

УДК 338.48(477)

Дзандзава Г.М.¹, Гресь-Євреїнова С.В.²

¹ студ. гр. ГФ-214м, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² канд. екон. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ВНУТРІШНІЙ І ВИЇЗНИЙ ТУРИЗМ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННИХ ВИКЛИКІВ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ ВІДНОВЛЕННЯ

З початком повномасштабної війни в Україні туристична галузь зазнала безпрецедентних втрат. Руйнування інфраструктури, обмеження мобільності, загрози безпеці та міграційні процеси змінили структуру ринку туристичних послуг України. Проте туризм, навіть у кризових умовах, зберіг значення як інструмент психологічної, соціальної й економічної стійкості населення, а внутрішні подорожі стали важливим чинником підтримки регіональних економік. За оцінками Державного агентства розвитку туризму України у 2023 році близько 45% українців здійснили внутрішні поїздки з метою відпочинку чи оздоровлення. У 2024 році цей показник зріс до 51%, а влітку 2025 р. – до 85% серед тих, хто мав фінансову можливість для подорожей [1].

Основною тенденцією розвитку внутрішнього туризму з періоду повномасштабного вторгнення стало зміщення туристичних потоків на Захід України (Закарпаття, Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська області). Ці

регіони забезпечують безпечніші умови відпочинку, розвинену рекреаційну базу та активне відновлення малого бізнесу. Також відбулося зростання попиту на короткотермінові тури (2 – 4 дні) замість тривалих відпусток, що зумовлено фінансовими обмеженнями та логістичними труднощами [2]. Варто відмітити і домінування індивідуальних подорожей, в яких туристи частіше користуються власним транспортом, бронюють житло онлайн, уникаючи великих групових поїздок. Останнім часом в Україні відбувається популяризація нових нішевих форматів: еко-туризм та зелений відпочинок (Сколівські Бескиди, Національний парк «Синевир»); гастрономічні маршрути (гуцульська кухня, винні дегустації Закарпаття); оздоровчий туризм – санаторії Львівщини, Трускавця, Хмільника. Станом на 2024 р. середня вартість коротких внутрішніх турів зросла на 10 – 15% через подорожчання пального та енергоресурсів, але попит залишався стабільним завдяки зростанню потреби у психологічному відновленні [3].

Виїзний туризм під час війни в Україні істотно скоротився. Згідно з аналітичними звітами Traveldata Ukraine та ДАРТ, у 2023 – 2024 рр. обсяг виїзних подорожей становив лише 15 – 20% довоєнного рівня [1]. Основними чинниками такого скорочення залишаються: закриття повітряного простору; складна логістика через треті країни; фінансові труднощі населення; правові обмеження для чоловіків призовного віку. Популярні напрямки виїзного туризму України станом на 2024 р. залишались Туреччина, Греція, Болгарія, Албанія, Чорногорія, Італія, частково Польща, Чехія (короткі поїздки, рідше відпочинок). Туроператори фіксують тенденцію до автобусного та комбінованого транспорту, а також популяризацію пакетів «work + relax» серед українців, що тимчасово проживають за кордоном.

Водночас зростає сегмент соціального та волонтерського туризму: подорожі для участі у благодійних заходах, зборі допомоги, навчанні або обміні досвідом. Цей тренд формує новий імідж українців як активних європейських мандрівників, орієнтованих на цінності співпраці й підтримки.

За оцінками Економічного департаменту ООН (UNECE), станом на 2025 р. прямі збитки туристичної інфраструктури України оцінюються у понад 4 млрд

дол. США, що включає втрати готельного фонду, транспортних вузлів, рекреаційних об'єктів. Особливо постраждали південні та східні регіони – Одещина, Херсонщина, Запорізька та Донецька області. Втрата доступу до узбережжя Азовського моря скоротила потенціал літнього морського туризму на понад 60% [4].

Однак війна стимулювала розвиток внутрішньої міграції туристичних бізнесів: багато операторів із півдня переїхали до Львова, Ужгорода, Чернівців. Це призвело до регіональної диверсифікації туризму та зростання ролі малих підприємств, хостелів, приватних садиб.

Туризм у воєнний час виконує терапевтичну функцію і допомагає подолати стрес, підтримати психічне здоров'я. Соціологічні опитування свідчать, що 62% українців вважають подорожі всередині країни способом збереження «нормальності життя». Відбувається зміна мотивацій туристів та зростає цінність безпеки, сімейного відпочинку, емоційного перезавантаження, близькості до природи. Туризм перетворюється на інструмент соціальної згуртованості, коли локальні громади створюють фестивалі, еко-маршрути, ярмарки, щоб підтримати економіку та ідентичність.

Безпекові ризики є головним бар'єром для залучення туристів та іноземних партнерів. Нестача фінансування і доступу до кредитів для бізнесів, які постраждали від бойових дій, дефіцит кадрів, відсутність стабільної державної політики у сфері кризового управління туризмом, погіршення міжнародного іміджу країни як безпечної дестинації також негативно впливають на ринок туризму України.

Стратегії відновлення та адаптації ринку туризму в Україні повинні бути сконцентровані на внутрішньому туризмі як базовому елементі. Необхідно також шукати джерела для інвестування в інфраструктуру, особливо в регіонах, що менш постраждали від війни (Львів, Тернопіль, Чернівці), створення стимулів для бізнесу (податкові пільги, гранти, державні програми). Розроблення нових регіональних маршрутів та брендів та створення національної програми

стимулювання внутрішніх подорожей, аналогічної європейській DiscoverEU будуть стимулювати зростання внутрішнього туризму України.

Просування концепції «туризму пам'яті» (відвідування місць, пов'язаних із війною, історією та героїзмом) та залучення діаспори до створення міжнародних турів «Відкрити Україну» також можуть стати поштовхами для відновлення туризму в Україні у післявоєнний час.

Повинні постійно підтримуватись міжнародна участь, співпраця та фінансування України, наприклад, у програмах ЄС (Interreg Europe, Creative Europe, Horizon Europe) та використання грантів Світового банку та ЄБРР для реконструкції туристичних об'єктів.

Після завершення війни Україна має всі передумови для формування нової моделі сталого туризму, що базуватиметься на внутрішній мобільності, цифрових технологіях, соціальній відповідальності та екологічних стандартах.

Отже, внутрішній і виїзний туризм України перебувають у стані глибокої трансформації, спричиненої воєнними викликами. Головним завданням галузі є підтримка соціальної стійкості, відновлення довіри та інфраструктури, розбудова безпечних дестинацій і зміцнення людського капіталу.

У перспективі післявоєнного розвитку пріоритетом має стати розвиток внутрішнього туризму як основи для економічного відновлення та міжнародного брендингу України. Реалізація стратегій, орієнтованих на сталий розвиток і цифрову інтеграцію, дозволить зробити туризм одним із каталізаторів післявоєнного зростання.

Список використаних джерел:

1. ДАРТ. Аналітичний звіт про стан туристичної галузі України у 2024 році. URL : <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turistichna-sfera-ukrayini-prinesla-v-byudzheth-mayzhe-3-mlrd-grn> (дата звернення 01.10.2025 р).
2. Life.Kyiv.ua. Внутрішній туризм в Україні: популярні напрямки та нові тренди 2025 р. URL : <https://life.kyiv.ua> (дата звернення 01.10.2025 р).

3. УНІАН. Українці почали частіше відпочивати за кордоном: популярні напрямки та нові тенденції. URL : <https://unian.ua/tourism/news> (дата звернення 01.10.2025 р).

4. Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного господарства: монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. 202 с.