

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:

СВІТОВИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Виконав(ла): здобувач(ка) вищої освіти

4 курсу, групи ГФ-213сп

Спеціальність: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

Єгор ШВЕЦЬ

Керівник: к.п.н. доцент Наталя ЗАЦЕПНА

Рецензент: к.е.н. доцент Вікторія ПОПОВА

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

«__» _____ 2026 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

ШВЕЦЯ Єгора Романовича

1. Тема роботи (проекту) СВІТОВИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ,
керівник роботи (проекту) ЗАЦЕПІНА Наталя Олександрівна, к.п.н., доцент,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від 11 лютого 2026 року № 48
2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.02.2026 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, дані первинного бухгалтерського обліку, статистичні звіти.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
1) теоретичні основи розвитку автомобільного туризму; 2) аналіз світового досвіду розвитку автомобільного туризму та його державного регулювання; 3) перспективи та стратегія розвитку автомобільного туризму в Україні в умовах сучасних викликів.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складає: 10 таблиць, 8 рисунків

6. Консультанти розділів кваліфікаційної (дипломної) роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ЗАЦЕПНА Н. О., доцент кафедри ТГРБ	12.02.2026	02.04.2026
2	ЗАЦЕПНА Н. О., доцент кафедри ТГРБ	12.02.2026	16.04.2026
3	ЗАЦЕПНА Н. О., доцент кафедри ТГРБ	12.02.2026	30.04.2026
Нормо контроль	ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т. В., професор кафедри ТГРБ	12.02.2026	12.05.2026

7. Дата видачі завдання 11.02.2026 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	12.02.2026	виконано
2	Вивчення літературних джерел	15.02-10.03.2026	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	11.03-17.03.2026	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	18.03-31.03.2026	виконано
5	Виконання першого розділу	02.04.2026	виконано
6	Виконання другого розділу	16.04.2026	виконано
7	Виконання третього розділу	30.04.2026	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	02.05.2026	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	09.05.2026	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	10.05.2026	виконано
11	Перевірка роботи керівником	12.05.2026	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	13.05.2026	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	14.05.2026	виконано
14	Подання роботи на кафедру	20.05.-28.05.2026	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	01.06.2026	виконано

Здобувач(ка) вищої освіти _____
(підпис)

Єгор ШВЕЦЬ

Керівник роботи (проекту) _____
(підпис)

Наталя ЗАЦЕПНА

РЕФЕРАТ

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є узагальнення та систематизація світового досвіду розвитку автомобільного туризму й визначення можливостей його адаптації до сучасних умов функціонування туристичної сфери України.

Об'єкт дослідження: автомобільний туризм.

Предмет дослідження: теоретичні, організаційно-економічні та інфраструктурні аспекти розвитку автомобільного туризму на основі світового досвіду.

Методи дослідження: аналіз, порівняння, узагальнення, систематизація, статистичний аналіз, графічний метод.

Інформаційна база дослідження: міжнародні та національні нормативно-правові акти у сфері туризму та транспорту, статистичні дані міжнародних організацій, матеріали міжнародних конференцій.

Практичне значення результатів: формування рекомендацій щодо використання світового досвіду розвитку автомобільного туризму для вдосконалення туристичної інфраструктури, підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій в Україні

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, та отримали схвальну оцінку на науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти: Міжнародна науково-практична конференція в Національному університеті «Запорізька політехніка» в 2022, 2024 роках; «Тиждень науки» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 2025-2026 роках, м. Запоріжжя. Опубліковані тези доповіді.

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

Обсяг. Загальний обсяг – 76 сторінок, основна частина – 70 сторінка.

Графічний матеріал. Робота містить 11 таблиць та 8 рисунків.

АНОТАЦІЇ

ШВЕЦЬ Єгор. Світовий досвід розвитку автомобільного туризму. – Кваліфікаційна (дипломна) робота.

У роботі досліджено теоретичні основи та світовий досвід розвитку автомобільного туризму, а також оцінено сучасний стан і перспективи його розвитку в Україні. Актуальність зумовлена необхідністю адаптації міжнародного досвіду для підвищення конкурентоспроможності національного туристичного ринку. Практичне значення полягає у розробці рекомендацій щодо розвитку туристичної інфраструктури та стратегічних напрямів автомобільного туризму у повоєнний період.

Ключові слова: автомобільний туризм, туристична інфраструктура, міжнародний досвід, туристичний ринок, стратегія розвитку.

SHVETS Yehor. Global Experience in the Development of Automobile Tourism. – Qualifying work.

The paper examines the theoretical foundations and world experience of the development of automobile tourism, as well as assesses the current state and prospects of its development in Ukraine. Relevance is due to the need to adapt international experience to increase the competitiveness of the national tourism market. The practical significance lies in the development of recommendations for the development of tourist infrastructure and strategic directions of automobile tourism in the post-war period.

Keywords: automobile tourism, tourist infrastructure, international experience, tourist market, development strategy.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

АТ – автомобільний туризм

Caravaning – караванінг (подорожі з автокемперами)

GPS – глобальна система позиціонування

Green Driving – екологічна їзда

ІТ – інформаційні технології

ІТС – інтелектуальні транспортні системи

Michi-no-Eki – сервісні зони в Японії

Road trip – автомобільна подорож за маршрутом

TEN-T – транс'європейська транспортна мережа

UWTO – Всесвітня туристична організація

V2X – транспортний засіб до всього

weekend tourism – поїздки вихідного дня

ВВП – валовий внутрішній продукт

ЄС – Європейський Союз

ін. – інше

км – кілометр

млн. – мільйон

млрд. – мільярд

США – Сполучені Штати Америки

ст. – століття

ТБ – телебачення

ТС – транспортні засоби

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ	11
1.1. Сутність, класифікація та форми автомобільного туризму	11
1.2. Основні фактори розвитку автомобільного туризму	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ	30
2.1. Аналіз моделей розвитку автомобільного туризму в розвинених країнах світу	30
2.2. Інфраструктура та державна підтримка автомобільного туризму	39
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	50
3.1. Стан та проблеми розвитку автомобільного туризму в Україні в умовах воєнного часу	50
3.2. Стратегічні напрями відновлення та розвитку автомобільного туризму у повоєнний період	60
ВИСНОВКИ	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	71

ВСТУП

Актуальність теми. Автомобільний туризм є однією з найбільш динамічних форм організації подорожей у світі, що поєднує мобільність, індивідуалізацію туристичного досвіду та можливість гнучкого планування маршрутів. У країнах із розвиненою транспортною інфраструктурою автомобільні подорожі становлять значну частку внутрішніх туристичних потоків та виступають важливим чинником розвитку регіональної економіки. Світовий досвід свідчить, що ефективна організація автомобільного туризму сприяє активізації малого та середнього бізнесу, розвитку дорожньої інфраструктури, готельно-ресторанного господарства, сервісних підприємств, а також підвищенню зайнятості населення.

Особливо показовими є практики таких країн, як США, Німеччина, Франція, Італія та Канада, де автомобільний туризм став невід'ємною складовою національної туристичної політики. У цих державах створено розгалужену мережу автобанів, кемпінгів, кемпер-парків, туристично-інформаційних центрів, впроваджено цифрові сервіси планування маршрутів і системи безпеки дорожнього руху.

Водночас у багатьох країнах, зокрема й в Україні, потенціал автомобільного туризму використовується не повною мірою. Серед основних проблем – недостатній рівень розвитку придорожньої інфраструктури, обмеженість інвестиційних ресурсів, невідповідність частини дорожньої мережі міжнародним стандартам, а також недостатня інтеграція в міжнародні туристичні маршрути. У сучасних умовах глобалізації та цифровізації туристичного ринку вивчення світового досвіду розвитку автомобільного туризму набуває особливої актуальності, оскільки дозволяє адаптувати ефективні моделі організації та управління до національних реалій.

Теоретичні та практичні аспекти розвитку туризму, транспортної інфраструктури та туристичної мобільності розглядалися у працях вітчизняних і зарубіжних учених. Проте питання системного узагальнення

саме світового досвіду розвитку автомобільного туризму, механізмів його державного регулювання, інфраструктурного забезпечення та інноваційних підходів до організації залишаються недостатньо дослідженими та потребують подальшого наукового обґрунтування.

З огляду на це, обрана тема є своєчасною та актуальною, оскільки дозволяє комплексно проаналізувати міжнародні практики, визначити ключові чинники успішного розвитку автомобільного туризму та сформулювати рекомендації щодо їх можливого застосування в умовах трансформації туристичної галузі.

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є узагальнення та систематизація світового досвіду розвитку автомобільного туризму й визначення можливостей його адаптації до сучасних умов функціонування туристичної сфери України.

Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно вирішити такі завдання:

- розкрити сутність, економічну природу та особливості автомобільного туризму як складової міжнародного туристичного ринку;
- проаналізувати світовий досвід розвитку автомобільного туризму шляхом аналізу сучасних галузевих тенденцій та вивчення механізмів їх реалізації на інфраструктурному, організаційному та правовому рівнях;
- визначити основні чинники ефективності галузі, та обґрунтувати шляхи впровадження успішного міжнародного досвіду в систему автомобільного туризму України.

Об'єктом дослідження є автомобільний туризм.

Предметом дослідження є теоретичні, організаційно-економічні та інфраструктурні аспекти розвитку автомобільного туризму на основі світового досвіду.

Методи дослідження: аналіз і синтез, узагальнення, порівняння, системний підхід, статистичний аналіз, методи групування та класифікації, графічний метод, аналітичний метод, прогнозування, а також метод

експертних оцінок.

Апробація: Основні результати доповідалися, та отримали схвальну оцінку на науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти: Міжнародна науково-практична конференція в Національному університеті «Запорізька політехніка» в 2022, 2024 роках; «Тиждень науки» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 2025-2026 роках, м. Запоріжжя. Опубліковані тези доповіді.

Практичне значення результатів: формування рекомендацій щодо використання світового досвіду розвитку автомобільного туризму для вдосконалення туристичної інфраструктури, підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій та розширення можливостей розвитку внутрішнього й міжнародного туризму в Україні.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (50 найменувань). Загальний обсяг – 76 сторінок, основний зміст – 70 сторінка. Робота містить 11 таблиць та 8 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність, класифікація та форми автомобільного туризму

Автомобільний туризм у сучасному світі виступає однією з ключових форм туристичної мобільності, яка забезпечує високий рівень свободи пересування, індивідуалізацію туристичного досвіду та доступ до широкого спектру рекреаційних ресурсів. Його розвиток зумовлений як економічними чинниками, так і соціокультурними змінами, пов'язаними зі зростанням ролі самостійно організованих подорожей.

У науковому розумінні автомобільний туризм доцільно трактувати як специфічний вид туристичної діяльності, що базується на використанні автомобільного транспорту для здійснення подорожей із різною метою – від рекреаційної до ділової. При цьому автомобіль виконує не лише функцію засобу пересування, а виступає елементом туристичного продукту, що визначає характер, темп і структуру подорожі. Такий підхід узгоджується з позицією UNWTO, яка розглядає транспорт як невід'ємну складову туристичної системи [6].

Особливість автомобільного туризму полягає у його здатності забезпечувати максимально гнучку організацію подорожі. Турист отримує можливість самостійно формувати маршрут, змінювати його у процесі руху, обирати місця зупинок і тривалість перебування у певних локаціях. Це суттєво відрізняє автомобільний туризм від масових організованих форм, які прив'язані до фіксованих програм і розкладів. Саме ця риса зумовила значне поширення автомобільних подорожей у країнах із високим рівнем автомобілізації населення, таких як США та Німеччина.

У структурі туристичної індустрії автомобільний туризм виконує важливу функцію інтеграції територій, забезпечуючи доступ до маловідомих або віддалених туристичних об'єктів. Це особливо актуально для сільських і

периферійних регіонів, де відсутня розвинена мережа громадського транспорту. Таким чином, автомобільний туризм сприяє не лише диверсифікації туристичних потоків, але й регіональному розвитку, стимулюючи створення нових робочих місць і розвиток малого бізнесу.

Сутність автомобільного туризму доцільно розглядати через призму його основних характеристик, які відображають специфіку даного явища. До таких характеристик належать мобільність, автономність, варіативність маршрутів, а також можливість поєднання різних видів туристичної діяльності в межах однієї подорожі (див. рис. 1.1).

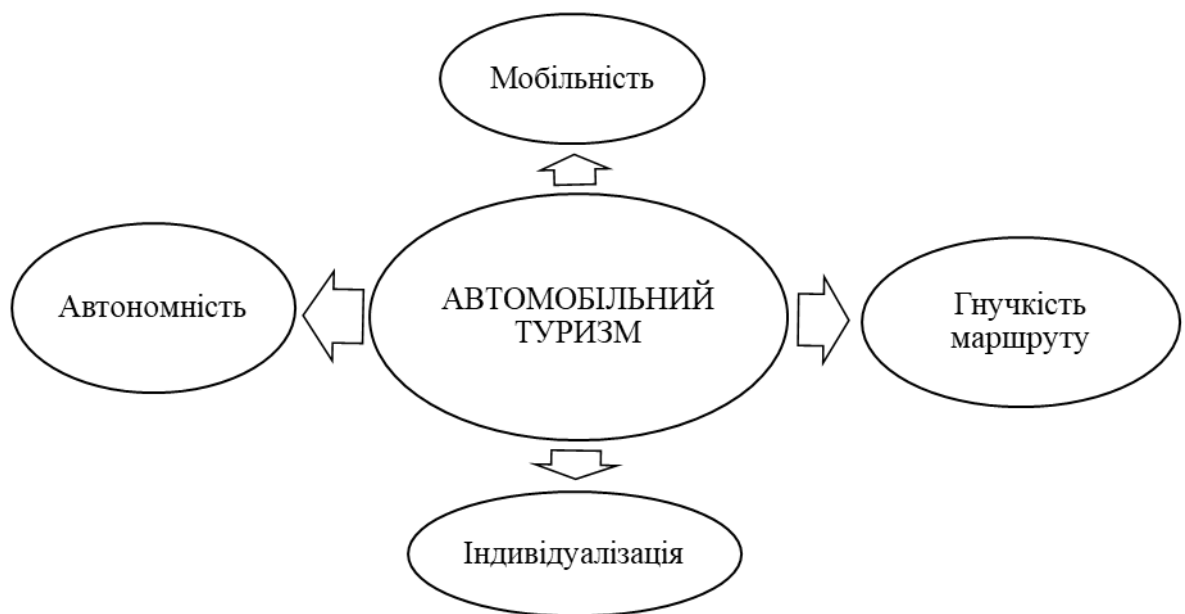


Рис. 1.1 – Взаємозв’язок основних характеристик автомобільного туризму

Автомобільний туризм формує цілісну систему, у якій транспортна складова тісно взаємодіє з рекреаційною та соціальною [9]. Це дозволяє розглядати його як комплексне явище, що виходить за межі простого переміщення туристів.

Подальше теоретичне осмислення автомобільного туризму передбачає його класифікацію. Наукова класифікація дозволяє структурувати різноманітні форми даного виду туризму та виявити закономірності його

розвитку. Водночас слід зазначити, що класифікаційні підходи не є універсальними і можуть відрізнятися залежно від мети дослідження.

Найбільш поширеним є поділ автомобільного туризму залежно від мети подорожі. У цьому контексті автомобільні подорожі можуть бути орієнтовані на відпочинок, пізнання, ділову активність або участь у спеціалізованих заходах. Наприклад, рекреаційні поїздки зазвичай пов'язані з відвідуванням природних територій або курортів, тоді як пізнавальні маршрути охоплюють історико-культурні об'єкти.

Водночас форма організації подорожі також відіграє важливу роль у класифікації. У сучасних умовах домінує індивідуальний формат автомобільного туризму, що відповідає загальній тенденції персоналізації туристичних послуг [21]. Проте зберігають актуальність і організовані групові поїздки, особливо у випадках складних маршрутів або спеціалізованих турів.

Тривалість подорожі є ще одним важливим класифікаційним критерієм, який визначає структуру витрат туристів, рівень їхньої підготовки та вимоги до інфраструктури (див. табл. 1.1). Короткострокові поїздки зазвичай мають локальний характер і здійснюються у межах однієї країни, тоді як довготривалі подорожі часто передбачають перетин державних кордонів і потребують більш складної організації.

