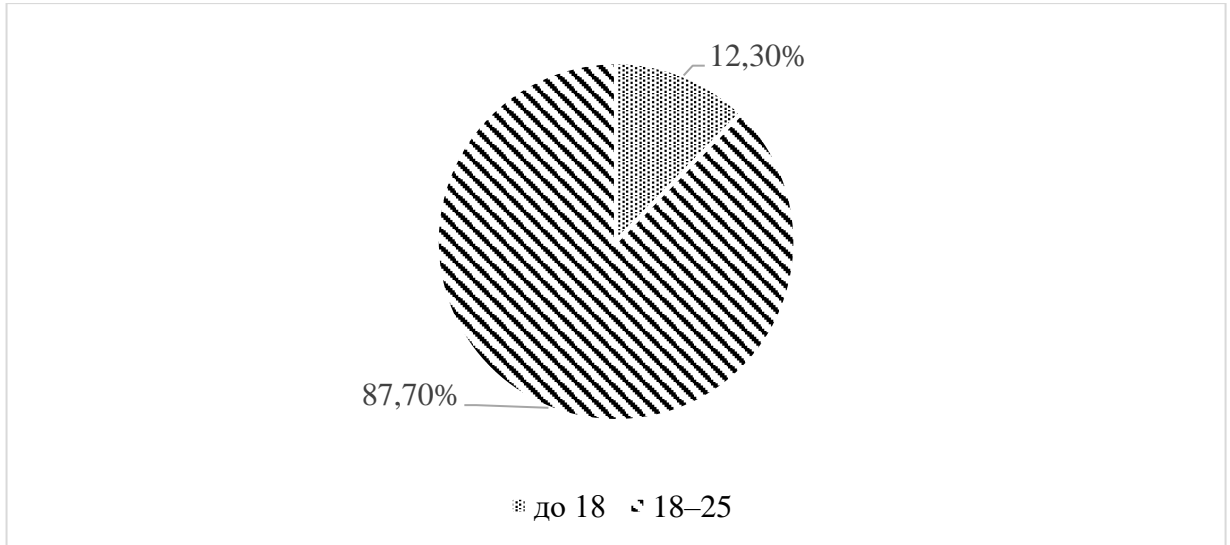


Рис. Ж.1 – Розподіл відповідей на питання «Ваш вік»



