

## АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДНІПРОПЕТРОВЩИНИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ПРИФРОНТОВИХ РЕГІОНІВ

<sup>1</sup>Вікторія ПАЦЮК, <sup>2</sup>Март РЕЙМАНН, <sup>3</sup>Володимир КАЗАКОВ

<sup>1</sup>Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна;

Криворізький державний педагогічний університет, Україна

<sup>2</sup>Талліннський університет, Естонія

<sup>3</sup>Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

<sup>1</sup>viktoriia.patsiuk@gmail.com, <sup>2</sup>mart@retked.ee, <sup>3</sup>vl.kazakov1970@gmail.com

### Анотація:

Прифронтові регіони сходу та півночі України хоча й мали значний туристичний потенціал, однак туризм на даних територіях розвивався недостатньо не через відсутність ресурсу, а з причин недооцінки та невірної його позиціонування. Війна, з одного боку, завдала значних збитків природним багатствам та культурно-історичним пам'яткам даних регіонів, з іншого – привернула увагу не лише мешканців України, а й всього світу до цих територій. У майбутньому прифронтові області можуть стати плацдармом для відбудови територій та розвитку туристичної діяльності за всіма європейськими стандартами. У статті презентовано результати дослідження україно-естонського науково-дослідного проєкту, що мав за мету дослідити розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та виявити їх стратегії на майбутнє. Дане опитування проводилось у Дніпропетровській, Сумській, Харківській областях та підконтрольних прифронтових громадах Запорізької та Донецької областей. У даному дослідженні було сфокусовано увагу на співставленні особливостей розвитку туризму в прифронтових областях та окремо у Дніпропетровській області у довоєнний час та період активного військового протистояння. Акцентовано увагу на основних видах туризму, які користувались попитом до війни та тих видах, які за очікуваннями будуть найбільш затребуваними в майбутньому. Проаналізовано, які зміни відбулися у туристичній сфері із початком війни, та з якими проблемами довелося зіткнутися при організації туристичної діяльності після її початку. Виявлено загрози, проблеми, можливості та перспективи розвитку туристичної діяльності у повоєнний період.

**Ключові слова:** туризм, прифронтові регіони, туристична діяльність, опитування, повоєнна відбудова, Дніпропетровська область.

## ANALYSIS OF TOURISM ACTIVITY IN THE DNIPRO REGION IN THE CONTEXT OF TOURISM DEVELOPMENT IN FRONTLINE REGIONS

<sup>1</sup>Viktoriia PATSIUK, <sup>2</sup>Mart REIMANN, <sup>3</sup>Volodymyr KAZAKOV

<sup>1</sup>Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine;

<sup>2</sup>Kryvyi Rih State Pedagogical University, Ukraine

<sup>3</sup>Tallinn University, Estonia

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<sup>1</sup>viktoriia.patsiuk@gmail.com, <sup>2</sup>mart@retked.ee, <sup>3</sup>vl.kazakov1970@gmail.com

### Abstract:

Although the frontline regions of eastern and northern Ukraine had significant tourism potential, tourism in these areas has not developed sufficiently, not because of a lack of resources, but because of its underestimation and incorrect positioning. The war, on the one hand, caused significant damage to the natural resources and cultural and historical monuments of these regions, and on the other hand, it drew the attention of not only Ukrainians but also the whole world to these territories. In the future, these regions may become a springboard for the reconstruction of the territory and the development of tourism activities in accordance with all European canons and standards. The article presents the results of a Ukrainian-Estonian research project aimed at studying the development of Ukrainian frontline communities and tourism businesses in the context of war and identifying their strategies for the future. The survey was conducted in Dnipro, Sumy, Kharkiv regions and government-controlled frontline communities in Zaporizhzhia and Donetsk regions. This study focuses on comparing the peculiarities of tourism development in the frontline regions and separately in the Dnipro region both in the pre-war period and the period of active military confrontation. The focus is on the main types of tourism that were in demand before the war and those that are expected to be most in demand in the future. The author analyses the changes that occurred in tourism activities since the outbreak of the war and the problems that had to be faced in organising tourism activities after its beginning. Threats, problems, opportunities and prospects for the development of tourism in the post-war period are identified.