Таблиця 1.1 – Узагальнена класифікація автомобільного туризму

Ознака класифікації	Характеристика
Мета подорожі	відпочинок, пізнання, бізнес, спеціалізовані заходи
Форма організації	індивідуальна або організована
Тривалість	коротка, середня, тривала
Географія	внутрішня або міжнародна

За межами сухих класифікацій та технічних параметрів, автомобільний туризм відкриває вимір глибокого особистісного досвіду. Це не просто

переміщення з точки А в точку Б, а своєрідна філософія подорожі, де дорога стає невід'ємною частиною пригоди. Вона дарує відчуття справжньої свободи, коли кожен поворот обіцяє нове відкриття, а можливість зупинитися там, де підказує серце, перетворює звичайний маршрут на унікальну історію.

Саме в цьому контексті автомобільний туризм набуває соціокультурного значення. Він сприяє взаєморозумінню між народами, руйнує стереотипи та виховує повагу до різноманітності культур. Адже, подорожуючи на авто, ми не просто споглядаємо пам'ятки, а занурюємося в реальне життя людей, відчуваємо ритм їхніх міст і сіл, куштуємо місцеву кухню та спілкуємося з мешканцями.

Крім того, автомобільний туризм є потужним засобом самопізнання. Час, проведений у дорозі, дозволяє відволіктися від повсякденних турбот, обдумати важливі питання, знайти натхнення та зміцнити стосунки з близькими людьми. Спільні пригоди, подолання труднощів та радості відкриттів створюють незабутні спогади, які залишаються з нами на все життя.

Автомобільний туризм характеризується значною різноманітністю форм, що ускладнює його уніфікацію, але водночас створює передумови для подальшого розвитку [11].

Форми автомобільного туризму відображають практичні способи його реалізації. Однією з найбільш поширених форм є подорожі у форматі «road trip», які передбачають переміщення за заздалегідь визначеним або гнучким маршрутом із відвідуванням різних туристичних об'єктів. Особливу популярність ця форма набула у США, де сформувалася культура автомобільних подорожей. Символом такого виду туризму став маршрут Route 66, що поєднує історичні, культурні та природні ресурси.

Іншою важливою формою є караванінг, який передбачає використання автокемперів або причепів. У цьому випадку транспортний засіб виконує функцію не лише пересування, але й проживання. Така форма туризму

активно розвивається у країнах Західної Європи, зокрема у Франція та Італія, де створено розгалужену мережу кемпінгів.

Кемпінг, як форма автомобільного туризму, передбачає тимчасове розміщення туристів у спеціально обладнаних місцях. Він є важливою складовою інфраструктури та забезпечує доступність подорожей для широких верств населення. Водночас розвиток кемпінгів сприяє підвищенню туристичної привабливості територій.

Окрему нішу займає off-road туризм, що орієнтований на подорожі складними природними територіями. Ця форма характеризується підвищеним рівнем ризику та потребує спеціального технічного забезпечення, проте вона приваблює туристів, які прагнуть активного відпочинку та нових вражень.

Важливою формою автомобільного туризму є також тематичні маршрути, які об'єднують туристичні об'єкти за певною ідеєю. У країнах Європи широко представлені винні, гастрономічні та історичні маршрути, що дозволяють поєднати подорож із культурним пізнанням [12].

Деталізація сучасних форм автомобільного туризму дозволяє виокремити стратегічні напрями, які визначають динаміку ринку:

1. Караванінг та автокемпінг. Ця форма трансформує транспортний засіб у мобільне житло (RV – recreational vehicle). Сучасний караванінг базується на концепції «home on wheels», що потребує спеціалізованої мережі сертифікованих стоянок (кемпшитів) з відповідним рівнем сервісу: електроживленням, системами водопостачання та утилізації відходів. Це найбільш автономна форма туризму, що демонструє стійке зростання в країнах ЄС.

2. Джипінг та Off-road експедиції. Виступає як екстремальна форма автотуризму. Ключовим аспектом тут є не лише переміщення, а й подолання складних ландшафтних перешкод. Це потребує спеціалізованої підготовки транспортних засобів (колісна формула 4x4, посилена підвіска) та високої кваліфікації водія. Такий туризм часто межує зі спортивним орієнтуванням.

3. Автомобільні Road-trips (лінійні та кільцеві маршрути). Це класична форма, де основний акцент зміщено на емоційне сприйняття ландшафту та зміну локацій. Вона характеризується гнучкістю планування та використанням орендованих (Rent-a-car) або власних легкових автомобілів. Популярність цієї форми підтримується концепцією «Fly-drive», коли турист прибуває в країну авіатранспортом і продовжує подорож на орендованому авто.

4. Діловий автотуризм (MICE на колесах). Використання автомобіля для корпоративних виїздів, де подорож поєднується з відвідуванням профільних виставок або конференцій. Це дозволяє забезпечити логістичну незалежність делегації та можливість ознайомлення з регіональною інфраструктурою поза межами ділового центру.

5. Тематичні та гастрономічні автотури. Форма, що фокусується на вузькій ніші (наприклад, «Винні шляхи» або «Шляхи замків»). Автомобіль у цьому випадку є інструментом доступу до локальних виробників та автентичних дестинацій, які часто знаходяться поза маршрутами масового громадського транспорту.

Різноманіття форм автомобільного туризму обумовлює необхідність розвитку відповідної інфраструктури. Без належного рівня дорожнього покриття, сервісних зон, засобів розміщення та інформаційного забезпечення ефективне функціонування цього виду туризму є неможливим [22].

Інфраструктура автомобільного туризму включає транспортні, сервісні та інформаційні компоненти, які взаємодіють між собою та забезпечують комплексне обслуговування туристів.

Сучасний етап розвитку автомобільного туризму характеризується впливом інноваційних технологій. Використання цифрових сервісів, таких як Google Maps, дозволяє оптимізувати маршрути, знаходити об'єкти інфраструктури та підвищувати рівень безпеки подорожей. Крім того, поширення електромобілів сприяє екологізації автомобільного туризму та зменшенню негативного впливу на довкілля.

Важливо зазначити, що автомобільний туризм має не лише індивідуальний, але й суспільний вимір. У багатьох країнах він став частиною способу життя, формуючи так звану «культуру дороги». Особливо це характерно для США, де подорож автомобілем сприймається не просто як переміщення, а як окремий вид дозвілля. Дорога у цьому випадку стає частиною враження, а не лише засобом досягнення мети.

З іншого боку, у європейських країнах, таких як Німеччина та Франція, автомобільний туризм має більш структурований характер. Тут велика увага приділяється якості доріг, наявності зон відпочинку, туристичній навігації та безпеці руху. Це створює умови для комфортних і передбачуваних подорожей, що особливо важливо для сімейного туризму.

Автомобільний туризм також тісно пов'язаний із розвитком дорожньої інфраструктури. Чим вищий рівень її розвитку, тим більш доступними стають туристичні ресурси. Наприклад, створення швидкісних автомагістралей дозволяє значно скоротити час у дорозі, що стимулює попит на короткострокові подорожі. У той же час розвиток локальних доріг відкриває доступ до маловідомих туристичних об'єктів [16].

Сучасний стан автомобільного туризму дозволяє виокремити три ключові вектори, що визначають його трансформацію:

1. Цифровізація та Intelligent Transport Systems (ITS). Сучасний автотурист інтегрований у цифрове середовище через мультимодальні платформи. Використання Big Data дозволяє прогнозувати завантаженість трас, а інтеграція навігаційних систем із сервісами бронювання (Booking, AirBnB) та відгуками (TripAdvisor) створює ефект «безшовного» туристичного досвіду. Це мінімізує логістичні ризики та підвищує суб'єктивну цінність подорожі.

2. Економічний мультиплікатор. Автомобільний туризм є потужним драйвером розвитку депресивних або віддалених регіонів. На відміну від авіаційного чи залізничного туризму, де прибуток акумулюється у великих хабах, автотурист розподіляє витрати рівномірно вздовж усього маршруту.

Це стимулює мікропідприємництво: придорожні кафе, фермерські крамниці, приватні садиби та локальні музеї, що безпосередньо впливає на соціально-економічну стійкість територій.

3. Екологізація та «Green Driving». Впровадження стандартів низьких викидів (Low Emission Zones) у європейських містах та стрімке розширення мережі швидкісних зарядних станцій (Superchargers) змінюють структуру автопарку туристів. Перехід на електромобільність (e-mobility) стає не просто екологічним трендом, а економічною необхідністю через систему пільг, безкоштовних парковок та доступ до закритих природних зон для еко-транспорту.

4. Фактор безпеки та асистансу. Якість туристичного продукту в автотуризмі прямо залежить від системи технічного та медичного асистансу на маршруті. Наявність стандартизованих зон відпочинку (Rest Areas), що обладнані системами екстреного зв'язку, зонами для рекреації та базовим технічним сервісом, є критичним показником конкурентоспроможності національної туристичної мережі.

У цьому контексті важливо звернути увагу на роль державної політики. У багатьох країнах розвиток автомобільного туризму підтримується на державному рівні через інвестиції в інфраструктуру, створення туристичних маршрутів і популяризацію подорожей. Такий підхід сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі.

Окремого розгляду потребує поведінка туристів, які обирають автомобільний формат подорожей. На відміну від організованого туризму, де програма визначена заздалегідь, у даному випадку поведінка туриста є більш гнучкою та залежить від особистих уподобань [10].

Зазвичай такі туристи більше уваги приділяють процесу подорожі, ніж кінцевій точці. Вони можуть змінювати маршрут залежно від погодних умов, рекомендацій або власного настрою. Це створює більш «живий» формат туризму, який важко стандартизувати.

Крім того, автомобільні туристи частіше користуються локальними

послугами – невеликими готелями, кафе, фермерськими господарствами. Це позитивно впливає на розвиток місцевої економіки.

Трансформація автомобільного туризму в сучасних умовах тісно пов'язана зі зміною парадигми мислення самого мандрівника. Сьогодні автотурист – це не просто пасивний споживач дорожньої інфраструктури, а активний дизайнер власного простору та часу. У центрі такої подорожі стоїть концепція «slow travel» – мистецтво сповільнюватися, щоб помітити деталі, які зазвичай випадають з поля зору пасажирів швидкісних потягів чи літаків.

Вибір на користь автомобіля часто зумовлений прагненням до приватності та безпеки, що стало критично важливим у пост ізоляційний період. Машина перетворюється на «персональну капсулу комфорту», де мандрівник сам контролює коло спілкування, інтенсивність контактів із зовнішнім світом та навіть акустичний супровід своєї пригоди. Це створює особливий психологічний стан емоційної залученості, коли дорога сприймається як медитативний процес, а не просто вимушена пауза між локаціями [10].

Окремої уваги заслуговує феномен «автомобільного волонтерства» та соціальної відповідальності. Сучасні експедиційні групи все частіше поєднують відпочинок із моніторингом екологічного стану віддалених територій або допомогою локальним громадам. Автомобільний туризм має низку очевидних переваг, які забезпечують його популярність. Насамперед це свобода пересування, можливість планувати маршрут за власним бажанням і змінювати його у процесі подорожі. Водночас існують і певні обмеження. Зокрема, автомобільні подорожі потребують значних витрат на паливо, технічне обслуговування та іноді платні дороги. Також важливим фактором є безпека, адже тривале перебування за кермом може призводити до втоми (див. рис. 1.2). Крім того, автомобільний туризм має екологічний вплив, пов'язаний із викидами шкідливих речовин. Саме тому у сучасних умовах все більшої популярності набувають екологічні підходи до організації подорожей.



Рис. 1.2 – Поведінкові особливості автомобільних туристів

Сучасний автомобільний туризм неможливо уявити без використання цифрових технологій. Вони значно спрощують процес планування подорожей, підвищують безпеку та комфорт [11].

Одним із ключових інструментів є навігаційні додатки, такі як Google Maps, які дозволяють будувати маршрути, враховувати дорожню ситуацію та знаходити об'єкти інфраструктури. Важливою тенденцією є також розвиток електромобілів. У багатьох країнах створюється мережа зарядних станцій, що робить можливими довгі подорожі без використання традиційного пального.

Таким чином, автомобільний туризм є складним і багатогранним явищем, яке поєднує у собі транспортну функцію та туристичний досвід. Класифікація автомобільного туризму дозволяє зрозуміти його структуру, а аналіз форм – особливості практичної реалізації. Водночас розвиток інфраструктури, технологій та екологічних підходів визначає його подальші перспективи.

1.2. Основні фактори розвитку автомобільного туризму

Розвиток автомобільного туризму у світовому масштабі зумовлений комплексною дією низки факторів, які формують як попит на подорожі, так і можливості їх реалізації. На відміну від інших видів туризму, автомобільний туризм характеризується високим рівнем мобільності та автономності, що обумовлює його залежність від економічних, інфраструктурних, соціальних, технологічних, природно-географічних та інституційних умов.

Одним із ключових факторів є економічний розвиток країни, який визначає рівень доступності автомобільних подорожей. У країнах із високим рівнем доходів населення, таких як США, Німеччина та Франція, автомобільний туризм має масовий характер. Це пояснюється тим, що населення має фінансові можливості не лише для придбання автомобіля, але й для покриття витрат, пов'язаних із подорожами – паливо, проживання, харчування, страхування та технічне обслуговування транспортного засобу.

За даними Світового банку, зростання доходів населення безпосередньо корелює зі збільшенням туристичної активності. Водночас важливим економічним аспектом є вартість палива, яка впливає на структуру подорожей. У періоди зростання цін на енергоносії спостерігається скорочення довготривалих поїздок і збільшення частки короткострокових подорожей.

Тісно пов'язаним із економічним фактором є рівень автомобілізації населення. Чим більша кількість автомобілів припадає на 1000 жителів, тим ширші можливості для розвитку автотуризму. Згідно з даними Міжнародної організації автовиробників, у розвинених країнах цей показник перевищує 500 автомобілів на 1000 осіб, що створює стабільну основу для формування попиту на автомобільні подорожі [23].

Визначальну роль у розвитку автомобільного туризму відіграє інфраструктурний фактор, який охоплює якість та протяжність дорожньої мережі, а також рівень розвитку придорожного сервісу. У країнах Європи,

зокрема в Іспанія та Італія, сформована сучасна система автомагістралей, що забезпечує високий рівень безпеки та швидкості пересування.

Наявність розвиненої інфраструктури дозволяє туристам планувати складні маршрути, поєднуючи кілька туристичних об'єктів в одній подорожі. Важливим елементом є придорожній сервіс, який включає автозаправні станції, мотелі, кемпінги, ресторани та зони відпочинку. Саме ці об'єкти формують комфортність подорожі та впливають на її тривалість.

Крім того, високий рівень розвитку інфраструктури сприяє підвищенню безпеки автомобільних подорожей, що є одним із ключових чинників при виборі маршруту туристами [30].

Наявність якісного дорожнього покриття, сучасних систем навігації, дорожніх знаків та інформаційних вказівників дозволяє зменшити ризики під час пересування і забезпечує ефективне орієнтування на місцевості. Водночас важливу роль відіграє доступність сервісів технічної допомоги та евакуації транспортних засобів, що особливо актуально при подорожах на великі відстані.

Подальший розвиток автомобільного туризму значною мірою залежить від технологічного фактору, який у сучасних умовах відіграє дедалі важливішу роль. Цифровізація туристичної діяльності сприяє спрощенню процесу планування подорожей. Використання таких сервісів, як Google Maps, Waze та Booking.com, дозволяє туристам ефективно будувати маршрути, знаходити місця для проживання та отримувати актуальну інформацію про дорожню ситуацію.

Водночас розвиток цифрових технологій сприяє формуванню нових моделей поведінки туристів. Це проявляється у зростанні ролі онлайн-сервісів та цифрових платформ у процесі планування подорожей. Зокрема, зростає роль онлайн-відгуків, рейтингів та рекомендацій, які впливають на вибір маршрутів і туристичних об'єктів. Інтеграція різних сервісів у єдину цифрову екосистему значно спрощує організацію подорожей і знижує бар'єри для їх здійснення. Це підвищує доступність туризму (див. рис. 1.3).



Рис. 1.3 – Система факторів розвитку автомобільного туризму

Суттєвий вплив на розвиток автотуризму має соціально-культурний фактор, який пов'язаний зі зміною стилю життя населення. У сучасному суспільстві зростає популярність індивідуальних подорожей, що забезпечують свободу пересування та можливість самостійного планування маршруту. Особливо це характерно для молоді, яка надає перевагу формату road trip.