Рис. Ж.2 – Розподіл відповідей на питання про форму власності авто для подорожей

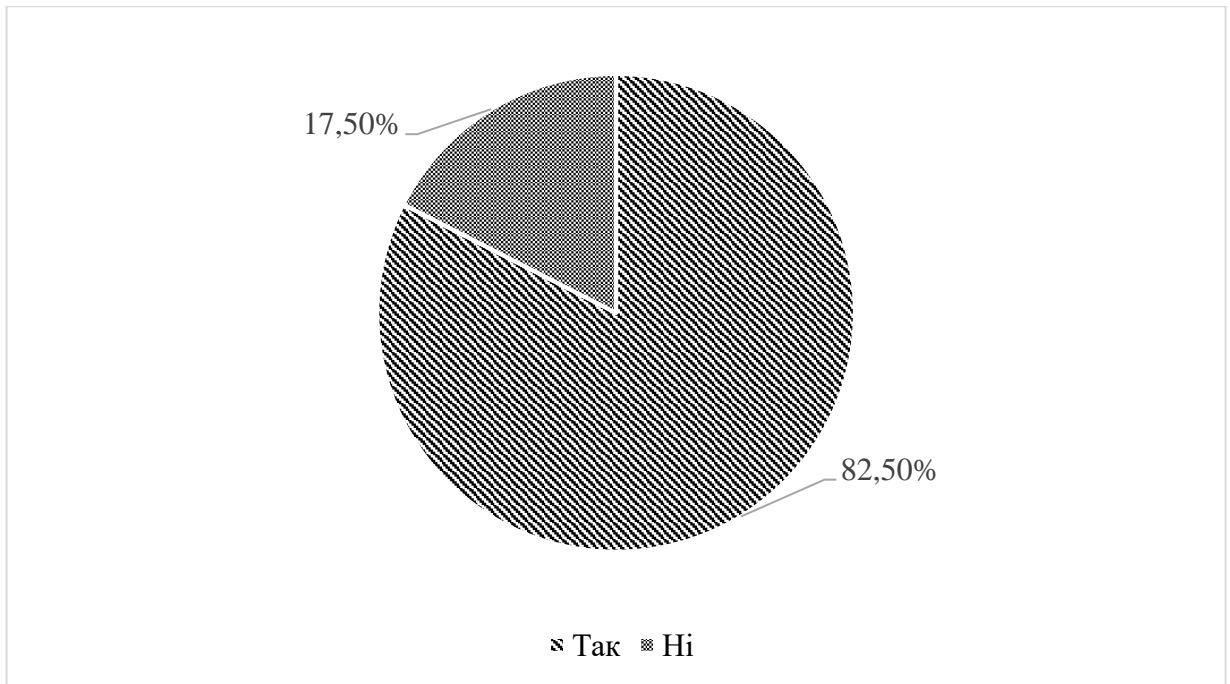


Рис. Ж.3 – Розподіл відповідей на питання «Чи подорожували ви Україною автомобілем після початку повномасштабної війни?»

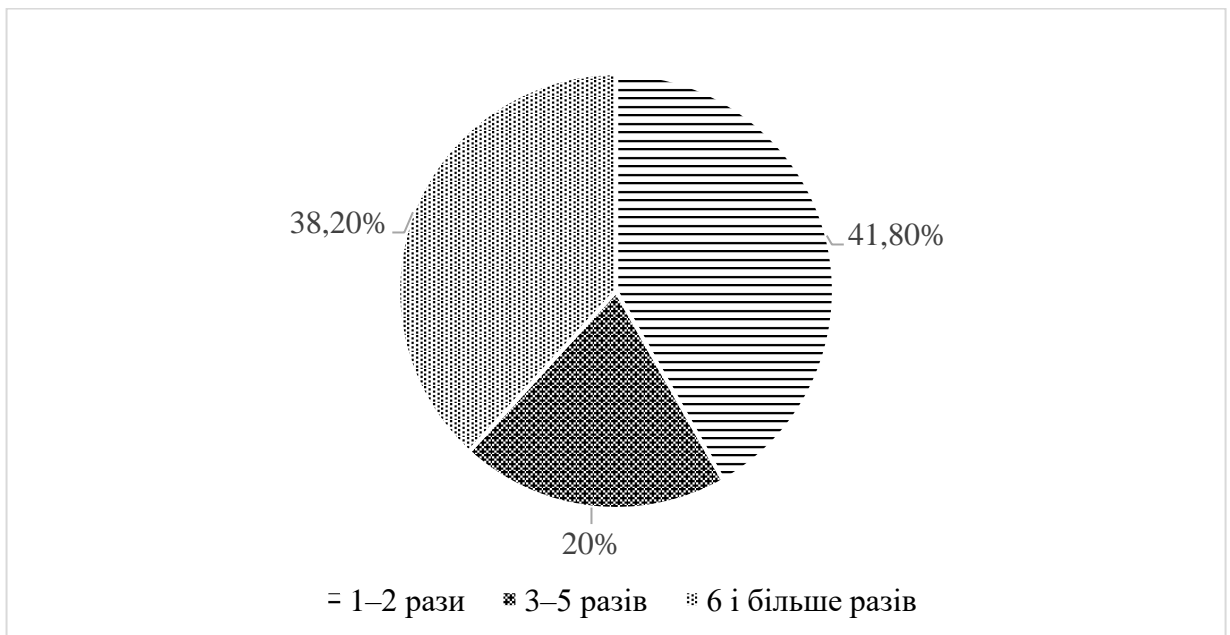


Рис. Ж.4 – Розподіл відповідей на питання про кількість подорожей автомобілем під час війни