**Key words:** tourism, frontline regions, tourist activity, survey, post-war reconstruction, Dnipro region.

**DOI:** <https://doi.org/10.17721/2413-7154/2024.91.52-63>

**UDC:** 338.48:352.07(1-07):327.5:355.01(477:4:569.4)

**Вступ.** Війна, спровокована та підступно розв'язана російським агресором, вплинула на всі сфери життя і туризм не став винятком. Неодноразово обґрунтовувалось значення туристичної діяльності як важливої складової економічного та соціального розвитку територій, що має значний вплив на зайнятість населення, формування малих і середніх приватних підприємств, сприяння місцевому соціально-економічному розвитку та формування національної самосвідомості населення. Сучасні реалії ставлять великі виклики щодо функціонування цієї сфери як в Україні в цілому, так і в прифронтових регіонах зокрема. Достовірно оцінити розмір завданих збитків природно-рекреаційним ресурсам, культурно-історичній спадщині, туристичній інфраструктурі дуже складно, не говорячи про втрату людського потенціалу.

Військові дії та інші збройні протистояння знижують туристичну привабливість країни та фактично нівелюють в'їзні туристичні потоки. У контексті туристичного попиту конфлікт чи війна, як правило, завдають шкоди міжнародній репутації та негативно впливають на туристичний імідж країни. В Україні ситуація склалася протилежним чином, адже єдиний позитив, про який нині можна з упевненістю говорити – це значне підвищення рівня впізнаваності нашої країни, покращення її туристичного іміджу та формування в іноземців стійкого бажання відвідати Україну після завершення війни.

З огляду на зростаючий інтерес у мешканців інших країн до України, можна сподіватися, що туризм стане рушійною силою швидкого відновлення в післявоєнний період. У довоєнний період підвищеною промоцією та, відповідно, туристичним інтересом користувався так званий «золотий туристичний трикутник України» – Київ, Одеса та Львів. До них останніми роками додалися Чорнобиль та Буковель. Військові події вектор туристичного попиту можуть змістити до найбільш постраждалих громад півдня та сходу країни. Тому дослідження особливостей туристичної сфери у прифронтових регіонах України є актуальним та перспективним, а Дніпропетровщина є форпостом сходу країни, яка має значні можливості для розвитку різних видів туристичної діяльності.

**Метою даного дослідження** є порівняльний аналіз стану розвитку туристичної діяльності на Дніпропетровщині на фоні інших прифронтових регіонів України в довоєнний період, реакцію туристичного бізнесу на військові дії, очікування та перспективи розвитку туристичної діяльності та туристичного сектору громад прифронтових територій у повоєнний період.

**Теоретико-методологічні основи дослідження.** Після першого шоку, спровокованого російською агресією, у другій половині 2022 року активізувалось кількість як наукових, так і практичних досліджень проблем та перспектив розвитку туристичної діяльності у воєнний та повоєнний період.

Серед найбільш знакових можна виділити такі форуми: «Туризм в Україні: виклики та відновлення»

(20-21 березня 2023 р.) (Tourism in Ukraine, 2023), Міжнародний онлайн-семинар «Захист культурної спадщини України у воєнний та повоєнний період: виклики, інновації, дії» (20 лютого 2023 р.), міжнародний вебінар «Роль та місце туризму під час конфліктів та воєн» (21 квітня 2022 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Війна та туризм» (11 листопада 2022 р.) (War and Tourism, 2023). Основною метою цих івентів було привертання уваги до розвитку туристичної сфери під час активної фази військових дій та підготовка «плацдарму» для повоєнного відновлення туристичної сфери, що, відповідно, передбачало пошук стратегій та дискусію навколо питання: як в майбутньому зробити Україну успішним туристичним напрямом.

Проблема впливу війни на туристичну сферу та роль туризму в постконфліктних ситуаціях фундаментально розглянута у наукових публікаціях зарубіжних авторів (Butler & Suntikul, 2012; Causevic & Lynch, 2011; Jacquot, 2021; Khalid et al., 2020; Pratt & Liu, 2016).

