

**Гурова Д.Д.**

кандидат географічних наук,  
доцент кафедри туристичного, готельного  
та ресторанного бізнесу  
Національний університет «Запорізька політехніка»

## УКРАЇНСЬКИЙ ТУРИЗМ ПІД ЧАС ВІЙНИ

**Анотація.** Стаття присвячена розгляду туризму в Україні під час повномасштабного вторгнення. Показано вплив, який мають військові дії на розвиток туристичної галузі країни. Проаналізовано військовий туризм та його розвиток в Україні.

**Ключові слова:** туризм, війна, безпека, військовий туризм, тури.

**Gurova D. Ukrainian tourism during the war.** The article is devoted to considering tourism in Ukraine during a full-scale invasion. The impact of military actions on the development of the country's tourism industry is shown. Military tourism and its development in Ukraine are analyzed.

**Key words:** tourism, war, security, military tourism, tours.

**Актуальність.** Туризм завжди був частиною українського бюджету. Зростання численних компонентів інфраструктури, таких як комерційні підприємства, заклади харчування та напоїв тощо, стимулюється туризмом. Він також пропонує можливості працевлаштування завдяки розвитку бізнесу, пов'язаного з туризмом.

За даними Державного агентства розвитку туризму, у 2021 році Україну відвідали понад 4 мільйони іноземців, що майже на 26% більше, ніж у 2020 році. Метою поїздок іноземців в Україну у 2021 році були відпочинок, відпочинок та рекреація. Так сказали 29,5% респондентів [1].

Україна інвестувала у розвиток туристичної інфраструктури: з'явилися нові готелі, ресторани, аеропорти, вокзали. Наприклад, міжнародний аеропорт «Бориспіль» у Києві є одним із найбільших і найсучасніших аеропортів Східної Європи.

Індустрія туризму в Україні передбачувано різко впала після вторгнення Росії. Початковий шквал журналістів і політичних делегацій, які прибули до країни після вторгнення, також згас, оскільки відвідувачі

мігрували в інші місця.

Україна зіткнулася із закритим повітряним простором, політичною нестабільністю, проблемами з оплатою та ненадійним середовищем безпеки. Незважаючи на це, український туристичний бізнес продовжує працювати, забезпечуючи Україні позитивний економічний ефект. Україна адаптується до нових реалій, відроджується з попелу та розвиває свій туристичний бренд.

**Мета дослідження** – проаналізувати стан туризму України у період повномасштабного вторгнення та висвітлення розвитку військового туризму в країні.

**Виклад основного матеріалу.** Війна зупинила багатьох туристів від подорожей. Чим далі відбувається подія від рідної країни, тим більше вона діє як стримуючий фактор, можливо, через неоднозначне висвітлення у ЗМІ або через те, що деякі туристи взагалі не знайомі з деякими частинами світу. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), європейські напрямки постраждали, оскільки багато туристів будуть триматися подалі від охопленого війною континенту [4].

Головною причиною зменшення поїздок під час війни є підвищена занепокоєність безпекою. Зони бойових дій характеризуються підвищеними ризиками, такими як насильство, нестабільність і наявність військових дій. Як наслідок, люди можуть сприймати небезпечну поїздку в райони, уражені конфліктом, або всередині них. Потенційна загроза особистій безпеці є стримуючим фактором для туризму, змушуючи людей взагалі уникати подорожей. Війни значно порушують інфраструктуру, транспортні системи та туристичні послуги. Блокпости, контрольно-пропускні пункти, пошкоджені або закриті туристичні об'єкти та обмежений доступ до основних послуг можуть перешкоджати подорожам і ускладнювати планування та здійснення подорожей. Невизначеність щодо наявності та якості зручностей, пов'язаних із подорожами під час війни, може відштовхнути європейців від участі в туристичній діяльності [3].

Що ж до українців, то ресурси і кошти, які люди зазвичай виділяють на подорожі, може знадобитися перенаправити на більш важливі потреби, такі як предмети першої необхідності, охорона здоров'я чи житло. Економічна напруга, спричинена війною, може обмежити

фінансову спроможність людей займатися дозвіллям, зокрема туризмом.

Війни мають глибокий емоційний і психологічний вплив на людей і громади. Травма та стрес від життя в умовах війни можуть зменшити бажання або здатність до дозвілля і туризму. Люди можуть надавати пріоритет своєму добробуту, психічному здоров'ю та потребі захистити себе та своїх близьких, що призводить до зниження інтересу до подорожей у такі складні часи. Негативний імідж регіонів, що постраждали від війни, може суттєво вплинути на сприйняття туристами привабливості туристичних місць. Висвітлення в засобах масової інформації часто зосереджується на конфліктах, руйнуванні та стражданнях, створюючи негативний імідж, який перешкоджає туризму. Уявлення про те, що у постраждалих від війни районах може бути брак інфраструктури, послуг і зручностей, необхідних для приємного туристичного досвіду, може ще більше сприяти зменшенню подорожей [5].

Разом з тим, цілком можливий розвиток внутрішнього туризму, оскільки українці, які залишаються у своїй країні, можуть сприймати внутрішні подорожі як безпечніші, ніж поїздки за кордон. Внутрішні подорожі дозволяють їм уникнути потенційних ризиків, пов'язаних з перетином міжнародних кордонів, перебуванням у незнайомому середовищі або відвідуванням місць, які вважаються менш безпечними під час конфлікту [6].