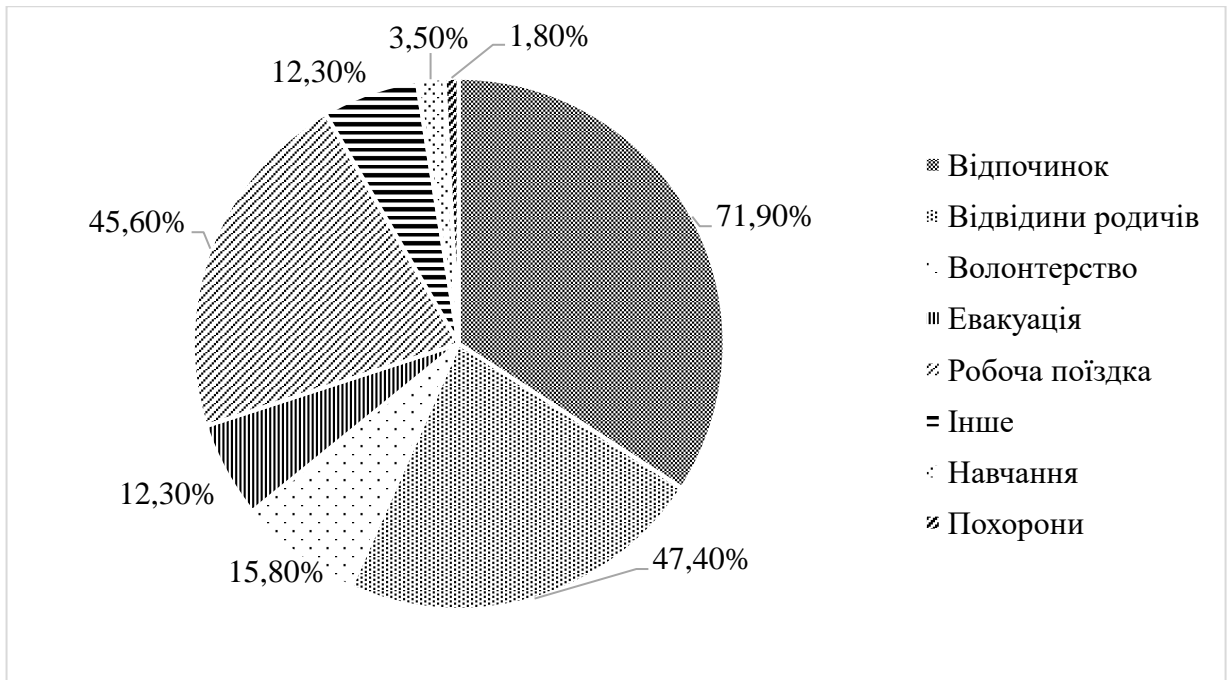


Рис. Ж.5 – Розподіл відповідей на питання: «Якою була головна мета подорожі? (можна обрати кілька варіантів)»