Наукові дослідження вітчизняних науковців можна розділити на декілька найбільш знакових напрямів (посилання дано на найбільш важливі, у контексті цього дослідження, публікації):

1) аналіз досвіду інших країн щодо відновлення діяльності туристичної сфери у повоєнний період (Я. Алексєєва, Л. Громоздлова, Г. Кашина, О. Кашинська, М. Кругляк, З. Приходько (Prykhodko, 2023), І. Смирнов, І. Хільчевська);

2) вплив війни в Україні на європейський та світовий туристичні ринки (С. Бабушко, В. Кіптенко, О. Кучай, І. Панова, С. Попович, В. Пестушко, С. Цвілій);

3) основні тенденції розвитку туристичної діяльності у період війни, функціонування інфраструктурних об'єктів, забезпечення безпеки туристів під час війни тощо (О. Борисюк, М. Гедін, І. Кочеткова, О. Любіцева, О. Носирєв, Т. Деділова, І. Токар (Nosyrev et al., 2022), Г. Машіка, І. Несторишин, С. Мархонос, Н. Погуда, О. Терлецька, В. Худавердієва);

4) збереження та подальше відновлення природно-рекреаційного потенціалу та історико-культурної спадщини (В. Антоненко та В. Хуткий (Antonenko & Khutkyi, 2022), Ж. Бучко, В. Дуб, Г. Заваріка, О. Зеленко, Д. Крамаренко, О. Любіцева, О. Терешкін);

5) розвиток воєнного/військового туризму в Україні та розмежування даних дефініцій (С. Батиченко, І. Винниченко, Д. Каднічанський, Н. Каднічанська, Г. Кучерява, Т. Меліхова, А. Мельник, І. Шамара);

6) візія та стратегії повоєнного відновлення українського туризму (М. Балджи, А. Колосов, М. Левченко, А. Моца, С. Шевчук, Н. Серєда, Е. Сіра, І. Голубець, Ю. Безрученко (Sira et al., 2022), Н. Онишук, Н. Чорна тощо).

Проблемам туристичної діяльності у прифронтових регіонах увага практично не

приділялась і фактично була представлена у працях авторів дослідження (Kazakov & Patsiuk, 2023; Reimann et al., 2023).

**Методика дослідження.** Вивчення туристичної діяльності під час воєнної ситуації вимагає комплексної методики дослідження та потребує мультидисциплінарного підходу. Він включає використання широкого спектру як кількісних, так і якісних методів задля забезпечення всебічного розуміння впливу війни на туристичну сферу.

Основним методом дослідження стало опитування представників туристичного бізнесу прифронтових регіонів. Метод був націлений на виявлення впливу військових дій на туристичну діяльність та розуміння бачення представниками туризму розвитку галузі наразі та у майбутньому. Дане дослідження проводилося на платформі Google Forms. До опитування були залучені представники туристичної сфери п'яти прифронтових областей (Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Сумської, Харківської). Анкетування проводилося з 2 по 15 лютого 2023 року естонськими (Талліннський університет) та українськими вченими (Запорізький національний університет, Криворізький державний педагогічний університет, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, Харківська державна академія культури) за підтримки Естонського дослідницького агентства. Дослідження виконано в межах естонсько-українського науково-дослідницького проекту «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє» на базі Центру ландшафту та культури Школи гуманітарних наук Талліннського Університету. Отримані дані було опрацьовано з використанням програми SPSS Statistics V21.0 (Reimann et al., 2023).

Загальна кількість респондентів становила 144 особи: Дніпропетровська – 45 (31,3%), Донецька – 18 (12,5%), Запорізька – 15 (10,4%), Сумська – 29 (20,1%), Харківська – 37 (25,7%) осіб. Анкета містила 25 запитань відкритого та закритого типу, що стосувалися різних аспектів туристичної діяльності.

Щодо сфери зайнятості опитаних, на Дніпропетровщині переважали представники туристичного бізнесу – 29 осіб (64,4%). Це суттєво перевищує усереднений показник серед респондентів туристичної сфери прифронтових регіонів – 37,6%. За іншими напрямками занятості, частка респондентів області нижча, ніж усереднені результати серед усіх прифронтових областей. Представників громадських організацій та клубів туристичного спрямування було опитано 6 суб'єктів (13,3%), закладів туристичної атракції (музеї, виставкові зали, пізнавально-дозвіллієві заклади, тощо) – 4 респонденти (8,9%), фахівців об'єктів туристичної інфраструктури (заклади розміщення, харчування, тощо), структурних підрозділів виконавчої влади та представники освіти та науки опитано по 2 особи з кожного сегменту, що становить 4,5% кожен.