Додатково слід зазначити, що розвиток соціальних мереж і цифрового контенту значно впливає на популяризацію автомобільного туризму. Платформи для обміну досвідом подорожей формують нові туристичні тренди, популяризують маловідомі маршрути та стимулюють попит на індивідуальні поїздки. Візуальний контент, зокрема фото та відео з подорожей, сприяє формуванню мотивації до здійснення аналогічних поїздок

У таких країнах, як Канада та Австралія, автомобільний туризм є

невід’ємною частиною туристичної культури, що обумовлено великими територіями та високим рівнем мобільності населення [25].

Важливим фактором є також природно-географічні умови, які визначають туристичну привабливість території. Різноманітність ландшафтів, сприятливі кліматичні умови та наявність природних і культурних об’єктів стимулюють розвиток автомобільних маршрутів. Наприклад, у Швейцарія популярні гірські дороги, тоді як у США значну роль відіграють національні парки, доступні автомобільним транспортом.

Важливим фактором є також природно-географічні умови, які визначають туристичну привабливість території. Різноманітність ландшафтів, сприятливі кліматичні умови та наявність природних і культурних об’єктів стимулюють розвиток автомобільних маршрутів. Наприклад, у Швейцарія популярні гірські дороги, тоді як у США значну роль відіграють національні парки, доступні автомобільним транспортом.

Природно-географічні фактори визначають сезонність автомобільного туризму [36]. У регіонах із сприятливими кліматичними умовами туристичний потік є більш стабільним протягом року, тоді як у країнах із вираженою сезонністю спостерігаються пікові навантаження на транспортну інфраструктуру (див табл. 1.2). Це потребує відповідного планування та управління туристичними потоками з боку держави та місцевих органів влади [20].

Таблиця 1.2 – Основні фактори розвитку автомобільного туризму та їх характеристика

Фактор	Сутність впливу
Економічний	Визначає фінансову доступність подорожей
Інфраструктурний	Формує умови для пересування
Технологічний	Спрощує планування та організацію
Соціально-культурний	Визначає поведінку туристів
Природно-географічний	Формує туристичну привабливість
Державний	Регулює та стимулює розвиток авто-туризму

Окреме місце в системі факторів посідає державна політика та нормативно-правове забезпечення, що формує інституційне середовище для функціонування суб'єктів автотуризму.

- лібералізація транскордонних переміщень: Спрощення візових процедур та митного контролю для приватного автотранспорту безпосередньо корелює із зростанням потоків міжнародного автотуризму. Прикладом є Шенгенська зона, де відсутність внутрішніх кордонів стала ключовим каталізатором розвитку трансєвропейських автомобільних маршрутів.

- Стандартизація придорожного сервісу: Впровадження на державному рівні стандартів для об'єктів сервісу (ДСТУ, ISO) забезпечує передбачувану якість послуг для мандрівника. Державна підтримка будівництва багатофункціональних зон сервісу (БЗС) дозволяє структурувати ринок та підвищити його інвестиційну привабливість.

У системі пріоритетів сучасного автотуриста безпека посідає домінуючу позицію. Фактор безпеки є комплексним і включає:

- техногенна безпека дорожнього руху: Стан дорожнього полотна, освітленість трас, наявність розв'язок різних рівнів та інтелектуальних систем управління трафіком;

- інформаційна безпека: Доступність актуальних даних про стан доріг, ремонтні роботи та погодні умови в режимі реального часу;

- криміногенна ситуація: Рівень безпеки на спеціалізованих стоянках та в зонах відпочинку.

Для системного аналізу доцільно використовувати матрицю ризиків, що дозволяє диференціювати загрози за ступенем впливу на туристичний потік.

Розвиток автомобільного туризму в сучасних умовах неможливий без переосмислення маркетингової політики та впровадження інноваційних моделей взаємодії з мандрівником. Сучасна парадигма маркетингу в цій галузі зміщується від простого продажу послуг до формування комплексного

«клієнтського шляху» (Customer Journey), де кожен етап – від планування маршруту до повернення додому – має бути підкріплений якісним сервісним супроводом [41]. Важливим інструментом тут виступає створення регіональних брендів автомобільних маршрутів, які об'єднують історичні пам'ятки, природні заповідники та гастрономічні локації в єдину концептуальну мережу.

Окремої уваги спеціалістів потребує впровадження концепції «Smart Service» на об'єктах придорожньої інфраструктури. Мова йде про персоналізацію пропозицій через мобільні додатки, які, аналізуючи геолокацію та попередні вподобання туриста, можуть пропонувати індивідуальні знижки на пальне, бронювання кемпінгів або відвідування локальних екскурсій. Це створює додаткову вартість туристичного продукту та стимулює повторні візити до регіону [29].

Крім того, у контексті глобальної екологізації, дедалі більшої ваги набуває розвиток «зелених коридорів» для електромобільного туризму. Фахівець повинен розуміти, що наявність лише зарядних станцій уже недостатньо – необхідно інтегрувати ці станції в зони активного відпочинку, де час зарядки автомобіля турист може використати для рекреації або отримання освітніх послуг. Це змінює саму структуру витрат мандрівника та відкриває нові ніші для малого бізнесу в периферійних регіонах.

Технологічний фактор на сучасному етапі трансформується у концепцію Connected Tourism. Основні тренди включають:

1. V2X (Vehicle-to-Everything): Технологія взаємодії автомобіля з інфраструктурою, що дозволяє отримувати попередження про затори або небезпечні ділянки ще до появи їх у зоні видимості.
2. Blockchain у сервісах оренди та страхування: Забезпечує прозорість транзакцій та спрощує процес оренди автомобілів (carsharing) для іноземних туристів.
3. AR-навігація: Використання доповненої реальності на лобовому склі автомобіля для візуалізації туристичних об'єктів та підказок за

маршрутом.

Важливим вектором аналізу факторів розвитку автомобільного туризму є дослідження його ролі як каталізатора децентралізації економічних благ. На відміну від анклавних форм туризму, автомобільні подорожі створюють унікальний «ефект дифузії», коли фінансові потоки рівномірно розподіляються між транзитними територіями. Це стимулює розвиток малих форм підприємництва у сільській місцевості та депресивних регіонах, де поява лише одного якісного об'єкта придорожного сервісу здатна створити ланцюгову реакцію: від підвищення попиту на локальні фермерські продукти до відродження забутих ремісничих традицій. Таким чином, дорожня інфраструктура трансформується з суто інженерної мережі на соціально-економічний каркас розвитку територій [24].

Паралельно з економічними змінами відбувається глибинна трансформація ціннісних орієнтирів самого мандрівника. У сучасному автотуризмі домінує запит на екологічну етику та «усвідомлений асистанс». Це означає, що фактор вибору маршруту тепер залежить не лише від якості асфальтного покриття, а й від наявності систем роздільного збору відходів на стоянках, енергоефективності мотелів та можливості використання альтернативних джерел енергії. Спеціалісту галузі важливо розуміти, що сучасна конкуренція між DESTINATIONAMI переходить у площину боротьби за «екологічну репутацію» маршруту, де безпека довкілля стає такою ж пріоритетною, як і безпека руху.

Крім того, не можна ігнорувати фактор адаптивності до кризових явищ. Автомобільний туризм продемонстрував найвищу життєздатність в умовах глобальних обмежень пересування, ставши фактично єдиною безпечною альтернативою для мільйонів людей. Цей досвід сформував стійку звичку до автономних подорожей, яка зберігатиметься і в довгостроковій перспективі. Розвиток технологій автономного водіння та інтелектуального управління дорожнім рухом лише підсилить цей тренд, роблячи подорож максимально наближеною до концепції «мобільного кабінету» або «мобільної вітальні».

Це відкриває нові горизонти для розширення цільової аудиторії автотуризму, включаючи сегменти бізнес-туристів та мандрівників похилого віку, для яких комфорт та мінімізація стресу під час руху є визначальними факторами.

Можна сказати, що автомобільний туризм сьогодні – це насамперед про свободу. Ми з'ясували, що це не просто поїздка на машині, а особливий стиль подорожей, де людина сама керує своїм часом, маршрутом і рівнем комфорту. Головна цінність цього виду туризму полягає в його автономності: ви можете заїхати туди, куди ніколи не доведе автобус чи потяг [29].

Замість використання аналітичних методів, доцільно розглядати фактори розвитку автомобільного туризму через системно-структурний підхід, який дозволяє узагальнити їх вплив без проведення прикладного аналізу. У межах цього підходу автомобільний туризм розглядається як складна соціально-економічна система, що функціонує під впливом сукупності взаємопов'язаних елементів.

Системно-структурний підхід передбачає виділення ключових груп факторів, які формують середовище розвитку автомобільного туризму, а саме: економічних, інфраструктурних, технологічних, соціально-культурних, природно-географічних та інституційних. Кожна з цих груп виконує окрему функцію, але лише в комплексі вони забезпечують ефективне функціонування туристичної діяльності.

Зокрема, економічні фактори визначають рівень платоспроможного попиту, інфраструктурні – створюють матеріальну основу для здійснення подорожей, технологічні – підвищують їх доступність та зручність, соціально-культурні – формують мотивацію туристів, а природно-географічні – визначають туристичну привабливість територій. Інституційні фактори, у свою чергу, регулюють діяльність через державну політику та нормативно-правове забезпечення [38].

Важливо підкреслити, що взаємодія зазначених факторів має динамічний характер. Зміни в одній групі факторів неминуче впливають на інші складові системи. Наприклад, розвиток технологій стимулює

модернізацію інфраструктури, а зростання доходів населення підвищує попит на більш якісний туристичний сервіс. Таким чином, автомобільний туризм слід розглядати як відкриту систему, яка постійно адаптується до змін зовнішнього середовища.

Крім того, системно-структурний підхід дозволяє врахувати територіальну диференціацію розвитку автомобільного туризму. У різних країнах і регіонах домінують різні фактори, що обумовлює нерівномірність розвитку цього виду туризму. Так, у економічно розвинених країнах визначальну роль відіграють технологічні та інфраструктурні фактори, тоді як у країнах, що розвиваються, ключове значення мають економічні передумови та державна підтримка [24].

Окремо слід зазначити, що сучасні тенденції розвитку автомобільного туризму характеризуються зростанням ролі інновацій та сталого розвитку. Екологічні вимоги, розвиток електротранспорту, впровадження цифрових технологій та підвищення вимог до якості туристичних послуг формують нові умови функціонування галузі. Це зумовлює необхідність адаптації існуючих підходів до організації автомобільних подорожей.

Також важливим є врахування глобалізаційних процесів, які сприяють інтеграції національних туристичних ринків. Спрощення міжнародних перевезень, розвиток транспортних коридорів і уніфікація стандартів обслуговування створюють сприятливі умови для розвитку міжнародного автомобільного туризму. У цьому контексті особливого значення набуває співпраця між країнами у сфері транспорту та туризму [25].

Таким чином, застосування системно-структурного підходу дозволяє не лише класифікувати фактори розвитку автомобільного туризму, але й глибше зрозуміти механізми їх взаємодії. Це створює теоретичну основу для подальших досліджень та практичного розвитку даного виду туризму в умовах сучасної економіки.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

2.1. Аналіз моделей розвитку автомобільного туризму в розвинених країнах світу

Автомобільний туризм у розвинених країнах світу сформувався як комплексна багаторівнева система, яка інтегрує транспортну інфраструктуру, туристичні послуги, механізми державного регулювання та інноваційні технології. Його еволюція тісно пов'язана з національними моделями, що відображають специфіку економічних, соціальних і географічних умов кожної окремої країни.

На світовому рівні можна виділити кілька основних підходів до формування моделей автомобільного туризму: інфраструктурний, ринковий, державний та інтеграційний. Інфраструктурний підхід зосереджений на створенні та модернізації дорожньої мережі, сервісних зон, кемпінгів і іншої придорожньої інфраструктури. Він став фундаментальною основою розвитку автомобільного туризму в таких країнах, як США та держави Західної Європи.

Ринковий підхід орієнтований на активну участь приватного бізнесу у формуванні туристичних продуктів [13]. Тут ключову роль відіграють туристичні агентства, сервіси оренди автомобілів і готельні мережі, що пропонують комплексні рішення для подорожей автотуристів. Державний підхід, у свою чергу, реалізується через запровадження стандартів якості, інвестування у транспортну інфраструктуру та стимули для розвитку внутрішнього туризму (див. рис. 2.1).

Інтеграційний підхід найбільш характерний для країн Європейського Союзу, де автомобільний туризм активно розвивається завдяки відкритим кордонам і єдиному транспортному простору. Це створює сприятливі умови

для міжкраїнових подорожей, значно спрощуючи адміністративні процедури і сприяючи популяризації регіональних туристичних маршрутів.

Північноамериканська модель, насамперед у США та Канаді, вважається однією з найбільш розвинених і класичних у світі. Її основою є масштабна мережа автомобільних доріг, зокрема система міжштатних автомагістралей (Interstate Highway System), яка забезпечує швидке і комфортне пересування на великі відстані.

Характерною рисою цієї моделі є орієнтація на індивідуального туриста. Автомобіль у США є основним засобом пересування, що зумовлює високий рівень розвитку дорожнього сервісу: мотелі, автозаправні станції, ресторани швидкого харчування, зони відпочинку. Значну роль відіграє концепція road trip – подорожей автомобілем із заздалегідь спланованим або спонтанним маршрутом.

Особливу роль у формуванні американського автомобільного туризму відіграв знаменитий Route 66 – легендарна дорога, що з'єднувала Чикаго з Лос-Анджелесом. Вона стала символом подорожі через усю країну, уособленням пригод, романтики дороги і прагнення до нових горизонтів. Route 66 навіть отримала назву «Main Street of America» – головна вулиця Америки.

США має одну з найрозвиненіших дорожніх систем у світі. Загальна довжина автомобільних шляхів перевищує 6 мільйонів кілометрів, включаючи мережу швидкісних автомагістралей – Interstate Highway System, побудовану в середині XX століття. Висока якість доріг, наявність численних мотелів, заправок, кафе та кемпінгів створюють надзвичайно комфортні умови для автомобільних мандрівників.

Сучасний автомобільний турист у США має безліч варіантів для подорожей. Це можуть бути короткі поїздки вихідного дня або масштабні крос-країнові подорожі на тисячі кілометрів. Американці часто подорожують у форматі road trip, тобто подорожі без чіткого плану – зупиняючись у цікавих місцях, знайомлячись із природою, та місцевими культурами [1].

Окрім Route 66, великою популярністю користуються інші маршрути:

- Pacific Coast Highway (California State Route 1) – мальовничий шлях уздовж узбережжя Тихого океану, який проходить через Сан-Франциско, Лос-Анджелес, Біг-Сур та інші визначні місця Каліфорнії.
- Blue Ridge Parkway – дорога через Аппалачі, відома своїми чудовими краєвидами, особливо восени, коли гори вкриваються барвистим листям.
- Great River Road – маршрут уздовж річки Міссісіпі, що дозволяє відчувати дух Півдня США.
- Overseas Highway – унікальна траса, що з'єднує материкову частину Флориди з архіпелагом Флорида-Кіс, проходячи по численних мостах над океаном.

Ці маршрути приваблюють не лише американців, а й туристів з усього світу, які хочуть побачити справжню Америку – не лише великі міста, а й маленькі містечка, національні парки, пустелі, ліси та океанські узбережжя (див. рис. 2.1).



Рис. 2.1 – Складники економіки США [27]

Економічно автомобільний туризм є важливою частиною туристичної

галузі. Він підтримує роботу мотелів, кафе, кемпінгів, туристичних агентств, прокатних компаній. Щороку мільйони людей орендують автомобілі для подорожей країною, що приносить значні прибутки регіонам, особливо тим, які віддалені від великих мегаполісів.

Останніми роками автомобільний туризм у США набуває нових форм. Зростає популярність екологічних подорожей – використання електромобілів, кемперів із сонячними панелями, подорожей із мінімальним впливом на природу [42]. Компанії, такі як Tesla, активно розвивають мережу зарядних станцій, що робить road trips на електрокарах повністю реальними

Також набувають поширення ванлайф-подорожі – життя в переобладнаних фургонках, що поєднує мобільність, свободу та близькість до природи. Цей стиль життя став популярним серед молодих американців і блогерів, які цінують незалежність і можливість працювати віддалено, подорожуючи країною [34].

Хоча американська модель є класичним прикладом розвитку автотуризму, що базується на масштабах та індивідуалізмі, європейський досвід пропонує альтернативний підхід, заснований на інтеграції та сталості. На відміну від США, де ключову роль відіграє приватний бізнес та ринкові механізми, в Європі формування моделей автомобільного туризму відбувається з активною участю держави та міждержавних інституцій, що забезпечує збалансований розвиток інфраструктури, туристичних послуг та екологічних стандартів [43].