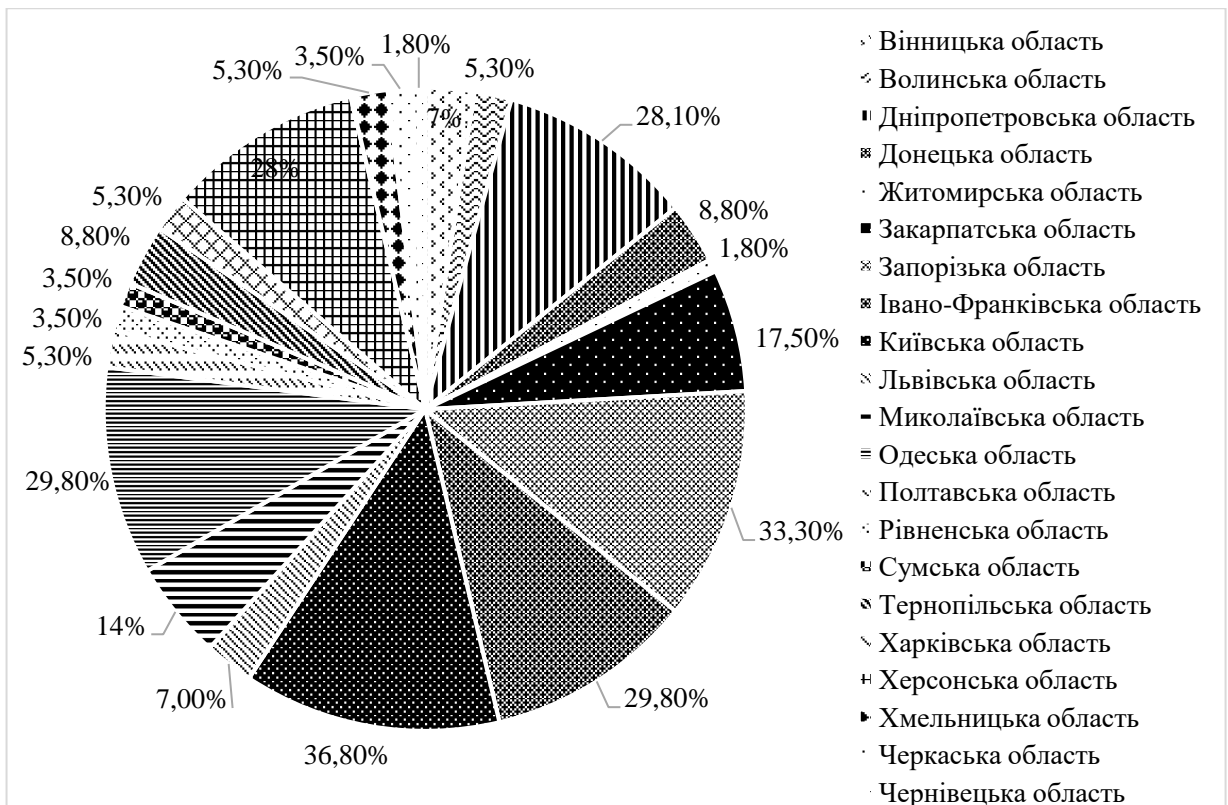


Рис. Ж.6 – Розподіл відповідей на питання: «Який регіон України ви обрали для подорожі?»

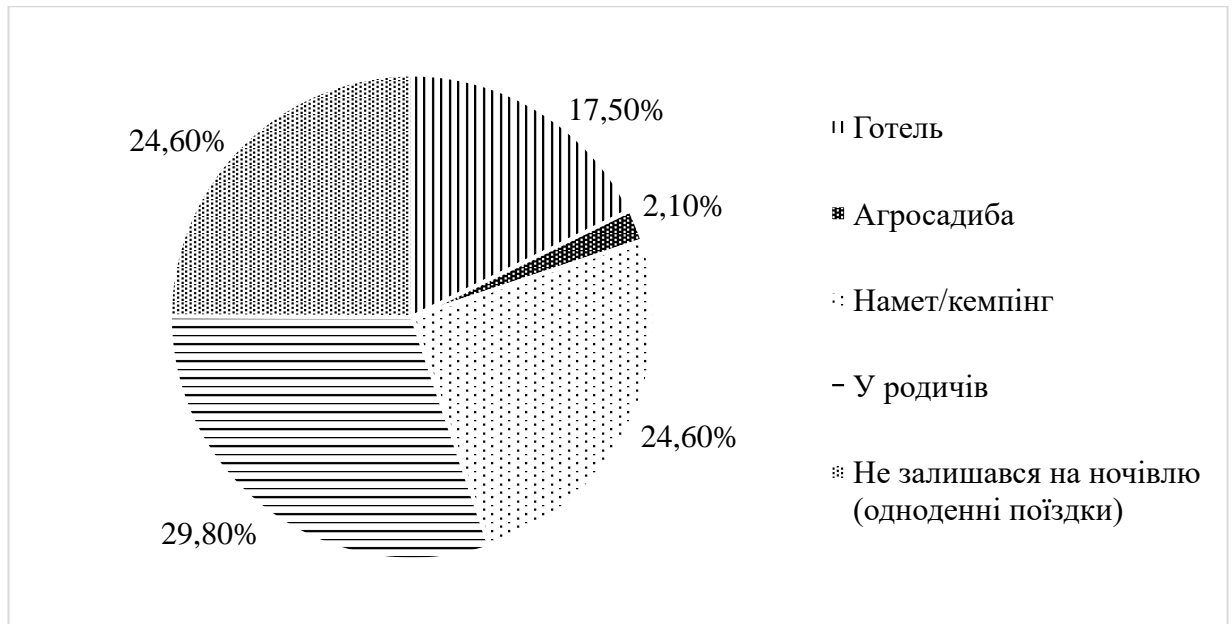


Рис. Ж.7 – Розподіл відповідей на питання: «Який формат ночівлі ви використовували?»