Серед респондентів з Дніпропетровщини зафіксоване значне домінування мешканців міської місцевості 88,9% проти 11,1% з сільської. Найбільше

респондентів було представлено з міст Дніпро (40,0%) та Кривий Ріг (42,2%), що відображає домінування даних населених пунктів за чисельністю населення в області. Серед інших міст участь в опитуванні взяли респонденти Нікополя (6,7%), Кам'янського і Павлограду (по 2,2%). Варто також відзначити, що близько п'ятої частини опитаних, до яких звертались з проханням взяти участь у дослідженні, відповіли відмовою. Основними аргументами була зазначена головна причина – закриття туристичного бізнесу з початком повномасштабної війни, а також виїзд за кордон, переорієнтація до іншої сфери бізнесу.

Отримані в процесі дослідження результати було презентовано за допомогою засобів візуалізації, таких як таблиці, графіки та діаграми, що дало змогу наочно проілюструвати ключові висновки дослідження. Метод компаративного аналізу дозволив виявити територіальні відмінності в оцінці впливу військових дій та бачення перспектив на майбутнє у різних прифронтових регіонах. Спираючись на метод експертних оцінок зроблено висновки в рамках проведеного дослідження, що дозволило окреслити перспективи вивчення даної проблематики в майбутньому.

**Результати дослідження.** Найбільшими воєнними конфліктами ХХ ст. були Перша і Друга світові війни, а також російсько-японська війна (1904-1905 рр.), Японо-китайська війна (1937-1945 рр.), Палестинська війна (1948-1949 рр.), Корейська війна (1950-1953 рр.), В'єтнамська війна (1964-1975 рр.), Афганська війна (1979-1989 рр.), Ірано-іракська війна (1980-1988 рр.), війна в Перській затоці (Кувейтська) (1990-1991 рр.), Югославська війна (1991-1998 рр.). ХХІ століття відзначилось, зокрема, війною в Іраку (2003-2011), в Афганістані (2001-2021), конфліктом у Республіці Македонія (2001), російсько-грузинською війною (2008), конфліктом у Південній Сербії (2000-2001), громадянською війною у Сирії з 2011 р. та російською інтервенцією в Сирію в 2015 р., конфліктом між Суданом і Південним Суданом, конфліктом у Центральноафриканській Республіці, в Ємені (2014-2015 рр.) (Prykhodko, 2023).

Однак, безумовно, найбільшим військовим протистоянням після Другої світової стала російсько-українська війна (з 2014 р.), яка переросла у повномасштабне військове вторгнення в лютому 2022 р. Зазначена подія абсолютно деструктивно вплинула на туристичну діяльність, особливо у прифронтових регіонах України, які є найбільш постраждалими.

Зважаючи на це, Всесвітня туристична організація виділяє такі наслідки військових дій на території України для світового туризму (United Nations World Tourism Organisation, 2023):

- скорочення виїзних поїздок росії та України, що становить приблизно 3% світових витрат (14 млрд доларів США у 2020 році);
- додатковий ризик для слабкого та нерівномірного відновлення туризму;
- зниження споживчої довіри, особливо на більш схильних до ризику сегментах ринку;
- вплив на традиційні напрями, а також на

напрями, що розвиваються, особливо на острови та прибережні території;

- ослаблення економічного зростання та зростання інфляції через підвищення цін на нафту у поєднанні з нещодавнім підвищенням відсоткових ставок, що призводить до зростання споживчих витрат на поїздки та посилення тиску на бізнес, особливо на малий та середній;

- загроза для зайнятості та туристичного бізнесу.

За даними Economist Intelligence Unit, війна вплине на туристичну індустрію Європи чотирма способами: втрата російських та українських туристів; обмеження на роботу авіакомпаній та використання повітряного простору; зростання витрат на їжу та паливо; значний удар по довірі мандрівників та доходах (Globetrender, 2022).