Яскравим прикладом такого підходу є інтеграційна модель, характерна для країн Європейського Союзу, де автомобільний туризм активно розвивається завдяки відкритим кордонам та єдиному транспортному простору.

Філософія подорожей Європи, базується на гармонії між свободою пересування, високим технологічним комфортом та відповідальним ставленням до довкілля. На відміну від американської моделі з її культом безмежних хайвеїв, європейський підхід акцентує увагу на деталях, екології

та інтеграції автомобіля в загальну екосистему транспорту.

Основою цієї моделі є інфраструктурна досконалість. Транс'європейська транспортна мережа (TEN-T) створює «безшовний» простір, де мандрівник може перетнути кілька країн, не відчуючи різниці в якості дорожнього покриття чи стандартах безпеки. Кожен сервісний майданчик уздовж траси – це не просто парковка, а повноцінний хаб із зонами відпочинку, цифровими терміналами та зарядними станціями для електромобілів, що відображає прагнення континенту до кліматичної нейтральності [32].

Окреме місце посідає культура караванінгу та «повільних» подорожей (Slow Travel). Європа заохочує туристів з'їжджати з галасливих автобанів на панорамні маршрути, що пролягають крізь автентичні села, виноградники та гірські перевали. Для цього створена унікальна мережа кемпінгів – від екологічних майданчиків у лісах до високотехнологічних парків, що забезпечують автономний побут мандрівників на колесах.

Європейська модель автомобільного туризму також тісно пов'язана з розвитком мультимодальних перевезень, де автомобіль не конкурує з іншими видами транспорту, а доповнює їх. У великих агломераціях активно працює система «park & ride», яка дозволяє туристам залишати автомобіль на периферійних паркінгах і далі пересуватися громадським транспортом. Це суттєво знижує транспортне навантаження на історичні центри міст, зменшує рівень забруднення повітря та підвищує комфорт перебування туристів у міському середовищі. Таким чином, автомобільний туризм інтегрується в загальну концепцію сталої мобільності, яка є одним із ключових пріоритетів ЄС.

Важливою складовою є також орієнтація на локальний досвід та автентичність. Європейські країни активно розвивають тематичні автомобільні маршрути – винні дороги, гастрономічні шляхи, історико-культурні траси, які поєднують туристичні об'єкти в єдину змістовну подорож. Це стимулює розвиток малих міст і сільських територій, підтримує

локальний бізнес та формує більш рівномірний розподіл туристичних потоків. У результаті автомобільний туризм у Європі виконує не лише транспортну, а й соціально-економічну функцію, сприяючи регіональному розвитку та збереженню культурної спадщини.

Цифровізація та безпека є невидимими, але вирішальними компонентами. Єдина система моніторингу трафіку, зручні мобільні застосунки для оплати доріг та паркування, а також суворі правила режиму відпочинку водіїв роблять поїздки максимально передбачуваною. Автомобіль тут розглядається не як засіб демонстрації статусу, а як гнучкий інструмент, що дає змогу дістатися до найвіддаленіших куточків, куди не ходять потяги, зберігаючи при цьому повагу до місцевих громад та природи (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Компоненти європейської моделі автомобільного туризму

Компонент	Роль у системі	Результат для туриста
Екологічне регулювання	Стимулює використання електрокарів та Euro-6.	Доступ до закритих історичних зон міст.
Тематичні маршрути	Розподіляє потоки за межі мегаполісів.	Автентичність та відсутність овертуризму.
Системи Park & Ride	З'єднує приватне авто з громадським транспортом.	Економія на паркуванні та швидкий доступ до центру.
Цифрові віньєтки	Уніфікує оплату доріг у різних країнах.	«Безшовний» перетин кордонів без зупинок.

Подальша еволюція європейського автотуризму нерозривно пов'язана з концепцією Smart Mobility. Вже сьогодні ми спостерігаємо перехід від володіння автомобілем до користування послугою (MaaS – Mobility as a Service). Для автотуриста це означає можливість оренди електромобіля безпосередньо біля залізничного вокзалу або аеропорту, що дозволяє поєднувати швидкість міжміських перевезень із гнучкістю індивідуального маршруту в пункті призначення.

Розумна дорожня інфраструктура (C-ITS) стає новим стандартом безпеки. Впровадження систем зв'язку між автомобілем та дорожніми об'єктами дозволяє водієві отримувати сповіщення про дорожні роботи,

погодні умови чи вільні місця на кемпінгах у реальному часі, що мінімізує стрес та оптимізує споживання палива [4].

Європейська модель автомобільного туризму є прикладом того, як інтереси мобільної людини можуть бути узгоджені з потребами природи та місцевих громад. Це модель, яка не вимагає від мандрівника відмови від комфорту, але пропонує йому стати частиною відповідальної екосистеми. У центрі цієї філософії стоїть не швидкість подолання відстані, а якість досвіду, отриманого під час подорожі, де кожна зупинка на панорамному маршруті має таку ж цінність, як і фінальна точка призначення. Такий підхід робить Європу не просто лідером за кількістю туристичних прибуттів, а й глобальним еталоном розвитку сталого, безпечного та інтелектуального автомобільного туризму в XXI столітті.

Азійська модель розвитку автомобільного туризму є відносно новою, але динамічною. Найбільш яскраво вона представлена в Японії, Південній Кореї та Китаї. У Японії автомобільний туризм розвивається на основі високотехнологічної інфраструктури. Дороги оснащені сучасними інформаційними системами, а сервісні зони (Michi-no-Eki) поєднують функції відпочинку, харчування та туристичної інформації [28]. У Китаї автомобільний туризм активно розвивається завдяки державним інвестиціям у дорожню мережу. Будуються нові автомагістралі, створюються туристичні маршрути та зони відпочинку.

Південна Корея робить акцент на цифровізації: мобільні додатки, навігаційні системи та онлайн-сервіси значно спрощують подорожі автомобілем. Особливістю азійської моделі є поєднання інновацій, державного регулювання та швидкого зростання внутрішнього туризму. Водночас подальший розвиток автомобільного туризму в Азії відбувається в умовах високої урбанізації та обмеженого простору, що зумовлює необхідність максимально ефективного використання транспортної інфраструктури. У великих мегаполісах впроваджуються інтелектуальні транспортні системи (ITS), які дозволяють регулювати потоки транспорту в

реальному часі, зменшувати затори та підвищувати безпеку дорожнього руху.

Значну роль відіграє також інтеграція автомобільного туризму з іншими видами транспорту. Як і в європейській моделі, в країнах Азії активно розвиваються мультимодальні перевезення, однак тут вони мають ще більш технологічний характер. Наприклад, у Японії та Південній Кореї туристи можуть планувати маршрути через єдині цифрові платформи, що поєднують автомобільні дороги, швидкісні поїзди та міський транспорт.

Окремої уваги заслуговує екологічний аспект. Уряди азійських країн стимулюють використання електромобілів та гібридних транспортних засобів, розвивають мережі зарядних станцій та впроваджують екологічні стандарти. Китай, зокрема, є одним із світових лідерів за кількістю електромобілів і темпами розвитку відповідної інфраструктури, що безпосередньо впливає на трансформацію автомобільного туризму [28].

Ще однією характерною рисою є орієнтація на масовість і доступність. Завдяки зростанню доходів населення та активній підтримці внутрішнього туризму, автомобільні подорожі стають дедалі популярнішими серед широких верств населення. Це сприяє розвитку придорожного сервісу, готельної інфраструктури та туристичних кластерів уздовж основних транспортних коридорів. Для більш глибокого розуміння доцільно порівняти основні моделі розвитку автомобільного туризму (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Порівняльна характеристика моделей автомобільного туризму

Критерій	Північноамериканська модель	Європейська модель	Азійська модель
1	2	3	4
Основний акцент	Індивідуальні подорожі	Інтеграція та різноманіття	Інновації
Інфраструктура	Дуже розвинена	Високоякісна	Швидко розвивається
Роль держави	Помірна	Висока	Дуже висока
Екологічність	Середня	Висока	Зростаюча
Рівень цифровізації	Високий	Високий	Дуже високий

Проведений порівняльний аналіз моделей розвитку автомобільного туризму дозволяє зробити більш глибокі узагальнення щодо закономірностей функціонування цієї галузі в розвинених країнах світу. Насамперед варто підкреслити, що жодна з моделей не існує у «чистому» вигляді – на практиці спостерігається їх комбінування залежно від національних пріоритетів, ресурсного забезпечення та рівня соціально-економічного розвитку.

Американська модель демонструє високий рівень ринкової саморегуляції, де ключовим драйвером виступає попит індивідуального споживача. Саме орієнтація на масового автотуриста стимулює розвиток придорожного сервісу, диверсифікацію туристичних продуктів та формування унікальної культури мобільності. Водночас її слабкою стороною є відносно менша інтеграція екологічних стандартів у порівнянні з європейськими практиками [13].

Європейська модель, навпаки, характеризується високим рівнем інституційної координації та стратегічного планування. Тут автомобільний туризм розглядається не лише як сегмент ринку, а як елемент регіональної політики розвитку. Важливим є баланс між економічною ефективністю та екологічною відповідальністю, що проявляється у впровадженні «зелених» транспортних коридорів, розвитку електромобільної інфраструктури та стандартизації придорожного сервісу [4].

Азійський підхід вирізняється технологічною інтенсивністю та високим рівнем цифровізації. У таких країнах, як Японія, автомобільний туризм інтегрується в систему «розумної» мобільності, де ключову роль відіграють інтелектуальні транспортні системи, автоматизоване управління потоками та цифрові сервіси підтримки мандрівників. Це дозволяє мінімізувати логістичні ризики та підвищити загальну ефективність використання транспортної інфраструктури [28].

Важливою тенденцією, що простежується у всіх розглянутих моделях, є трансформація автомобільного туризму під впливом концепції сталого розвитку. Зростає значення екологічних факторів, енергоефективності

транспорту та відповідального споживання туристичних послуг. У цьому контексті конкуренція між країнами дедалі більше зміщується у площину якості інфраструктури, інноваційності сервісів та екологічної репутації туристичних маршрутів.

Отже, ефективність моделей розвитку автомобільного туризму визначається не окремими елементами, а саме синергією інфраструктурних, економічних, технологічних та інституційних компонентів. Країни, які здатні забезпечити їх узгоджений розвиток, отримують стійкі конкурентні переваги на глобальному туристичному ринку.

2.2. Інфраструктура та державна підтримка автомобільного туризму

Зростання автотуризм у безпосередньо залежить від рівня розвитку дорожньої інфраструктури, яка є основоположним складником забезпечення мобільності мандрівників. Стан автошляхів, їх густина, технічний стан, наявність швидкісних магістралей та надійних шляхів визначають можливість доступу до туристичних принад та привабливість регіону для автомобільних подорожей.

У світовій практиці особливого значення набувають автомагістралі світового значення, які згуртовують туристичні потоки між державами. Прикладом, у країнах Європейського Союзу створено розгалужену мережу транскордонних транспортних коридорів (TEN-T), що гарантують неперервність пересування та високий ступінь обслуговування. У США подібну роль виконує система між штатних автошляхів, яка охоплює понад 75 тис. км., та забезпечує стрімкий доступ до головних туристичних осередків.

Важливою рисою дорожньої інфраструктури є її надійність. Високий рівень організації руху, сучасні системи орієнтування, наявність розмітки, освітлення та довідкових знаків суттєво впливають на зручність мандрівників. У розвинених державах активно запроваджуються

інтелектуальні транспортні системи (ITS), які дають змогу вдосконалити рух і підняти рівень безпеки [4].

Окрім головних шляхів, важливими є місцеві дороги, що прямують безпосередньо до туристичних місць. Їх недостатній стан може помітно стримувати зростання навіть найбільш перспективних туристичних зон. Тому всебічний розвиток автомобільної мережі є вирішальною передумовою успішного функціонування автотуризму (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Розвиток дорожньої інфраструктури у світ станом на 2025 рік

Країна	Загальна довжина доріг, км.	Довжина автомагістралей, км.	Якість доріг (індекс WEF 1-7)
США	6 803 479	77 960	5,7
Німеччина	830 000	13 200	6,1
Франція	1 105 000	11 600	6,0
Китай	5 200 000	177 000	5,5
Японія	1 280 000	9 000	6,2
Польща	423 000	5 200	4,8
Україна	169 500	3 150	3,0

Аналіз наведених даних показує суттєву диференціацію рівня розвитку дорожньої інфраструктури між країнами. Найвищі показники якості автомобільних доріг демонструють економічно розвинені країни, зокрема Німеччина та Японія, де індекс перевищує 6 балів. США та Франція характеризуються значною протяжністю дорожньої мережі, що забезпечує високу мобільність туристичних потоків. Китай демонструє стрімке зростання інфраструктури, зокрема за рахунок найбільшої у світі мережі автомагістралей. Водночас Україна суттєво відстає за всіма показниками, що обмежує розвиток автомобільного туризму та потребує активізації державної інфраструктурної політики. У цьому контексті важливим є впровадження сучасних технологій управління дорожнім господарством, залучення інвестицій та адаптація міжнародного досвіду для підвищення якості інфраструктури (див. рис. 2.2). Крім того, необхідним є комплексний підхід до модернізації дорожньої мережі, що передбачає не лише ремонт і

будівництво доріг, а й розвиток супутньої інфраструктури та підвищення стандартів безпеки.

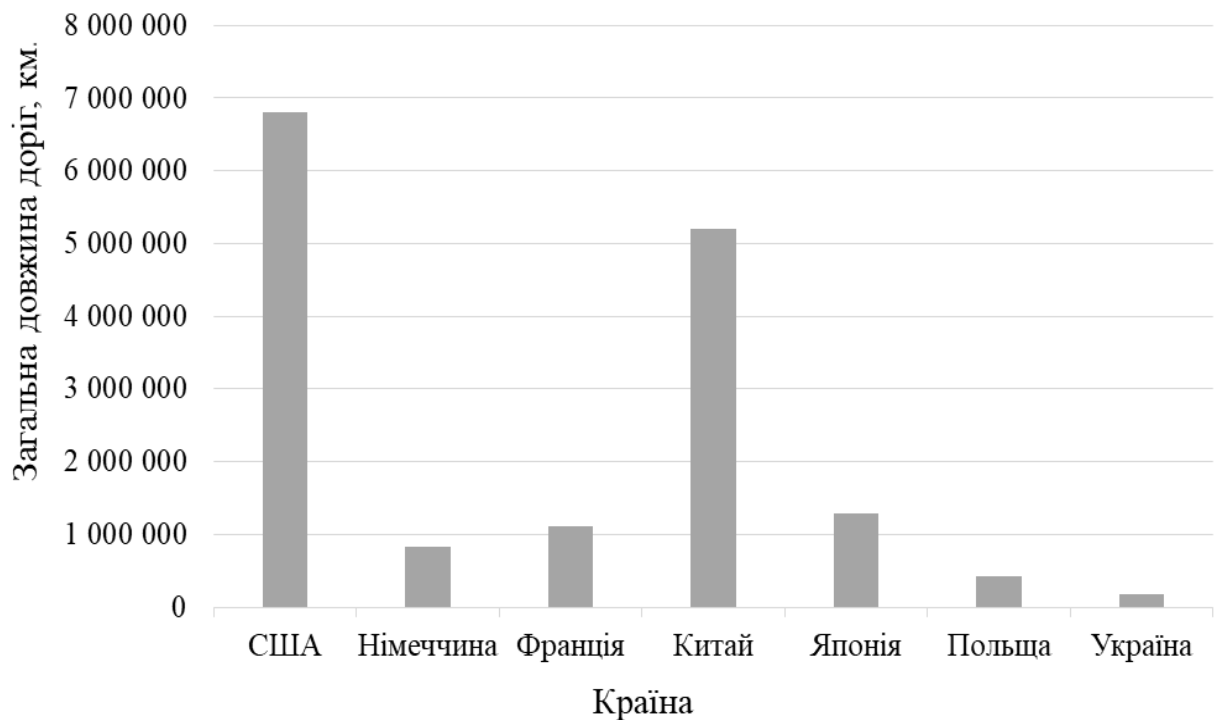


Рис. 2.2 – Порівняння загальної протяжності автомобільних доріг у країнах світу станом на 2025 рік [31]

Графік наочно демонструє суттєву різницю у масштабах дорожньої інфраструктури між країнами. Найбільшу протяжність автомобільних доріг мають США та Китай, що обумовлює високий рівень розвитку автомобільного туризму. Країни Європи характеризуються більш компактною, але якісною мережею доріг. Україна має значно менші показники, що свідчить про необхідність модернізації транспортної інфраструктури.