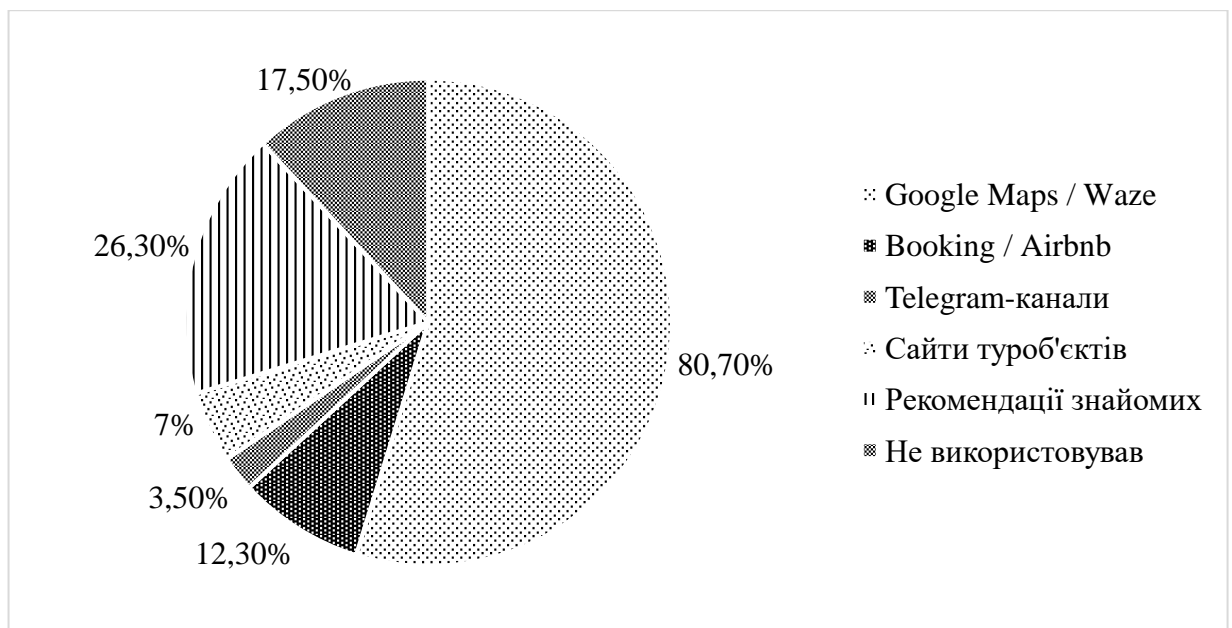


Рис. Ж.8 – Розподіл відповідей на питання: «Які сервіси ви використовували при плануванні поїздки? (можна обрати кілька варіантів)»

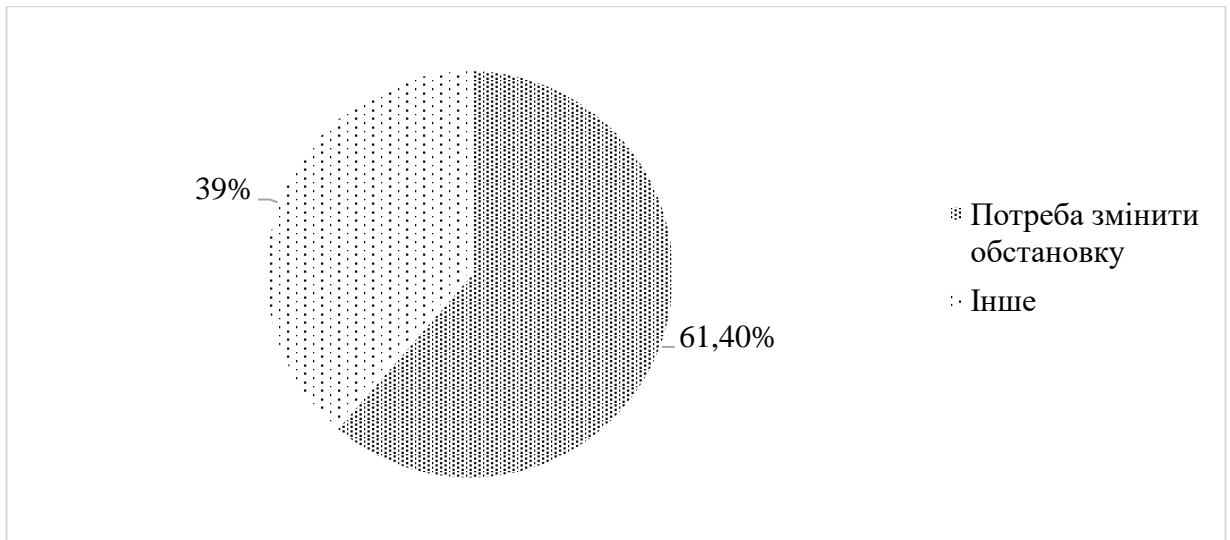


Рис. Ж.9 – Розподіл відповідей на питання: «Що вас мотивувало подорожувати під час війни?»