Однак світ має достатньо прикладів успішного повоєнного відновлення туристичної галузі: Чорногорія, Хорватія, Кіпр, Єгипет, Ізраїль, Колумбія, Північна Ірландія, Японія та Південна Корея. В деяких з цих країн відродження туристичної сфери розпочалося ще під час військових дій. Тож прифронтові регіони України і, зокрема, Дніпропетровщина, можуть стати плацдармом для впровадження провідного світового досвіду відродження туристичної діяльності та напрацювання власних механізмів.

Саме тому аналіз туристичної діяльності прифронтових регіонів України, здійснений в рамках зазначеного дослідження, є своєчасним та орієнтованим на перспективу. Одним з головних питань опитування суб'єктів туристичної сфери прифронтових областей було: «Суть та особливості вашого туристичного бізнесу». Отримані наступні результати: екскурсійна (49,3%), турагентська (31,9%), організаційна та координуюча діяльність – 30,6%, проведення івентів туристичного спрямування – 23,6%, організація туристичних походів – 18,1%, розміщення відвідувачів – 15,3%, туроператорська діяльність – 6,3%. На тлі цих даних по Дніпропетровській області серед респондентів переважає турагентська діяльність – 53,3%. Це можна пояснити концентрацією великих міст в області та промисловий характер господарства. Населення Дніпропетровщини має дохід вищий за середньостатистичний в Україні та відповідно, могло дозволити собі подорожі, принаймні за класичними напрямками: Туреччина, Єгипет, Болгарія, Чорногорія тощо. Більша частка суб'єктів турбізнесу Дніпропетровщини у порівнянні з іншими прифронтовими регіонами займалась проведенням івентів туристичного спрямування – 33,3% та організацією туристичних походів – 28,9%. Дещо менша частка практикувала екскурсійну (46,7%) та туроператорську діяльність (4,4%). Значно менший відсоток опитаних (20% проти 30,6%) займались організаційною та координуючою діяльністю в туристичній сфері.

Для практики туристичного бізнесу у довоєнний час у теперішніх прифронтових областях були притаманні й інші види діяльності: продаж квитків,

страхові послуги; майстер-класи з сироваріння та кондитерського мистецтва; розвиток маршрутів активного туризму, нових фестивалів, популяризація кралецьких рушників, просування екоспоживання (створення центру українського промислового коноплярства); науково-методична співпраця з іншими представниками сфери місцевого туризму; заклади харчування; дитячий відпочинок; підготовка кадрів для туріндустрії; у туристичній сфері не працювали. Окремо на Дніпропетровщині відзначені й такі види діяльності: викладання туристичних дисциплін та набуття практики гідів для цілей викладання; експедиції, науково-освітні програми для дітей, пет-терапія для вразливих категорій населення.

Туристичним напрямом, що займав домінуючі позиції в Дніпропетровській області до військового вторгнення 2022 року був культурно-пізнавальний туризм (18,3% опитаних). Це цілком співставно з результатами щодо даного виду туризму (19,1%) по усіх прифронтових територіях. Переважання культурно-пізнавального туризму можна пояснити як наявністю культурно-історичної спадщини в громадах, представники яких долучились до опитування, так і можливо тим, що дехто як пізнавальну складову розцінює будь-який туристичний напрям, особливо не замислюючись над тонкощами того чи іншого виду турпродукту. Другу позицію респонденти віддали спортивному та активному туризму – 12,8%. Це закономірно з огляду на те, що четверта частина опитаних вказали, що до війни займалися організацією туристичних походів. Мешканці прифронтових регіонів даний туристичний напрям також поставили на друге місце (11,2%). Щодо третьої позиції, то загалом мешканці прифронтових регіонів віддали його фестивальному та подієвому туризму (10,5%), тоді як респонденти з Дніпропетровщини на третє місце віднесли індустріальний туризм (10,4%). Високі позиції індустріального туризму є цілком очікуваними. Це обумовлено як високим ресурсним потенціалом області щодо його становлення, так і тим, що у місті Кривий Ріг на муніципальному рівні ще в 2013 році прийнято Програми розвитку промислового туризму на 2013-2015 та 2016-2020 роки. Останню було пролонговано до кінця 2023 року.

Порівняно з усередненими показниками щодо видів туризму прифронтових регіонів фахівці туристичної сфери Дніпропетровської області більше практикували гастрономічний (9,8% проти 7,4%) та екстремальний туризм (6,1% проти 2,7%), ніж опитані із прифронтових регіонів загалом. Високий рівень розвитку гастрономічного туризму обумовлений наявністю різноманітної пропозиції серед закладів харчування різних населених пунктів, особливо міста Дніпро (56,3% респондентів, які виділили даний туристичний напрям проживають саме в обласному центрі).