Сервісна інфраструктура є невід’ємною складовою автомобільного туризму, оскільки забезпечує комфортні умови перебування туристів під час подорожі. До її складу входять автозаправні станції, готелі, кемпінги, паркінги, станції технічного обслуговування, заклади харчування та

інформаційні центри.

У країнах із розвиненим автомобільним туризмом сформовані спеціалізовані туристичні зони вздовж автомагістралей, які включають багатофункціональні комплекси обслуговування. Наприклад, у Німеччині та Франції такі комплекси забезпечують не лише базові послуги, а й місця відпочинку, дитячі майданчики, магазини та туристичну інформацію.

Особливу роль відіграють кемпінги та караванінг-інфраструктура, які є основою для розвитку автотуризму в Європі. Кемпінги обладнані місцями для паркування, підключення до електроенергії, водопостачання та каналізації. Вони часто розташовані поблизу природних або культурних об'єктів, що підвищує їхню привабливість [19].

Важливим елементом сервісної інфраструктури є цифрові сервіси. Мобільні додатки, GPS-навігація, онлайн-бронювання місць у кемпінгах і готелях значно спрощують організацію подорожей. Це сприяє підвищенню рівня задоволеності туристів і стимулює розвиток галузі.

Ефективне функціонування автомобільного туризму неможливе без добре розвиненої системи туристичної інформації. До її складу входять дорожні вказівники, інформаційні стенди, туристичні центри та сучасні цифрові платформи.

У провідних країнах світу активно впроваджуються стандартизовані навігаційні системи, які допомагають туристам легко орієнтуватися навіть у незнайомих регіонах. Дорожні знаки забезпечують інформацію про важливі туристичні об'єкти, їхнє розташування та відстань, а також використовують універсальні символи, зрозумілі для іноземців.

Туристичні інформаційні центри зазвичай розташовуються у великих містах, важливих населених пунктах або стратегічних місцях, таких як основні транспортні вузли, а також уздовж найбільш відвідуваних туристичних маршрутів. Їх основною метою є надання мандрівникам необхідної допомоги, включаючи актуальні карти місцевості, детальні путівники, поради щодо туристичних об'єктів, а також консультації стосовно

кращих варіантів дозвілля, логістики чи проживання. Вони слугують важливим джерелом інформації, допомагаючи гостям максимально продуктивно та комфортно організовувати свої подорожі.

Сьогодні все більшої популярності набувають цифрові ресурси. Інтерактивні онлайн-платформи дозволяють туристам планувати свої мандрівки, оперативно отримувати дані про стан доріг, погоду і доступність туристичних локацій у режимі реального часу (див. рис. 2.3).



Рис. 2.3 – Елементи туристично-інформаційної інфраструктури

Державна підтримка відіграє вирішальну роль у стимулюванні розвитку автомобільного туризму. Її реалізація охоплює створення нормативно-правової бази, фінансування інфраструктурних проєктів, залучення інвестицій і розширення міжнародної співпраці.

У багатьох країнах запроваджуються національні стратегії розвитку туризму, які включають заходи для вдосконалення автомобільної

інфраструктури. Державні програми передбачають фінансування будівництва та модернізації шляхів, облаштування сервісних зон і розробку привабливих туристичних маршрутів [29].

Додатково держава активно сприяє розвитку приватного сектору через такі інструменти, як податкові пільги, субсидії та гранти. Такий підхід заохочує інвестиції у створення кемпінгів, мотелів та інших елементів туристичної інфраструктури, що підвищує загальну привабливість регіонів для туристів.

Інвестиції відіграють вирішальну роль у розвитку автомобільного туризму. Значна частина інфраструктурних проєктів реалізується в рамках державно-приватного партнерства (ДПП), що дозволяє залучати приватний капітал до розвитку дорожньої та сервісної інфраструктури.

У країнах ЄС активно використовуються механізми концесії, коли приватні компанії будують і експлуатують дороги на умовах довгострокових контрактів. Це дозволяє зменшити навантаження на державний бюджет і забезпечити високий рівень обслуговування [23].

Фінансування також здійснюється за рахунок міжнародних фінансових організацій, таких як Світовий банк та Європейський банк реконструкції та розвитку. Вони підтримують проєкти, спрямовані на розвиток транспортної інфраструктури та туризму (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Основні форми державної підтримки автомобільного туризму

Форма підтримки	Характеристика	Приклади реалізації
Бюджетне фінансування	Виділення коштів на будівництво доріг	Програми розвитку інфраструктури в ЄС
Податкові пільги	Зниження податкового навантаження	Пільги для кемпінгів у Франції
ДПП	Співпраця держави і бізнесу	Концесійні дороги в Італії
Гранти та субсидії	Підтримка малого бізнесу	Туристичні гранти в Німеччині

Проаналізувавши дані, представлені в таблиці щодо форм державної

підтримки автомобільного туризму, можна стверджувати, що успішний розвиток цього сектора прямо залежить від комплексного підходу до державної політики. У розвинених країнах підтримка не обмежується фінансуванням дорожнього будівництва, а охоплює широкий набір заходів: податкові стимулювання, інвестиційні програми, вдосконалення сервісної інфраструктури, впровадження цифрових технологій та реалізацію екологічних ініціатив. Вартий уваги досвід європейських та північноамериканських держав, де підтримка автомобільного туризму має чітку стратегічну основу та спрямована на сталий розвиток в межах національної економіки.

На противагу цьому, у країнах із перехідною економікою, зокрема в Україні, державна підтримка залишається недостатньо системною й часто зосередженою на вирішенні локальних завдань, таких як ремонт доріг (див. табл. 2.5). Це підкреслює необхідність розробки цілісної стратегії розбудови автомобільного туризму, яка б враховувала не лише розширення інфраструктури, але й впровадження ефективних організаційних та економічних заходів.

Таблиця 2.5 – SWOT-аналіз автомобільного туризму в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
1	2
Високий природно-рекреаційний потенціал (Карпати, Полісся, узбережжя Чорного моря)	Руйнування дорожньої інфраструктури внаслідок війни
Розвинена мережа автомобільних доріг у центральних і західних регіонах	Нерівномірний стан доріг між регіонами
Висока популярність внутрішнього туризму	Недостатній рівень сервісної інфраструктури (кемпінги, мотелі, RV-зони)
Гнучкість та автономність автомобільних подорожей	Обмежене фінансування туристичної галузі
Зростання інтересу до екотуризму та локальних маршрутів	Низький рівень цифровізації туристичних сервісів у регіонах
Можливості	Загрози
Відновлення інфраструктури за рахунок міжнародної допомоги (ЄС, Світовий банк)	Воєнні дії та ракетні удари по транспортній інфраструктурі

Продовження таблиці 2.5

1	2
Розвиток післявоєнного туристичного ринку	Мінна небезпека на значних територіях
Інтеграція до європейської транспортної та туристичної системи	Економічна нестабільність та інфляція
Зростання попиту на внутрішній туризм після війни	Відтік населення та зниження купівельної спроможності
Розвиток автокараванінгу та кемпінг-туризму	Повільні темпи відновлення прифронтових регіонів
Цифровізація туристичних маршрутів (GPS, мобільні додатки)	Залежність від цін на паливе та енергоресурси

Проведений SWOT-аналіз засвідчує, що автомобільний туризм в Україні має значні перспективи для розвитку, зумовлені багатими природними ресурсами, сприятливим географічним розташуванням та зростаючим інтересом до подорожей у межах країни. Найбільш перспективними регіонами виступають західні та центральні області, де інфраструктура знаходиться у порівняно задовільному стані [3].

Загальний аналіз засвідчує, що державна підтримка є ключовою складовою створення конкурентоспроможного ринку автомобільного туризму. Вона сприяє не лише оновленню інфраструктурних об'єктів, але й покращує якість надаваних туристичних послуг, забезпечуючи довгострокове зростання галузі.

Розвиток інфраструктури з екологічною орієнтацією є однією з ключових тенденцій у сучасній транспортній політиці. У контексті глобальних процесів декарбонізації транспортного сектору значна увага приділяється розбудові мереж зарядних станцій для електромобілів, створенню екологічно сприятливих маршрутів, а також впровадженню сучасних екологічних стандартів у галузі дорожнього будівництва. У країнах Європи активно реалізуються програми стимулювання використання електротранспорту, що сприяють трансформації автомобільного туризму в більш сталий і відповідальний формат [17].

Іншою помітною тенденцією є інтеграція автомобільного туризму в мультимодальні транспортні системи. Такий підхід передбачає комбінування

автомобільних подорожей з використанням інших видів транспорту, зокрема залізничного чи повітряного. Наприклад, туристи все частіше вибирають модель подорожей, яка поєднує авіапереліт із подальшою орендою автомобіля, що розширює можливості мобільності та географію турів, забезпечуючи високий рівень гнучкості та зручності.

Ще одним важливим напрямом є розвиток сервісної інфраструктури нового покоління для забезпечення комфортного перебування мандрівників. Зокрема, це включає створення багатофункціональних зон відпочинку, які виходять далеко за межі традиційних послуг, таких як автозаправні станції, кафе чи паркінги. Сучасні комплекси пропонують ширший спектр ресурсів: готелі, кемпінги, інформаційно-консультаційні центри, місця для зарядки електромобілів, коворкінги та навіть розважальні комплекси.

Окремої уваги заслуговує розвиток автономного транспорту та впровадження інноваційних систем управління дорожнім рухом. Хоча ці технології наразі перебувають у стадії активної розробки та тестування, їхній потенціал значний. Вони здатні суттєво підвищити рівень безпеки, зменшити затори. Вони спроможні докорінно змінити автомобільний туризм завдяки забезпеченню вищих стандартів безпеки, скороченню часу на пересування та оптимізації маршрутів (див. табл. 2.6).

Тенденція	Характеристика	Вплив
Цифровізація	Використання мобільних додатків, GPS	Спрощення подорожей
Екологізація	Активізація розвитку електромобілів і зарядних станцій	Зменшення впливу на довкілля
Інтеграція	Поєднання різних видів транспорту	Підвищення ефективності
Автоматизація	Розвиток автономного транспорту	Перспективний напрям

Таблиця 2.6 – Сучасні тенденції розвитку інфраструктури автомобільного туризму

Суттєвою проблемою є також зношеність дорожнього покриття та недостатній рівень його обслуговування [2]. Це призводить до зниження рівня безпеки дорожнього руху, збільшення часу подорожей та додаткових витрат для туристів. Особливо актуальною ця проблема є для країн з перехідною економікою.

Ще одним стримуючим фактором є недостатній розвиток супутньої туристичної інфраструктури, зокрема кемпінгів, зон відпочинку, інформаційних центрів та сервісних станцій. Відсутність комплексного підходу до розвитку таких об'єктів обмежує можливості для комфортного здійснення автомобільних подорожей.

Важливою проблемою є також екологічний вплив автомобільного транспорту. Зростання кількості автомобілів призводить до збільшення викидів парникових газів, що негативно впливає на довкілля. У зв'язку з цим виникає необхідність пошуку балансів між розвитком туризму та збереженням природних ресурсів [17].

Разом з тим, перспективи розвитку автомобільного туризму залишаються досить позитивними. Очікується подальше зростання інвестицій у транспортну інфраструктуру, зокрема в рамках міжнародних програм та державних стратегій розвитку. Важливим напрямом є розвиток “розумних доріг”, які передбачають використання цифрових технологій для управління транспортними потоками та підвищення безпеки.

Перспективним є також розвиток електромобілів, що сприятиме зниженню негативного впливу транспорту на довкілля. Розширення мережі зарядних станцій та стимулювання використання електромобілів створюють нові можливості для розвитку екологічного автомобільного туризму.

Крім того, значний потенціал має розвиток внутрішнього туризму, який став особливо актуальним в умовах глобальних криз та обмежень на міжнародні подорожі. Автомобільний туризм у цьому контексті виступає одним із найбільш доступних та гнучких видів подорожей.

Отже, можна стверджувати, що успішний розвиток автомобільного

туризму безпосередньо залежить від стану інфраструктури та рівня державної підтримки. Високоякісні дороги, зручні транспортні вузли, розгалужена мережа придорожніх сервісів, інформаційних центрів і сучасних цифрових платформ формують базу для комфортного й безпечного подорожування. Усе це визначає вибір маршрутів туристами та впливає на тривалість їхнього перебування в певному регіоні.

Практика розвинених країн демонструє, що ефективний розвиток автотуризму можливий лише за умови комплексного підходу. Держава повинна відігравати активну роль не лише у фінансуванні проєктів із вдосконалення інфраструктури, а й у створенні сприятливого середовища для бізнесу, залученні інвестицій, підтримці модернізації сервісної сфери та інтеграції передових технологій. Також важливо приділяти увагу питанням безпеки, стандартизації якості послуг та зручності для мандрівників, адже саме це формує загальне враження про поїздку [2].

Водночас стає очевидним, що сучасний автомобільний туризм поступово змінюється під впливом цифровізації та екологічних вимог. Зростає роль онлайн-сервісів, навігаційних систем, а також інфраструктури для електротранспорту, що робить подорожі більш зручними та водночас більш відповідальними з точки зору впливу на довкілля.

Разом із тим, для України ця сфера все ще має значний потенціал для розвитку. Наявні проблеми, пов'язані з інфраструктурою та недостатньо системною державною підтримкою, потребують комплексного підходу та довгострокового планування. У цьому контексті важливо враховувати міжнародний досвід і адаптувати його до національних умов. Таким чином, поєднання якісної інфраструктури, ефективної державної політики та сучасних технологій є ключем до розвитку автомобільного туризму та підвищення його конкурентоспроможності в майбутньому.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

3.1. Стан та проблеми розвитку автомобільного туризму в Україні в умовах воєнного часу

У період із 2022 по 2025 роки автомобільний туризм в Україні зазнав істотних змін, спричинених повномасштабною війною. До 2022 року цей вид туризму стабільно зростав, що пояснювалося вдосконаленням дорожньої інфраструктури, збільшенням кількості автомобілів у населення та активною популяризацією внутрішнього туризму. Однак активні бойові дії суттєво зменшили туристичну активність, водночас значно змінивши географію подорожей (див. рис. 3.1).

Туристи, які раніше обирали далекі поїздки вздовж узбережжя Чорного моря чи степами Донбасу, тепер обмежилися коротшими маршрутами, уникаючи ризиків через сирени та обстріли. Багато хто переосмислив саму суть подорожей, перетворюючи їх на спонтанні виїзди на природу для психологічного розвантаження.

Головною тенденцією стало переміщення туристичних потоків із південних і східних регіонів до більш безпечних західних областей. Найбільше зацікавлення викликає Карпатський регіон, зокрема такі області, як Івано-Франківська, Львівська та Закарпатська. При цьому велика частина туристичних маршрутів у прифронтових зонах і на тимчасово окупованих територіях була втрачена [7].

За умов війни автомобільний туризм отримав нове значення. Він перетворився не лише на спосіб відпочинку, а й на ключовий елемент евакуації, платформи для волонтерства та організації гуманітарної допомоги. Це призвело до збільшення ролі автомобільного транспорту. Зокрема, зросла потреба в його надійності, доступності та пристосованості до складних умов.