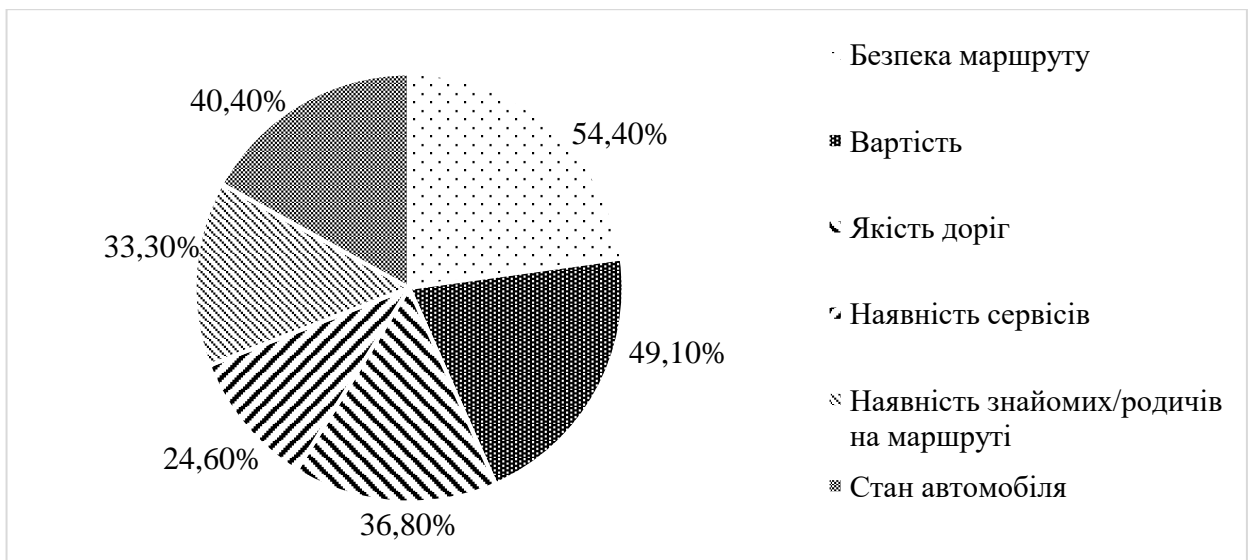


Рис. Ж.10 – Розподіл відповідей на питання: «Які головні фактори впливають на ваше рішення подорожувати автомобілем під час війни? (оберіть до 3-х варіантів)»