Більший відсоток прихильників екстремального туризму обумовлений наявністю значних техногенних ландшафтів в регіоні, наприклад, провальні зони Криворіжжя, які можна використати для

спелестології, відвали Нікопольщини, Криворіжжя та терикони Західного Донбасу, що є придатними для екстремального катання на велосипедах та квадроциклах тощо. На противагу цьому, такі види туризму як фестивальний та подієвий, сільський, етнокультурний та релігійний були розвинуті значно менше, ніж в інших прифронтових регіонах (рис. 1).

Від початку війни у громадах Дніпропетровської області відбулися такі зміни туристичної галузі як: по-перше, знизився рівень платоспроможності населення (28,3%); по-друге, атрактивні туристичні об'єкти перестали функціонувати або приймати туристів (19,2%); по-третє, знизився рівень інтересу до відвідування туристичних об'єктів (18,2%). 11,1% опитаних зазначили, що збільшився потік переселенців та їх зацікавленість до місцевих туристичних об'єктів; 10,1% вказали, що активізувалася співпраця між волонтерами, громадами та представниками туризму; 6,1% респондентів зазначили, що деякі туристичні локації зазнали пошкоджень. Якщо порівнювати дані результати із загальними даними прифронтових регіонів, то наявні суттєві розбіжності в двох пунктах: значно менший відсоток респондентів зазначили, що «деякі туристичні локації зазнали пошкоджень» – 6,1% проти 16,8% у прифронтових регіонах, і в той же час, більше респондентів вказали, що збільшився потік переселенців та їх зацікавленість до місцевих туристичних об'єктів – 11,1% проти 6,7% загалом у прифронтових регіонах. Це цілком обґрунтоване тим, що на території Дніпропетровщини окупантів не було і тому область стала «плацдармом» для прийому вимушених переселенців із окупованих територій.

Респонденти активно пропонували власні варіанти відповіді (7,1%), зазначивши такі зміни у розвитку туристичної сфери: усе зупинилось повністю; руйнація туристичних об'єктів, потрапляння туристичних об'єктів в окупаційні зони та неможливість доступу до них; об'єкти промислового туризму на час війни ризиковано демонструвати відвідувачам, а промисловий туризм у місті в основному ґрунтувався на об'єктах діючої індустрії; завдяки географічному положенню (майже межа Донецької і Дніпропетровської областей) наш об'єкт користувався і користується попитом, особливо були завантажені в період першої хвилі евакуації; заборона на виїзд з країни; не всі бажаючі можуть перетнути кордон (чоловіки); Нікополь в зоні активних бойових дій, туристична діяльність не проводиться наразі.

Серед проблем, з якими довелося зіткнутися підприємствам туристичної сфери Дніпропетровської області, респонденти зазначили: через низький попит тимчасово законсервована діяльність (17,2%); партнери по туристичному бізнесу припинили своє функціонування або не приймають туристів (12,9%); працівники були призвані на службу до лав ЗСУ (10,8%); туристичні об'єкти, з якими був пов'язаний бізнес, потрапили в зону окупації або активних бойових дій і стали недоступними (10,8%); працівники поїхали за кордон (9,7%); довелося повністю переорієнтувати свою діяльність з туристичної на інше спрямування (8,6%); довелося повністю

припинити функціонування через відсутність економічної рентабельності (8,6%); емоційне виснаження працівників та їх моральна неготовність працювати в сфері послуг (8,6%).

Проблеми, зазначені респондентами з Дніпропетровщини, фактично співставні з проблемами інших прифронтових регіонів, за виключенням декількох варіантів. Зокрема, в середньому у прифронтових регіонах значно вищий відсоток опитаних зазначили, що туристичні об'єкти, з якими був пов'язаний бізнес, потрапили в зону окупації – 16,1% проти 10,8% на Дніпропетровщині, тоді як більша частка респондентів з Дніпропетровської області вказали, що через низький попит тимчасово законсервовали діяльність 17,2% проти 13,5%, а також в даній області більше працівників було призвано на службу до ЗСУ 10,8% проти 6,5% (рис. 2).