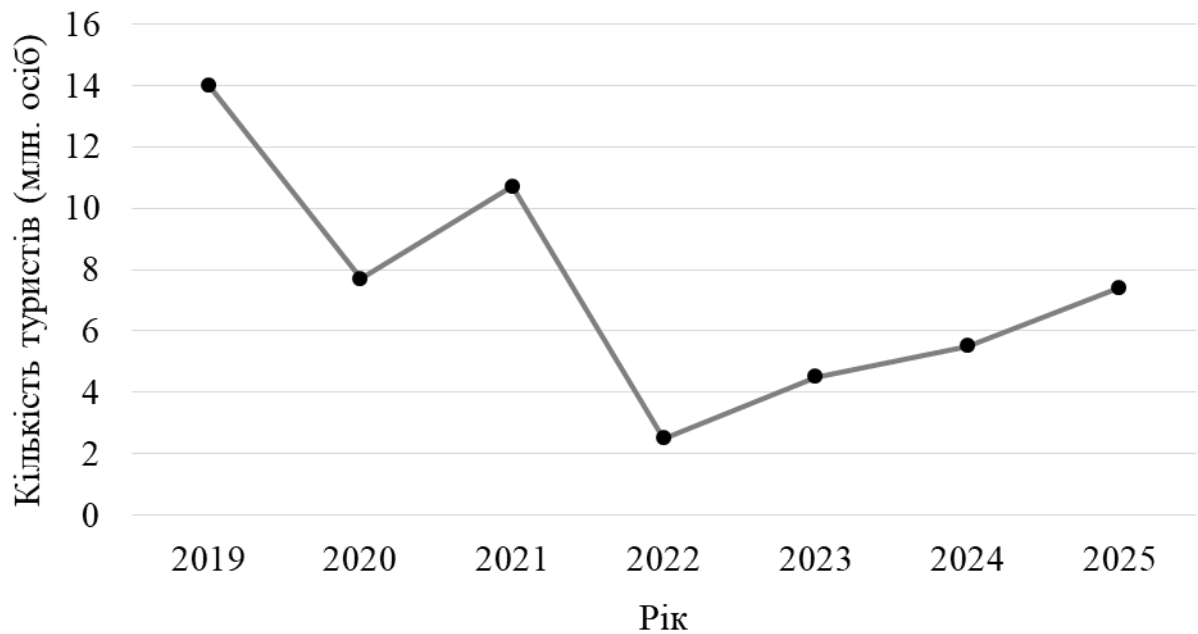


Рис. 3.1 – Динаміка кількості туристів в Україні 2019 – 2025 рр. [3]

У 2023 – 2025 роках ситуація почала дещо стабілізуватися, однак рівень туризму все ще далекий від показників довоєнного періоду. Відродження туристичного потоку потребує значних зусиль з боку уряду, бізнесу та міжнародних організацій.

Багато туристичних об'єктів України, таких як історичні пам'ятки, курортні зони, готелі та транспортна інфраструктура, зазнали руйнувань через бойові дії. За оцінками Київської школи економіки, загальні втрати туристичної інфраструктури оцінюються у мільярди доларів США. Значна частина готельного фонду в регіонах, що знаходяться в зоні бойових дій або на окупованих територіях, була пошкоджена або повністю зруйнована.

Крім руйнувань, туристична індустрія також стикається з економічними труднощами, такими як зменшення інвестицій, відтік кадрів та складність у веденні бізнесу в умовах невизначеності.

Згідно зі статистикою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), війна в Україні призвела до скорочення авіап перевезень до наступних країн:

- Молдова – на 69%;
- Словенія – на 42%;

- Латвія – на 38%;
- Фінляндія – 36%;
- Чехія – 35%.

Втрати туристичного сектору світової економіки через війну в Україні оцінюють у 14 мільярдів доларів США. Водночас доходи внутрішнього державного бюджету у 2022 році скоротилися більш ніж на третину [5].

Скорочення податків спостерігалось відносно таких підприємств:

- туристичні бази, дитячі табори, кемпінги – на 57%;
- туристичні оператори – 35%;
- туристичні агентства – 27%.

Водночас на 46% зросла активність у різноманітних пансіонатах та хостелах. Цей показник пов'язаний з використанням цих об'єктів як тимчасового житла для внутрішньо-переміщених осіб, які були змушені змінити місце проживання через бойові дії.

Кількість іноземців, які відвідують Україну, скоротилася вдвічі порівняно з довоєнним періодом. При цьому ці візити не мають туристичної мети. Здебільшого це урядовці, делегації, уповноважені представники міжнародних організацій, іноземці, які надають гуманітарну допомогу, волонтери та журналісти.

Воєнний стан суттєво змінив просторову організацію автомобільного туризму. Якщо раніше туристичні маршрути охоплювали практично всю територію країни, включаючи морські курорти та культурно-історичні центри сходу та півдня, то нині основна концентрація туристів спостерігається у відносно безпечних регіонах.

Значного поширення набули короткострокові поїздки вихідного дня (weekend tourism), які здійснюються на невеликій відстані. Це пояснюється як безпековими факторами, так і економічними обмеженнями населення. Також зросла популярність маршрутів до природних об'єктів – національних парків, гірських територій, рекреаційних зон, що забезпечують можливість відпочинку на відкритому повітрі.

Водночас спостерігається скорочення міжнародного автомобільного туризму через обмеження на виїзд окремих категорій громадян, а також підвищене навантаження на прикордонні пункти пропуску.

Воєнні дії спричинили значні руйнування транспортної інфраструктури України. За оцінками державних органів, пошкоджено тисячі кілометрів автомобільних доріг, мостів та об'єктів сервісної інфраструктури. Особливо постраждали дороги у східних та південних регіонах країни. Це створює суттєві перешкоди для відновлення економічної діяльності та забезпечення безперервного транспортного сполучення (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Стан доріг України за регіонами у 2025 р. [35]

Регіон України	Стан дорожнього покриття	Стан мостів та шляхопроводів	Рівень доступності маршрутів
Західний (Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська обл.)	Добрий	Переважно справні	Високий
Центральний (Київська, Вінницька, Черкаська обл.)	Задовільний	Частково пошкоджені	Середній
Північний (Житомирська, Чернігівська, Сумська обл.)	Задовільний	Частково відновлені	Середній
Південний (Одеська, Миколаївська, Херсонська обл.)	Низький	Значні руйнування	Обмежений
Східний (Харківська, Запорізька, Дніпропетровська обл.)	Критичний	Масштабні руйнування	Дуже обмежений

Незважаючи на це, у відносно безпечних регіонах продовжується відновлення та розвиток дорожньої мережі. Значна увага приділяється ремонту ключових транспортних коридорів, які забезпечують зв'язок між регіонами та доступ до туристичних об'єктів [14].

Інфраструктура обслуговування автомобільних туристів (кемпінги, мотелі, автозаправні станції, придорожні сервіси) функціонує нерівномірно. У західних регіонах вона продовжує розвиватися, тоді як у прифронтових зонах більшість таких об'єктів або зруйновані, або тимчасово не працюють.

Економічна ситуація в Україні в умовах війни значно впливає на перспективи розвитку автомобільного туризму. Зменшення доходів населення, інфляція, підвищення цін на паливо та обслуговування автомобілів обмежують туристичну активність громадян і змушують переглядати звичні підходи до подорожей.

Автомобільний туризм, який колись сприймався як один із доступніших видів мандрівок, також став дорожчим. Зростання цін на паливо, проживання та харчування зумовило скорочення тривалості поїздок і зниження їх частотності. Попри це, спостерігається тенденція до пошуку бюджетних альтернатив. Зокрема, набирають популярності такі форми, як кемпінг та автокараванінг. Туристи все частіше віддають перевагу самостійному плануванню маршрутів і відмовляються від організованих турів, що дає можливість оптимізувати витрати. Таким чином, автомобільний транспорт продовжує відігравати важливу роль у забезпеченні внутрішньої мобільності населення, навіть в умовах економічних викликів.

Безпекова ситуація є ключовим фактором, що визначає розвиток автомобільного туризму в Україні. Наявність бойових дій, ракетних обстрілів, мінної небезпеки та інших ризиків істотно звужує можливості для здійснення подорожей. Особливу загрозу становлять заміновані території, які можуть розташовуватися навіть у регіонах, що знаходяться на значній відстані від лінії фронту. Це зумовлює необхідність постійного інформування туристів про безпечні маршрути та обмеження доступу до зон із потенційною небезпекою.

Додатково негативний вплив мають обмеження, викликані запровадженням комендантської години, наявністю блокпостів і проведенням перевірки документів. Усі ці фактори ускладнюють мобільність туристів і створюють труднощі у плануванні маршрутів [15].

Розвиток автомобільного туризму в Україні в умовах війни ускладнюється низкою інституційних проблем. Серед них – недостатній рівень координації між органами державної влади та місцевого

самоврядування, обмежене фінансування туристичної галузі, а також відсутність цілісної стратегії розвитку автомобільного туризму в кризових умовах.

Державна підтримка туризму переважно спрямована на збереження існуючої інфраструктури та підтримку бізнесу, що постраждав від війни. Водночас питання розвитку нових туристичних продуктів, зокрема у сфері автомобільного туризму, залишається недостатньо опрацьованим.

Війна спричинила значні соціальні трансформації, які істотно вплинули на поведінку українців у сфері туризму, особливо в сегменті автомобільних подорожей. Постійна небезпека, економічна нестабільність та психологічний тиск змусили переосмислити цілі, форми та основні пріоритети внутрішніх і зовнішніх поїздок.

Передусім змінилася мотивація туристичних переміщень. Якщо до війни акцент робився на рекреації, пізнавальних цілях та розвагах, то тепер найбільш актуальними стали потреби у відновленні психологічного балансу, зниженні стресу та підтримці емоційної стабільності. У цьому контексті автомобільні подорожі набули терапевтичного значення, стаючи способом тимчасово відсторонитися від напруженої реальності [14].

Істотну роль у плануванні поїздок тепер відіграє фактор безпеки. Туристи частіше обирають маршрути в регіонах із відносною стабільністю, уникаючи небезпечних зон. Важливим стало забезпечення можливості оперативного повернення додому у разі непередбачених обставин. Це сприяло популяризації короткотривалих поїздок, таких як «тури вихідного дня», що є більш доступними з фінансової та часової точок зору.

Окрім того, помітно зріс рівень автономності туристів. Автомобільні маршрути зменшують необхідність контакту з великою кількістю людей, що забезпечує більшу психологічну комфортність і почуття безпеки. Замість організованих групових турів дедалі більше мандрівників обирають індивідуальне планування подорожей, використовуючи цифрові навігаційні послуги та мобільні застосунки для зручної організації своєї подорожі.

Не менш значущим є вплив соціальних мереж на формування туристичних уподобань. Поширення інформації про безпечні та привабливі маршрути стимулює попит на окремі локації, формуючи нові туристичні тренди. Це сприяє більш рівномірному розподілу туристичних потоків, зменшенню перевантаження популярних напрямків.

Тому, я пропоную розробити програму автомобільного туру «Шляхами свободи: автотур Україною» на майбутнє, який дозволяє за короткий час побачити найяскравіші куточки країни. Подорож розпочинається у Дніпро і проходить через історичні міста, культурні центри та природні перлини, включаючи столицю – Київ, атмосферний Львів, мальовничі Карпати та узбережжя Чорного моря в Одеса (див. табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Програма автотуру «Шляхами свободи: автотур Україною майбутнього»

День	Маршрут	Відстань	Що подивитись?	Ночівля
1	Дніпро – Київ	480 км	Центр, Андріївський узвіз	Київ
2	Київ	–	Софійський собор, Києво-Печерська лавра	Київ
3	Київ – Житомир – Рівне	330 км	Музей космонавтики ім. С. П. Корольова	Рівне
4	Рівне – Львів	210 км	Тунель кохання	Львів
5	Львів	–	Площа Ринок, Львівська опера	Львів
6	Львів – Яремче	190 км	Карпати, Водоспад Пробій	Яремче
7	Яремче – Буковель	–	Гори, природа	Яремче
8	Яремче – Чернівці	160 км	Чернівецький університет (історична пам'ятка)	Чернівці
9	Чернівці – Кам'янець-Подільський	90 км	Кам'янець-Подільська фортеця	Кам'янець
10	Кам'янець-Подільський – Вінниця	230 км	Фонтан «Roshen»	Вінниця
11	Вінниця – Одеса	430 км	Дерибасівська вулиця, море	Одеса
12	Одеса – Дніпро	500 км	–	–

Маршрут поєднує активний відпочинок, екскурсії та релакс, що робить його універсальним як для друзів, так і для сімейної подорожі. Завдяки оптимально розрахованим переїздам і логічній послідовності локацій, автотур є комфортним і насиченим водночас.

Запропонований автотур представляє собою ретельно спланований і продуманий маршрут, який гармонійно охоплює ключові туристичні регіони України. Він створений з урахуванням потреб мандрівників, які прагнуть познайомитися з багатогранною культурною спадщиною країни, насолодитися мальовничими природними пейзажами та відчутти динаміку сучасних міст. Маршрут проходить через такі знакові місця, як Дніпро, Київ, Львів, Карпатський регіон та Одеса, що дозволяє отримати цілісне уявлення про різноманіття українських регіонів та їхню унікальність.

Особливістю цього автотуру є раціонально складений графік переїздів, який оптимально поєднує періоди активного відпочинку, екскурсійні програми та час для релаксації. Завдяки збалансованості маршруту та його помірній тривалості, подорож стає комфортною навіть для мандрівників без великого досвіду тривалих поїздок. Цей тур можна вважати універсальним варіантом для тих, хто прагне не лише розширити свої горизонти знань про Україну, але й зарядитися позитивними емоціями від яскравих вражень. Таким чином, запропонований маршрут відмінно підходить як для пізнавальних, так і для рекреаційних подорожей територією України [37].

Однак серйозними стримувальними чинниками залишаються воєнні загрози, руйнування транспортної інфраструктури та економічні труднощі. Особливу увагу слід звернути на безпекову ситуацію, яка безпосередньо впливає на просторову організацію та інтенсивність туристичних потоків.

В умовах воєнного часу автомобільний туризм в Україні поступово набуває нових функціональних особливостей. Якщо раніше основною метою автомобільних подорожей були відпочинок, рекреація та культурне пізнання, то сьогодні важливу роль відіграє фактор мобільності та оперативності пересування. Саме автомобільний транспорт став одним із найбільш

доступних способів переміщення населення в умовах обмежень залізничного та авіаційного сполучення.

Суттєвий вплив на розвиток автомобільного туризму здійснює трансформація туристичних маршрутів. Через небезпеку окремих територій туристичні потоки переорієнтовуються переважно на західні та центральні області України, які характеризуються відносно стабільною безпековою ситуацією. Це сприяє зростанню популярності локального та внутрішнього туризму, а також формуванню нових регіональних туристичних центрів [33].

Водночас важливою тенденцією стало підвищення попиту на короткострокові автомобільні подорожі формату «weekend-tour». Туристи дедалі частіше обирають нетривалі поїздки до природних, історико-культурних та рекреаційних об'єктів, що знаходяться в межах відносно безпечних регіонів. Такий формат подорожей дозволяє мінімізувати витрати, знизити ризики та забезпечити психологічне відновлення населення в умовах постійного стресу.

Крім того, війна суттєво вплинула на стан придорожньої інфраструктури. Частина автомобільних шляхів та сервісних об'єктів зазнала пошкоджень, що негативно позначилося на комфорті та безпеці подорожей. Водночас у багатьох регіонах спостерігається активізація процесів відновлення дорожньої мережі та модернізації окремих елементів туристичної інфраструктури. Це створює передумови для подальшого розвитку внутрішнього автомобільного туризму у повоєнний період [46].

Особливої актуальності в сучасних умовах набуває цифровізація туристичних послуг. Автомобільні туристи активно використовують навігаційні додатки, онлайн-карти, сервіси бронювання та інформаційні платформи для отримання актуальної інформації щодо стану доріг, безпекової ситуації та доступності туристичних об'єктів. Використання цифрових технологій дозволяє підвищити рівень безпеки подорожей та оптимізувати маршрути пересування.

Стан сучасного автотуризму в Україні можна охарактеризувати як

незадовільний, що є наслідком недостатнього розвитку інфраструктури, невідповідності рівня обслуговування міжнародним стандартам, наявності екологічних та соціальних проблем, а також фактичної відсутності розвиненої індустрії розваг [39]. Готельно-ресторанний бізнес, тісно пов'язаний із туристичною галуззю, перебуває у складному стані, що є значною проблемою, адже якість послуг у сфері проживання та харчування відіграє важливу роль у виборі туристичного напрямку. Крім того, для задоволення культурних і рекреаційних потреб як вітчизняних, так і іноземних туристів необхідне підвищення рівня толерантності та гостинності до відвідувачів нашої країни. Ускладнена політична ситуація останніх років суттєво загальмувала розвиток туризму. Зокрема, після анексії Криму Україна втратила близько 30% туристично-рекреаційного потенціалу через популярність цього регіону як місця морського відпочинку. Це змушує багатьох туристів звертатися до іноземних курортів або навіть повністю відмовлятися від відпочинку [29].

Попри труднощі, Україна володіє значними конкурентними перевагами в галузі туризму. Серед ключових сильних сторін варто виділити вигідне географічне положення країни, що створює зручні умови для подорожей. Крім того, територіальна диференціація дозволяє одночасно розвивати різноманітні види туризму, зокрема промисловий у великих містах із розвиненою інфраструктурою, оздоровчий поблизу джерел мінеральних вод тощо.