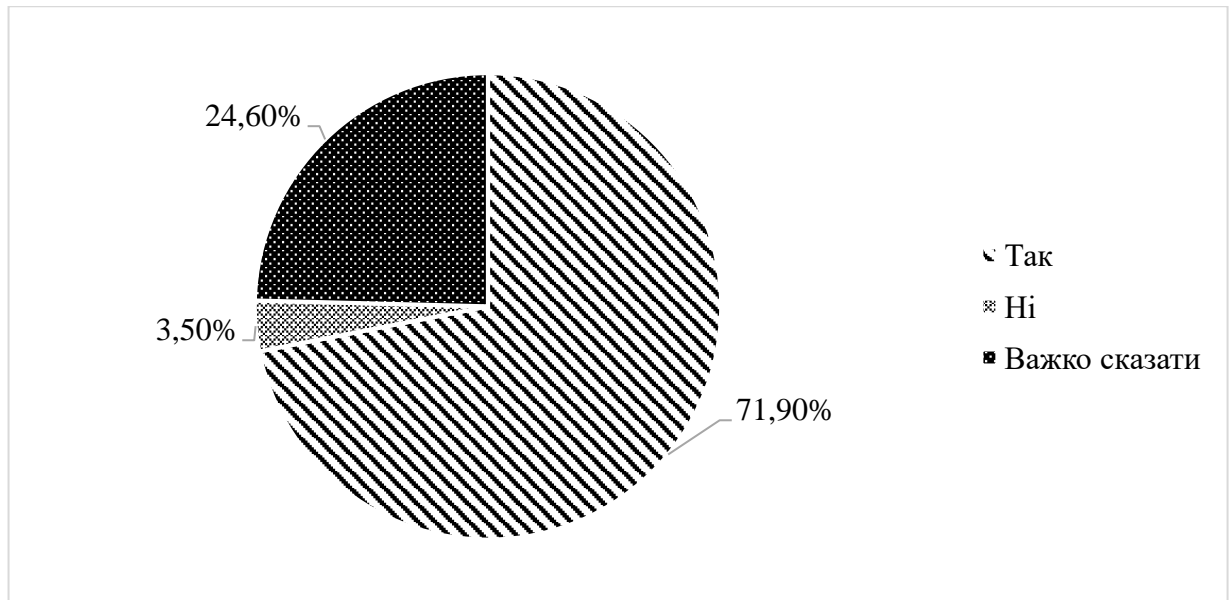


Рис. Ж.11 – Розподіл відповідей на питання: «Чи підтримуєте ви ідею розвитку внутрішнього автотуризму як способу відновлення економіки України після війни?»

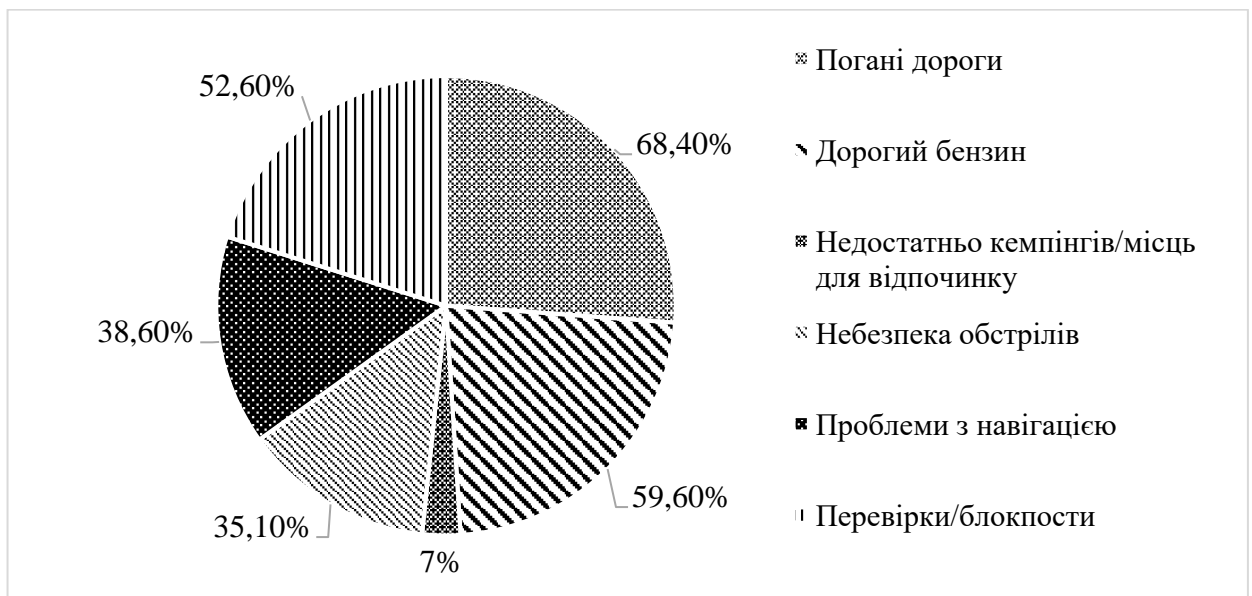


Рис. Ж.12 – Розподіл відповідей на питання: «Які перешкоди ви зустрічали під час подорожей автомобілем у воєнний час? (оберіть до 3-х варіантів)»