Серед додаткових причин проблеми у розвитку туристичної сфери Дніпропетровської області 12,9% опитаних зазначили наступні: деякий час не було пального і у цей час було мало туристів; зниження кількості екскурсій до одиничних подорожей, тури Україною у 2022 році були одиничними і обмежувалися невеликою замиською географією; повне припинення організації і проведення активних туристичних походів; довелося ліквідувати два офіси та скоротити кількість співробітників, не можемо працювати кожного дня бо є відключення світла та інтернету; здорожчання собівартості утримання садиби на належному рівні через високу вартість комунальних платежів та витратних матеріалів; довелося підняти зарплатню персоналу, щоб якось їх заохотити та зберегти співробітників; важка робота з емоційно виснаженими категоріями людей; працюємо дистанційно; зменшилась кількість туристів та працівників; продовжуємо працювати, але обсяги замовлень суттєво менші; зниження попиту із-за зниження рівня доходу населення; багато відмов від турів та заходів в останню хвилину і, як наслідок, тур виходить збитковий; переорієнтувались на продаж білетів на міжнародні автобусні рейси; не зручно добиратися до найближчих аеропортів сусідніх країн з Кривого Рогу, що вплинуло на скорочення обсягів продажів.

Головними перспективами розвитку туризму респонденти з Дніпропетровщини зазначили відновлення функціонування туристичних локацій (41,9%); можливість модернізувати туристичні об'єкти за рахунок грантових коштів (28,4%); 21,6% опитаних вважають, що туристи будуть приїжджати дивитись наслідки військових дій; важко було відповісти 8,1%. Дані результати фактично ідентичні з узагальненими відповідями з прифронтових регіонів. Позитивом можна назвати те, що якщо 0,8% респондентів прифронтових територій не бачать жодних перспектив, то мешканці Дніпропетровщини такий варіант не обирали.

Щодо видів туризму, які будуть перспективними по завершенню військових дій у прифронтових регіонах, більше половини опитаних фактично продублювали ті ж види туризму, які були домінуючими у довоєнний період. До трійки