Незважаючи на значний потенціал у розвитку міжнародного туризму, держава недостатньо використовує можливості цієї галузі. Для успішної конкуренції на міжнародній туристичній арені необхідно приділити більше уваги розвитку культурної спадщини, рекреаційної галузі та індустрії розваг. Такий підхід не лише позитивно вплине на привабливість країни для іноземних туристів, а й сприятиме залученню іноземних інвестицій, що матиме суттєве значення для економічного та інституційного розвитку держави [12]. Зростання інвестиційної привабливості стимулюватиме

будівництво нових промислових об'єктів і відкриття підприємств, що спричинить створення нових робочих місць. Як наслідок, це позитивно позначиться на збільшенні ВВП, підвищенні рівня життя населення, зростанні середньої заробітної плати природним шляхом та зменшенні рівня безробіття. Таким чином, розвиток міжнародного туризму має численні позитивні наслідки для економіки й суспільства України.

3.2. Стратегічні напрями відновлення та розвитку автомобільного туризму у повоєнний період

Відновлення автомобільного туризму у поствоєнний період виступає одним із провідних напрямів економічної та соціальної трансформації держави. У сучасних реаліях цей вид туризму набуває особливої значущості з огляду на його високий рівень адаптивності, відносну доступність і здатність оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища. Світовий досвід демонструє, що автомобільний туризм у періоди подолання кризових наслідків є одним із перших сегментів туристичного ринку, який швидко відновлюється та заохочує розвиток пов'язаних галузей економіки. Для України це становить основу для розробки ефективної стратегії реструктуризації туристичної сфери, орієнтованої на впровадження інноваційних підходів та адаптацію до сучасних викликів.

Одним із ключових стратегічних напрямів розвитку є відновлення транспортної інфраструктури, яка зазнала суттєвих пошкоджень під час воєнних дій. При цьому акцент робиться не лише на фізичному відновленні дорожньої мережі, але й на її якісній модернізації відповідно до сучасних стандартів безпеки, екологічності та технологічної ефективності [26].

Процеси післявоєнного відновлення повинні бути спрямовані на повноцінну інтеграцію в європейську транспортну систему. Це передбачає розвиток міжнародних транспортних коридорів, покращення міжрегіональних зв'язків, а також забезпечення високого рівня комфорту й

безпеки на автошляхах. Особливе значення має створення багатофункціональних придорожніх комплексів, які поєднують простори для відпочинку, заклади харчування, зони для технічного обслуговування.

Важливою складовою також стає впровадження інтелектуальних транспортних систем (див. табл. 3.3). Їх застосування спрямовано на оптимізацію транспортних потоків, підвищення рівня безпеки дорожнього руху і забезпечення доступу до актуальної інформації для користувачів у режимі реального часу. Це сприяє більш ефективному управлінню транспортною інфраструктурою.

Таблиця 3.3 – Напрями відновлення транспортної інфраструктури

Стратегічний напрям	Основні заходи	Очікуваний результат
Фізичне відновлення інфраструктури	Ремонт і реконструкція автомобільних доріг; відбудова мостів; відновлення транспортних розв'язок	Відновлення транспортної доступності регіонів; забезпечення безперервного руху
Модернізація транспортної системи	Впровадження інтелектуальних транспортних систем (ITS); цифровізація управління рухом; розвиток навігаційних сервісів	Підвищення безпеки та ефективності дорожнього руху
Інтеграція у європейську транспортну мережу	Розвиток міжнародних транспортних коридорів; адаптація до стандартів ЄС; модернізація прикордонної інфраструктури	Поглиблення міжнародного співробітництва; зростання транзитного потенціалу
Розвиток придорожньої інфраструктури	Створення зон відпочинку; розвиток кемпінгів і мотелів; розширення мережі СТО та АЗС	Підвищення комфорту автомобільних туристів; збільшення тривалості подорожей
Екологізація транспортної інфраструктури	Розвиток мережі зарядних станцій; стимулювання використання електромобілів; впровадження екологічних стандартів	Зменшення негативного впливу на довкілля; розвиток сталого туризму

Реалізація цих напрямів дозволить створити сучасну транспортну інфраструктуру, яка стане фундаментом для активного розвитку автомобільного туризму, підвищення туристичної привабливості регіонів і сприятиме інтеграції України у світовий туристичний простір.

Ключовим стратегічним напрямком розвитку є створення цілісної державної політики, яка сприятиме системному відновленню та зміцненню автомобільного туризму. У післявоєнний період держава повинна взяти на себе не лише регулюючу функцію, але й активно долучатися до процесів відбудови цієї галузі [33].

Основним завданням стає розробка довгострокової стратегії розвитку автотуризму, що враховуватиме регіональну специфіку, наявний туристичний потенціал і сучасні глобальні тенденції. Така стратегія повинна органічно поєднуватися з політикою в галузі транспорту, регіонального розвитку і цифрових технологій.

Особлива увага має бути приділена вдосконаленню нормативно-правової бази. Це передбачає впровадження чітких правил роботи ринку автотуризму, включаючи стандарти для кемпінгів, автокемпінгів, мотелів і інших об'єктів туристичної інфраструктури (див. рис. 3.2). Важливим аспектом також є спрощення процедур відкриття бізнесу та зменшення адміністративних бар'єрів для підприємців [45].

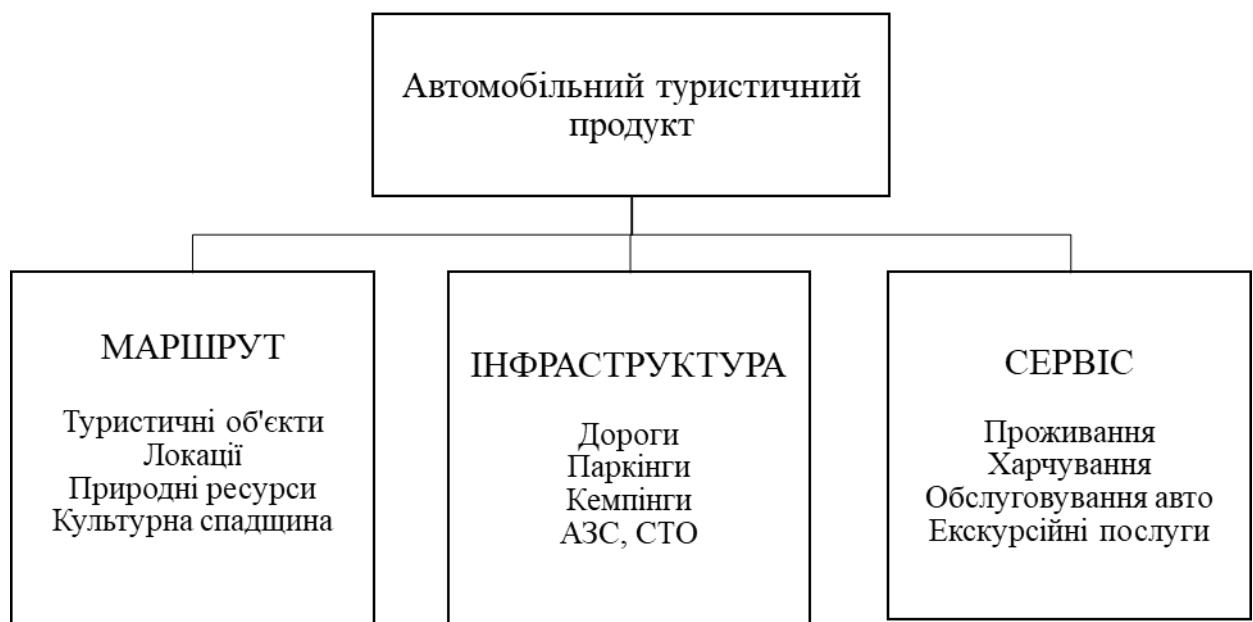


Рис. 3.2 – Структура автомобільного туристичного продукту

Додатковий поштовх до розвитку галузі можуть забезпечити фінансові стимули, такі як податкові преференції, грантові програми та інструменти державно-приватного партнерства.

У післявоєнний період особливо важливою стає розробка нових туристичних продуктів, орієнтованих на автомобільних мандрівників. Це передбачає створення комплексних маршрутів, які гармонійно поєднують природні, культурні, історичні та рекреаційні ресурси. Наприклад, у Дніпропетровській області можна розробити маршрут «Степові стежки козацької слави», що включає відвідування заповідників, фортець та етнографічних музеїв.

Проектування таких маршрутів має базуватися на засадах тематичності та унікальності. Зокрема, йдеться про гастрономічні тури з дегустаціями локальних страв на кшталт вареників з вишнями чи бограчу, історико-культурні маршрути крізь старовинні міста, екологічні подорожі до природних парків чи маршрути пам'яті, присвячені воєнним подіям. Останні є особливо значущими для зміцнення національної ідентичності та збереження історичної спадщини, наприклад, через відвідування меморіалів та інтерактивні екскурсії з QR-кодами для аудіогідів [18].

Водночас важливо забезпечити комплексний підхід до створення туристичного продукту. Він повинен охоплювати не лише самі маршрути, але й відповідну інфраструктуру (автостоянки, зарядки для електрокарів, кемпінги), якісне інформаційне супроводження (мобільні додатки з GPS-навігацією та офлайн-картами), ефективне маркетингове просування (через соцмережі та партнерства з блогерами) та високий рівень обслуговування для туристів. Такий підхід не тільки привабить мандрівників, але й сприятиме сталому розвитку регіону. Крім того, це підвищить його конкурентоспроможність на туристичному ринку.

Таким чином, розвиток маршрутів повинен бути спрямований на створення конкурентоспроможного та привабливого туристичного середовища.

Автомобільний туризм відіграє значну роль як стимул для розвитку малого та середнього бізнесу, особливо у регіонах, що потребують економічного піднесення. У повоєнний період вкрай важливо створити сприятливі умови для активізації підприємницької діяльності, орієнтованої на обслуговування туристів, адже це не лише підтримує локальну економіку, але й сприяє соціальному відродженню територій [14].

У цьому контексті слід зосередитись на всебічному розвитку ключових напрямків такого бізнесу: включаючи вдосконалення готельної інфраструктури, підвищення якості послуг у сфері ресторанного господарства, забезпечення сучасного технічного обслуговування транспортних засобів, запуск сервісів прокату автомобілів, організацію унікальних туристичних екскурсій та впровадження нових супутніх послуг, які зроблять подорож більш комфортною та цікавою. Варта уваги і підтримка локальних ініціатив, що ґрунтуються на використанні природних ресурсів регіону, місцевих продуктів, а також багатой культурної та історичної спадщини, яка здатна привабити туристів з різних куточків світу.

Для забезпечення успіху в цій сфері необхідна системна підтримка підприємництва через розробку дієвих фінансових та організаційних механізмів. До них варто включити проведення спеціалізованих освітніх заходів, професійні консультації для бізнесменів-початківців та розширення доступу до вигідного і прозорого фінансування. Окремий акцент варто зробити на заохоченні створення стартапів у галузі туризму, які пропонують інноваційні рішення та технологічні продукти. Такі ініціативи здатні не лише привнести новий рівень послуг у цей сектор, але й утворити додаткові можливості для працевлаштування та збільшення доходів місцевих громад [38].

Розвиток туристичної галузі важко уявити без інтенсивного залучення цифрових технологій, які відіграють ключову роль у впровадженні інноваційних підходів до організації подорожей. Особливо в поствоєнний період цифровізація має стати потужним каталізатором для відновлення

автомобільного туризму, сприяючи інтеграції сучасних рішень і підвищенню ефективності всієї туристичної індустрії [33].

Окремої уваги вартує зміна туристичної поведінки українців, що сформувалася під впливом воєнних подій. Якщо раніше основним критерієм для вибору місця відпочинку була доступність інфраструктури та сервісу, то нині ключову роль відіграє безпека. Туристи уникають регіонів, які мають підвищений рівень небезпеки, навіть якщо ці місця раніше були привабливими туристичними центрами (наприклад, Одеса, Харків, Миколаїв). Натомість відносно безпечні області, зокрема Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Закарпатська та Чернівецька, почали активно розвивати локальні туристичні маршрути, створювати нові культурні простори, адаптувати старі архітектурні пам'ятки до потреб сучасного мандрівника.

Одним з важливих аспектів такого відновлення є розробка та впровадження інтегрованих цифрових платформ, які дозволяють здійснювати детальне планування подорожей, ефективно бронювати необхідні послуги, забезпечувати зручну навігацію та оперативний доступ до актуальної інформації про туристичні локації. Завдяки використанню мобільних додатків туристи можуть істотно покращити власний досвід подорожей, забезпечуючи собі комфорт у взаємодії з сервісами, а також отримувати важливу інформацію про місця призначення в режимі реального часу [37].

Одним із перспективних напрямків розвитку є активне впровадження інноваційних технологій персоналізації, що дозволяють адаптувати туристичні маршрути відповідно до індивідуальних потреб, уподобань і запитів мандрівників. Ці рішення сприяють створенню максимально індивідуалізованого досвіду, збільшуючи привабливість пропонування послуг. Крім того, особливу увагу слід приділити аналізу великих даних, які стають незамінними для вивчення динаміки туристичних потоків, оцінки популярності напрямків та оптимізації інфраструктури з метою забезпечення її відповідності сучасним вимогам та стандартам якості.

У післявоєнний період питання безпеки набуває ключового значення для розвитку туристичної індустрії, стаючи одним із найважливіших факторів, що впливають на вибір мандрівниками майбутніх напрямів подорожей. Зокрема, для автомобільного туризму це передбачає створення умов, які гарантують комфортне й безпечне пересування, доступ до актуальної інформації про потенційні ризики, а також функціонування дієвих систем та механізмів реагування на можливі надзвичайні ситуації [26].

Одним із пріоритетів забезпечення належного рівня безпеки є проведення комплексного розмінування територій, які раніше могли бути небезпечними для туристів. Паралельно необхідно активно працювати над відновленням дорожньої інфраструктури, що включає ремонт і модернізацію автошляхів, встановлення сучасних засобів навігації та сигналізації. Також варто звернути увагу на організацію ефективної системи інформування подорожуючих щодо правил пересування, особливостей регіону та потенційних загроз. Усе це має бути доповнено розвитком високоякісного сервісу та створенням атмосфери довіри до обраних туристичних напрямків.

Формування позитивного іміджу країни як безпечної та привабливої напрямку для мандрівників виступає як базове завдання державної туристичної політики. Для досягнення цієї мети необхідно реалізовувати широкомасштабні маркетингові кампанії, брати участь у міжнародних спеціалізованих заходах, таких як туристичні виставки та форуми, а також активно просувати національний туристичний продукт як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Завдяки таким заходам країна матиме змогу зміцнити її репутацію серед міжнародної аудиторії та привабити значну кількість туристів [44].

Крім того, війна підштовхнула розвиток так званого «волонтерського туризму» – явища, коли громадяни відвідують регіони з метою допомоги, відбудови, підтримки місцевого населення або ЗСУ. Це формує нову філософію подорожей, що базується не лише на дозвіллі, а й на суспільно важливій місії. Такий тип внутрішнього туризму, хоча й неформальний, має

значний потенціал з точки зору соціального впливу, формування відповідального громадянства, а також емоційного зцілення після травматичного досвіду війни.

Слід підкреслити, що суттєвою перевагою України є її природне та культурне розмаїття, здатне задовольнити найвимогливіші смаки. Багато внутрішніх напрямів дотепер залишаються маловідомими навіть для українців – це стосується, зокрема, старовинних містечок, карстових печер, природних парків та етнографічних музеїв. З урахуванням потреб післявоєнного відновлення, саме ці «приховані перлини» можуть стати основою нового етапу розвитку внутрішнього туризму – через створення брендів малих територій, регіональних туристичних кластерів, а також включення туризму в систему регіонального розвитку [18].

Також перспективним напрямом вважається «змішаний туризм» – поєднання відпочинку з роботою (workation). Зростання популярності віддаленої праці дозволяє людям поєднувати трудову діяльність із подорожами, що особливо актуально для молодого покоління. В українських Карпатах, наприклад, вже з'являються гостьові будинки, які позиціонують себе як простори для «цифрових кочівників» (digital nomads), пропонуючи не лише проживання, а й стабільний інтернет, коворкінг, культурні програми.

Таким чином, внутрішній туризм в умовах післявоєнного відновлення виступає не лише як економічний інструмент, а як соціально-психологічна стратегія стабілізації. Його розвиток сприяє формуванню позитивного іміджу країни, підвищенню громадянської активності, збереженню національної ідентичності, зміцненню громади та збільшенню доходів місцевих бюджетів. У поєднанні з ефективною державною політикою, ці процеси здатні зробити внутрішній туризм потужною рушійною силою відбудови України.