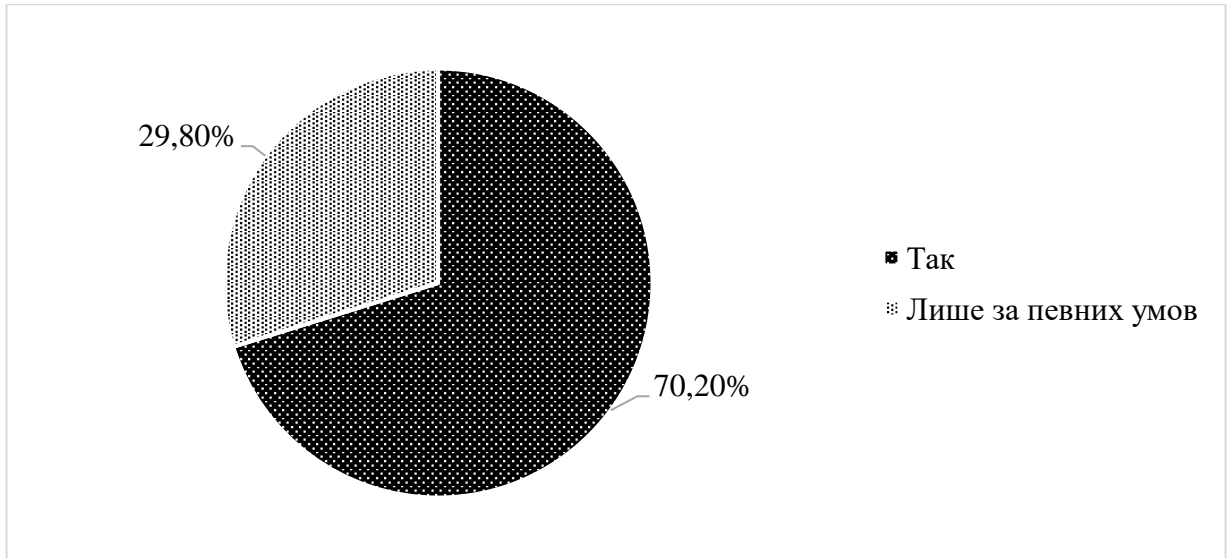


Рис. Ж.13 – Розподіл відповідей на питання: «Чи вважаєте ви подорожі автомобілем у безпечні регіони України можливими зараз?»

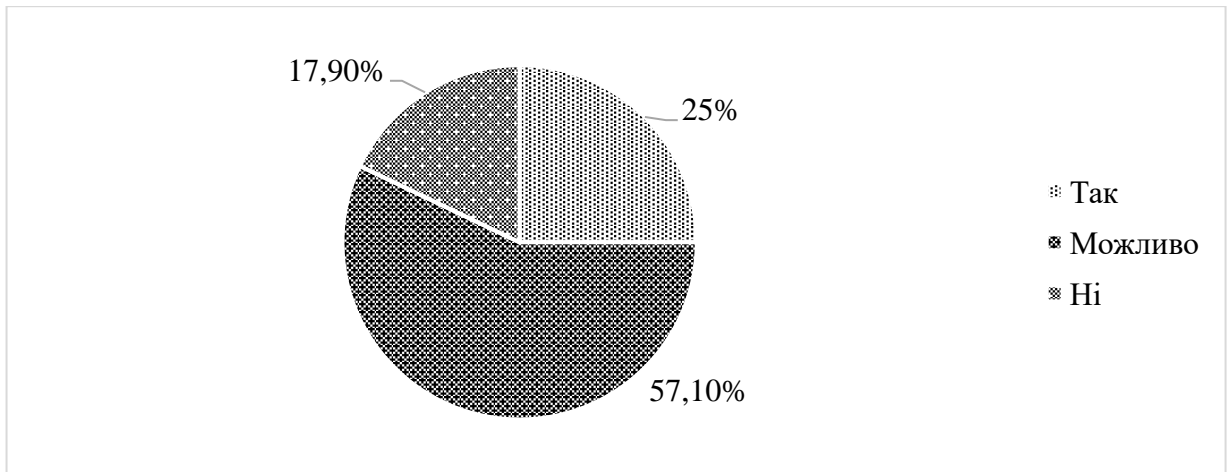


Рис. Ж.14 – Розподіл відповідей на питання: «Чи готові ви долучитися до підтримки внутрішнього туризму – як волонтер, мандрівник, інвестор?»