Воєнний стан може виховати в українців почуття національної гордості та солідарності. Подорожі власною країною можна розглядати як спосіб підтримки та просування своєї національної ідентичності, культури, спадщини та економіки. Українці можуть відчувати обов'язок зробити внесок у місцеву індустрію туризму та проявити солідарність зі своїми співгромадянами у важкі часи. Після лютого-березня 2022 року, коли шок від повномасштабного вторгнення почав сходити нанівець, європейські туристи поступово починають повертатися, туристичний сектор адаптувався, пропонуючи можливості військового туризму.

У 2022 році громадська організація «Visit Ukraine» [7] запропонувала тури містами Київської області, які постраждали під час конфлікту з Росією. Їхньою метою було підвищити світову обізнаність про трагедію України, і вони підготували гідів та експертів з туризму для проекту. Ініціативу підтримала Мар'яна Олесків, голова Державного агентства розвитку туризму України, а надихнули її візити іноземних урядовців та знаменитостей до таких міст, як Ірпінь, Буча та Гостомель.

Усі кошти від туру були спрямовані на допомогу українським біженцям. Але пропозиція використати туризм для демонстрації руйнувань у зруйнованій війною Україні та збору коштів для біженців війни викликав неабиякий резонанс у суспільстві й піддався критиці як «неповага до жертв» [2].

На сайті «Visit Ukraine» [7] є підбірка турів «Відважні міста», яка включає дев'ять різних турів містами, які найбільше постраждали від повномасштабної війни. Такі назви, як «Сильна та непереможна Буча та Ірпінь», «Непорушний Харків» та «Нескорений Миколаїв», мандрівники можуть відчутти стійкість місцевого населення. Професійні гіді проводять екскурсії та знають відповідні процедури в надзвичайних ситуаціях. Мандрівники в Одесі можуть відвідати райони зі зруйнованими цивільними будівлями, реконструйований Одеський аеропорт, відомі пам'ятники. Навколо статуй та іншої історичної інфраструктури є мішки з піском, щоб захистити їх від бомбардувань. Проте деякі об'єкти залишилися недоторканими, як-от Дерибасівська, Міський сад, Оперний театр тощо.

Також новинкою воєнного туризму є донат тури. Донат тури – унікальний проєкт, який покликаний залучити іноземних туристів на ті території України, де відбувалися військові дії. Проєкт сприяє підтримці економіки країни та фінансуванню гуманітарних місій у постраждалих регіонах Півдня України, а також максимальному поширенню інформації про ситуацію в країні.

Кожен учасник, який приїхав в Україну, зможе на своєму досвіді прожити кілька днів як волонтер, допомогти людям і тваринам, зробити свій внесок у перемогу України, подивитися зсередини життя у воюючій країні, доторкнутися до культури та поспілкуватися з людьми, які бачили ці жахіття на власні очі [7].

Однак, воєнний туризм – це не лише регулярні відвідування цих територій. Він включає різні елементи, зокрема відвідування військових музеїв, військових частин, бойових стрільб, досвіду, огляду військової техніки та навіть польотів на вертольоті чи літаку. Ці компоненти дозволяють відвідувачам побачити справжнє обличчя війни та зрозуміти її наслідки. Відвідування зон бойових дій може сприяти розвитку співчуття та спілкування між відвідувачами та місцевим населенням. Разом з тим, військовий туризм стане головною привабливістю, коли подорож стане безпечною.

**Висновки.** Повномасштабний конфлікт означає темні часи для індустрії туризму, навіть більше, ніж виклики, спричинені спалахом коронавірусу. Проте український туристичний бізнес пережив пандемію, і після закінчення військових дій Україна стане популярним напрямком для подорожей.

Позитивні наслідки для туризму від цієї страшної війни є, як би дивно це не звучало. Це шанс для українців заявити, що таке Україна і що таке українці. Відтак туристичний попит та кількість турів до міст-героїв лише зростатимуть. На жаль, в Україні, крім Чорнобиля, буде ще багато місць для темного туризму.

### Література

1. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 26.03.2024).
2. План військового туризму в Україні викликає zenітну критику та розпалює етичні дискусії. URL: <https://www.aa.com.tr/en/europe/ukraine-war-tourism-plan-draws-flak-sparks-ethical-debates/3003130> (дата звернення: 27.03.2024).
3. Туризм в Україні: минуле, сьогодення та майбутнє. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/tourism-ukraine-past-present-future-entdecke-net-dmc-gmbh> (дата звернення: 27.03.2024).
4. Bobeka V., Gotalb G., Horvatc T. Impacts of the 2022 War in Ukraine on the Travel Habits of Ukrainian Tourists. *Naše gospodarstvo*. 2023. № 69(3). pp. 56–67.
5. Tsviliy S., Gurova D., Zhuravlova S., Mykhailyk D. *Economic security of the sphere of tourism business in the postwar period*. Current issues of security management during martial law: scientific monograph. Košice : Vysoká škola bezpečnostného manažérstva v Košiciach, 2022. pp. 265–277.
6. Tsviliy S., Gurova D., Zhilko O. Branding of the domestic territorial tourist destination in the post-war development period. *Das intellektuelle und technologische Potenzial des XXI Jahrhunderts: Wirtschaft, Tourismus, Bildung, Psychologie und Soziologie*. Monografische Reihe «Europäische Wissenschaft». Buch 15. Teil 2. Germany, Karlsruhe : ScientificWorld-NetAkhatAV, 2022. pp. 151–158.
7. Visit Ukraine. Today. URL: <https://visitukraine.today/> (дата звернення: 27.03.2024).