ВИСНОВКИ

У рамках кваліфікаційної роботи успішно досягнуто головної мети дослідження – проведено аналіз світового досвіду розвитку автомобільного туризму та запропоновано можливості його адаптації до сучасних умов туристичної галузі України. Результати дослідження дали змогу сформувати цілісне уявлення про сутність, закономірності та перспективи цього виду туризму як у глобальному, так і в національному контекстах.

Перший розділ присвячений систематизації теоретичних підходів до розуміння автомобільного туризму як багатогранного соціально-економічного явища. У роботі доведено, що автомобільний туризм є не лише способом пересування, а й комплексним туристичним продуктом, котрий інтегрує транспортну, рекреаційну, сервісну та культурно-пізнавальну складові. Визначено, що основними характеристиками цього виду туризму є мобільність, автономність, варіативність маршрутів і можливість персоналізації туристичного досвіду. Запропонована класифікація допомогла структурувати різновиди автомобільного туризму та виділити їх функціональні особливості.

Особливий акцент зроблено на аналізі факторів, які впливають на розвиток автомобільного туризму. Було встановлено, що цей процес визначається взаємодією низки чинників: економічних, інфраструктурних, технологічних, соціально-культурних, природно-географічних і регуляторних. Виявлено, що ключовими аспектами розвитку галузі є рівень транспортної інфраструктури, доступність автомобілів для широких верств населення і впровадження цифрових технологій у сферу туристичних послуг. Підкреслено, що сучасні тенденції у розвитку автомобільного туризму значною мірою обумовлені поширенням цифрових платформ, екологізацією транспорту та трансформацією поведінкових моделей споживачів.

Другий розділ зосереджений на глибокому аналізі міжнародного досвіду розвитку автомобільного туризму. З'ясовано, що в провідних країнах

світу діють ефективні моделі функціонування цієї сфери, які базуються на розвиненій дорожній інфраструктурі, стандартизації сервісу, активному використанні інновацій та чіткій ролі держави у регулюванні галузі. Зокрема, спостерігається, що в країнах Північної Америки переважає модель масового автомобільного туризму з акцентом на довгі подорожі й популяризацію культури road-trip. У свою чергу, європейські країни орієнтуються на високий рівень якості інфраструктури, екологічні аспекти та інтеграцію автомобільного транспорту в єдину транспортну систему.

Встановлено, що ключовими елементами успішного розвитку автомобільного туризму є:

- розвинена мережа автомобільних доріг високої якості;
- наявність багатофункціональної придорожньої інфраструктури (АЗС, мотелі, кемпінги, сервісні зони);
- ефективні механізми державної підтримки та регулювання;
- інтеграція цифрових технологій у процес планування та реалізації подорожей;
- орієнтація на безпеку та комфорт туристів.

Окремо підкреслено, що автомобільний туризм виконує важливу соціально-економічну функцію, сприяючи розвитку регіонів, особливо периферійних і сільських територій, за рахунок залучення туристичних потоків і стимулювання малого та середнього бізнесу.

У третьому розділі проаналізовано сучасний стан автомобільного туризму в Україні. Встановлено, що галузь має значний потенціал розвитку, проте її функціонування суттєво ускладнюється наслідками воєнних дій. Основними проблемами є руйнування транспортної інфраструктури, зниження туристичної активності, обмеженість фінансових ресурсів, а також високий рівень ризиків для безпеки туристів.

Разом з тим, дослідження показало, що саме автомобільний туризм може стати одним із ключових напрямів відновлення туристичної галузі у повоєнний період. Це пояснюється його відносною автономністю, гнучкістю

та можливістю швидкої адаптації до нових умов.

На основі проведеного аналізу обґрунтовано стратегічні напрями розвитку автомобільного туризму в Україні, серед яких:

- відновлення та модернізація автомобільних доріг із урахуванням міжнародних стандартів;
- розвиток сучасної придорожньої інфраструктури та сервісу;
- створення національних і міжнародних туристичних маршрутів;
- впровадження цифрових платформ для планування подорожей;
- підвищення рівня безпеки туристичних подорожей;
- популяризація внутрішнього автомобільного туризму.

Адаптація світового досвіду повинна враховувати національні особливості, економічні реалії та актуальні виклики сучасності. Особливу роль у цьому процесі відіграє комплексний підхід до розвитку галузі, що передбачає координацію зусиль держави, бізнесу та місцевих спільнот.

Практична цінність отриманих висновків полягає у їхньому потенціалі для підготовки державної політики в сфері туризму, розробки регіональних програм з розвитку, а також створення конкурентоспроможних туристичних продуктів. Рекомендації можуть бути використані при плануванні інфраструктурних проєктів, розвитку придорожнього сервісу та організації нових туристичних маршрутів.

Таким чином, проведене дослідження підтверджує, що автомобільний туризм є перспективним і стратегічно важливим напрямом розвитку туристичної галузі України. Його ефективне впровадження та розвиток сприятимуть економічному зростанню, підвищенню туристичної привабливості країни, розвитку регіонів та інтеграції України у світовий туристичний простір. У повоєнний період автомобільний туризм може стати одним із драйверів відновлення економіки та формування нової моделі сталого розвитку туристичної індустрії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 7 of the best road trips in the USA. Hostelworld Travel Blog. URL: <https://www.hostelworld.com/blog/ru/7-найкращих-автомобільних-турів-в-с> (date of access: 20.10.2025).
2. 95% доріг України розбиті й 85% вагонів зношені. Ось чому Україна ще не стала торговим супергероем Європи. Главная – BusinessViews. URL: <https://businessviews.com.ua/ru/economy/id/95-dorig-ukrajini-rozbiti-j-85-vagoniv-znosheni-os-chomu-ukrajina-sche-ne-stala-torgovim-supergerojem-jevropi-2102/> (дата звернення: 05.05.2026).
3. Buhas V., Kovalchuk E. Інтеграція України у світовий ринок туристичних послуг. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2024. Т. 2, № 14. С. 76–85. URL: <https://doi.org/10.32750/2024-0208> (дата звернення: 18.04.2026).
4. C-ITS Deployment Group. C-ITS Deployment Group. URL: <https://c-its-deployment-group.eu> (date of access: 05.05.2026).
5. Market K. Y. Аналіз ринку туроператорів України | Блог YC.Market. Блог YC.Market | Дослідження ринку та конкурентний аналіз. URL: <https://blog.youcontrol.market/analiz-rinku-turoperatoriv-ukrayini/> (дата звернення: 05.05.2026).
6. UNWTO Tourism Definitions. Définitions du tourisme de l'OMT. Definiciones de turismo de la OMT. UN Tourism. UN Tourism. Bringing the world closer. URL: <https://www.unwto.org/global/publication/UNWTO-Tourism-definitions> (дата звернення: 13.03.2026).
7. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2023. UNWTO World Tourism Barometer. 2023. Vol. 21, no. 1. P. 1-40. URL: <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.2023.21.1.1> (дата звернення: 18.04.2026).
8. Автомобілі в туризмі – бібліотека buklib.net. Головна – Бібліотека BukLib.net. URL: <https://buklib.net/books/28048/> (дата звернення:

17.03.2026).

9. АВТОМОБІЛЬНИЙ ТУРИЗМ | Geo-Hub. Geo-Hub: науково-освітній веб-портал | Geo-Hub науково-освітній веб-портал. URL: <https://geohub.org.ua/node/463> (дата звернення: 12.03.2026).

10. Автомобільний туризм. Записки про подорожі та туризм. URL: https://ozi.pp.ua/avtomobilnij-turizm_14073 (дата звернення: 16.03.2026).

11. Автотуризм – що це? Переваги та недоліки мандрівок на автомобілі. Все о туризме: туристична бібліотека. URL: <https://tourlib.net/statti17/avtoturizm.htm> (дата звернення: 15.03.2026).

12. Автотуризм. види. менеджмент організації автобусних турів. StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/9014342/page:22/> (дата звернення: 11.03.2026).

13. Американський автопром та його історія : авто для оренди | NarsCars. Аренда авто Киев: прокат машин – NarsCars. URL: <https://narscars.com.ua/ua/blog/avtomir/amerikanskij-avtoprom-i-ego-istoriya> (дата звернення: 20.04.2026).

14. Відродження туризму після війни : про що каже міжнародний досвід та які можливості є для України? URL: https://visitukraine.today/uk/blog/3658/reviving-tourism-after-the-war-what-does-international-experience-tell-us-and-what-opportunities-are-there-for-ukraine?srsId=AfmBOorcUHLsRkMo0PiMUBgDykaUTi-epjqP_-UE56N_EMKELDXaRcy (дата звернення: 18.04.2026).

15. Волонтерський туризм: проблеми, пошуки, перспективи. Все про туризм : туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/myronec.htm (дата звернення: 14.04.2026).

16. Гуцал Л., Столяр В., Шоробура І. Економіка та суспільство : посібник. 79-те вид. 2025. 7 с. (дата звернення: 16.03.2026).

17. Екологічний туризм. Все о туризмі : туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/books_green/dmytruk1.htm (дата звернення: 05.05.2026).

18. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах

воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. № 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> (дата звернення: 15.05.2026).

19. Кемпінг в Україні : найпопулярніші кемпінги в Карпатах і не тільки | Блог Robinzon. РОБІНЗОН – Товари для туризму і спорту в інтернет магазині Robinzon.ua. URL: https://robinzon.ua/blog/kempinh-v-ukrayini?srsltid=AfmBOorvjpZPa9-2Lv0cXHA5s7N1HGz4AkCIj_sMpisK6LxyifcPaBxR (дата звернення: 05.05.2026).

20. Класифікація транспортних подорожей і транспортних засобів. StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/7269230/page:17/> (дата звернення: 05.05.2026).

21. Класифікація туризму. Все о туризмі: туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo34.htm (дата звернення: 015.04.2026).

22. Лебідь М. Розвиток автомобільного туризму в Уукраїні. The HAL Browser (customized for DSpace). URL: <https://api.dspace.wunu.edu.ua/api/core/bitstreams/05aed896-bb6f-4716-b6b7-296ec662e857/content> (дата звернення: 14.03.2026).

23. Особливості туристичних перевезень автомобільним транспортом в умовах сьогодення. 23-Туризм (IMB).pdf. URL: [https://nau.edu.ua/site/variables/news/2018/5/Тези%202018/23-Туризм%20\(IMB\).pdf](https://nau.edu.ua/site/variables/news/2018/5/Тези%202018/23-Туризм%20(IMB).pdf) (дата звернення: 21.03.2026).

24. Особливості туристичних перевезень автомобільним транспортом в умовах сьогодення. Національний університет «Київський авіаційний інститут». URL: [https://nau.edu.ua/site/variables/news/2018/5/Тези%202018/23-Туризм%20\(IMB\).pdf](https://nau.edu.ua/site/variables/news/2018/5/Тези%202018/23-Туризм%20(IMB).pdf) (дата звернення: 05.05.2026).

25. Пельц І. мікроавтобус замість квартири, пів року та 10 країн. як подорожувати навколо світу в домі на колесах – О, море.city. О, Море.City. URL: [https://omore.city/articles/178720/mikroavtobus-zamist-kvartiri-piv-roku-ta-](https://omore.city/articles/178720/mikroavtobus-zamist-kvartiri-piv-roku-ta)

10-krain-yak-podorozhuvati-navkolo-svitu-v-domi-na-kolesah (дата звернення: 20.04.2026).

26. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Все про туризм: туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/moca.htm (дата звернення: 18.04.2026).

27. США. Дистанційна підтримка освіти школярів - Головна. URL: <https://disted.edu.vn.ua/courses/learn/13173> (дата звернення: 05.05.2026).

28. Транспортная система Азії. StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/14406542/page:22/> (дата звернення: 05.05.2026).

29. Транспортні перевезення в галузі туристичного обслуговування. Все о туризмі: туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/demydchuk2.htm (дата звернення: 05.05.2026).

30. Учасники проєктів Вікімедіа. Автомобільний туризм – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Автомобільний_туризм (дата звернення: 26.04.2026).

31. Учасники проєктів Вікімедіа. Список країн за загальною довжиною автошляхів – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Список_країн_за_загальною_довжиною_автошляхів (дата звернення: 05.05.2026).

32. Учасники проєктів Вікімедіа. Транс'європейські транспортні мережі – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Транс'європейські_транспортні_мережі (дата звернення: 05.05.2026).

33. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Все про туризм : туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/roik3.htm (дата звернення: 18.04.2026).

34. Як міленіали перетворили свої VanLife подорожі на культ. VanLife UA. URL: <https://vanlife.fans/tsikavo-znaty/iak-milenialy-peretvoryly-svoi-vanlife-podorozhi-na-kult/> (дата звернення: 05.05.2026).

35. Дороги України: рейтинг стану доріг за найпопулярнішими

маршрутами BlaBlaCar – BlaBlaCar. BlaBlaCar. URL: <https://blog.blablacar.com.ua/stan-dorih-ukrainy/> (дата звернення: 09.05.2026).

36. Автомобільний туризм. Записки про подорожі та туризм. URL: https://ozi.pp.ua/avtomobilnij-turizm_14073/#google_vignette (дата звернення: 09.05.2026).

37. Головна – Агентство відновлення. Агентство відновлення. URL: <https://restoration.gov.ua> (дата звернення: 09.05.2026).

38. Автотуризм – Візова підтримка. Візова підтримка – Виїхати за кордон легко! І ми Вам в цьому допоможемо. URL: <https://viza.vn.ua/avtoturizm.html> (дата звернення: 09.05.2026).

39. ЖИТИ та ПОДОРОЖУВАТИ!. URL: <https://travellife.com.ua/podpiska-na-blog-trevellaf> (дата звернення: 09.05.2026).

40. Вплив реклами на туристичну сферу в умовах війни. Все про туризм: туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/zarva.htm (дата звернення: 04.05.2026).

41. Комбіновані тури як новий напрям туризму. Калина Тур. URL: <https://kalyna-tour.lviv.ua/v-zapysnyk-turysta/kombinovani-tury-iak-novyi-napriam-turyzmu> (дата звернення: 28.04.2026).

42. Ресурси Американського туристичного регіону. Все о туризмі: туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/books_ukr/smal25.htm (дата звернення: 22.04.2026).

43. Сполучені Штати Америки – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Сполучені_Штати_Америки#Туризм (дата звернення: 22.04.2026).

44. Туризм в умовах повномасштабної війни: куди їхати, який напрям обирати та як планувати свої подорожі – Forbes.ua. Forbes.ua. Бізнес, мільярдери, новини, фінанси, інвестиції, компанії. URL: <https://forbes.ua/lifestyle/turizm-v-umovakh-povnomasshtabnoi-viyni-kudi-ikhati-yakiy-napryam-obirati-ta-yak-planuvati-svoi-podorozhi-20102023-16759> (дата звернення: 18.05.2026).

45. Мережа автомобільних доріг України. Транспортна компанія Cargofy.ua: Послуги перевезення автотранспортом в Україні. URL: <https://cargofy.ua/uk/blog/merezha-avtomobilnih-dorig-ukrayini> (дата звернення: 09.05.2026).

46. Україна – автомобільні дороги. ПДР і обмеження швидкості. autotravels.com.ua. auto travels – подорожі на автомобілі, вартість бензину, платні дороги. URL: <https://autotravels.com.ua/country/ukraine> (дата звернення: 09.05.2026).

47. Швець Є. Р., Бараннік С. М. Вплив covid-19 на туризм в Україні та світі. *Тиждень науки – 2022* : матеріали щорічної наук.-практ. конф. викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів, 22 листопада 2022 р. Запоріжжя, 2025. С. 431–432.

48. Швець Є. Р., Корнієнко О. М. Сучасні тенденції розвитку туризму в Україні. *Тиждень науки – 2025* : матеріали щорічної наук.-практ. конф. викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів, 14–18 квітня 2025 р. Запоріжжя, 2025. С. 544–545.

49. Зацепіна Н. О., Швець Є. Р. Особливості організації пізнавального туризму в США. *Тиждень науки – 2024* : матеріали щорічної наук.-практ. конф. викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів НУ «Запорізька політехніка», 15-19 квітня 2024 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. С. 285–287.

50. Зацепіна Н. О., Швець Є. Р. Світовий досвід розвитку автомобільного туризму. *Тиждень науки – 2026* : матеріали щорічної наук.-практ. конф. викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів, 14–18 квітня 2026 р. Запоріжжя, 2026. С.