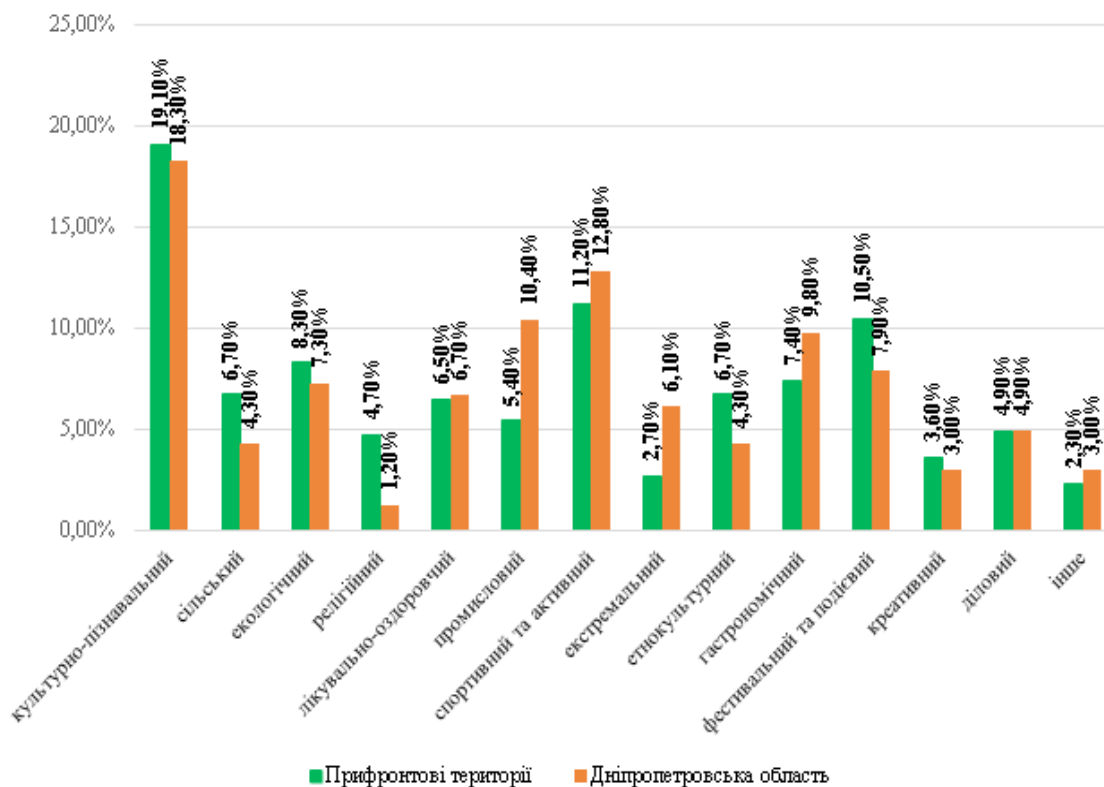


Рис. 1. Види туризму, які розвивалися у громадах до початку військових дій

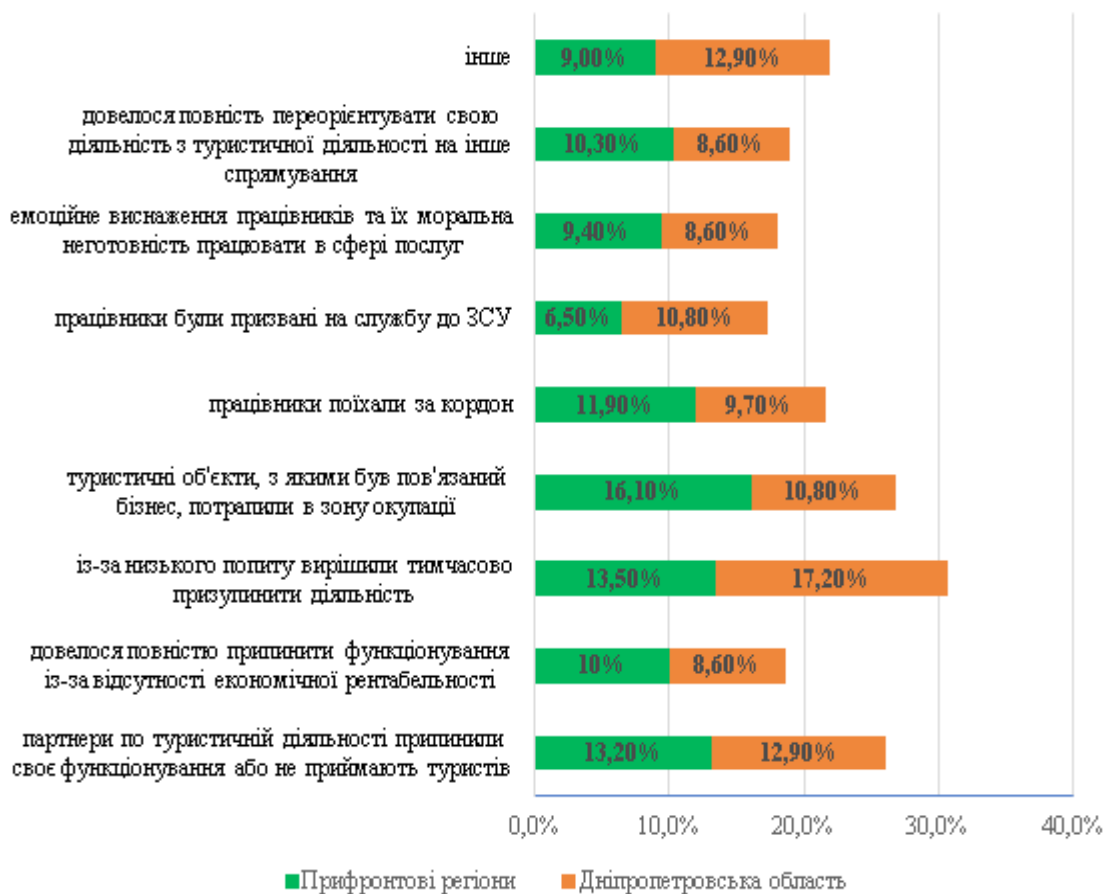


Рис. 2. Проблеми, з якими довелося зіткнутися при організації туристичної діяльності після початку військових дій

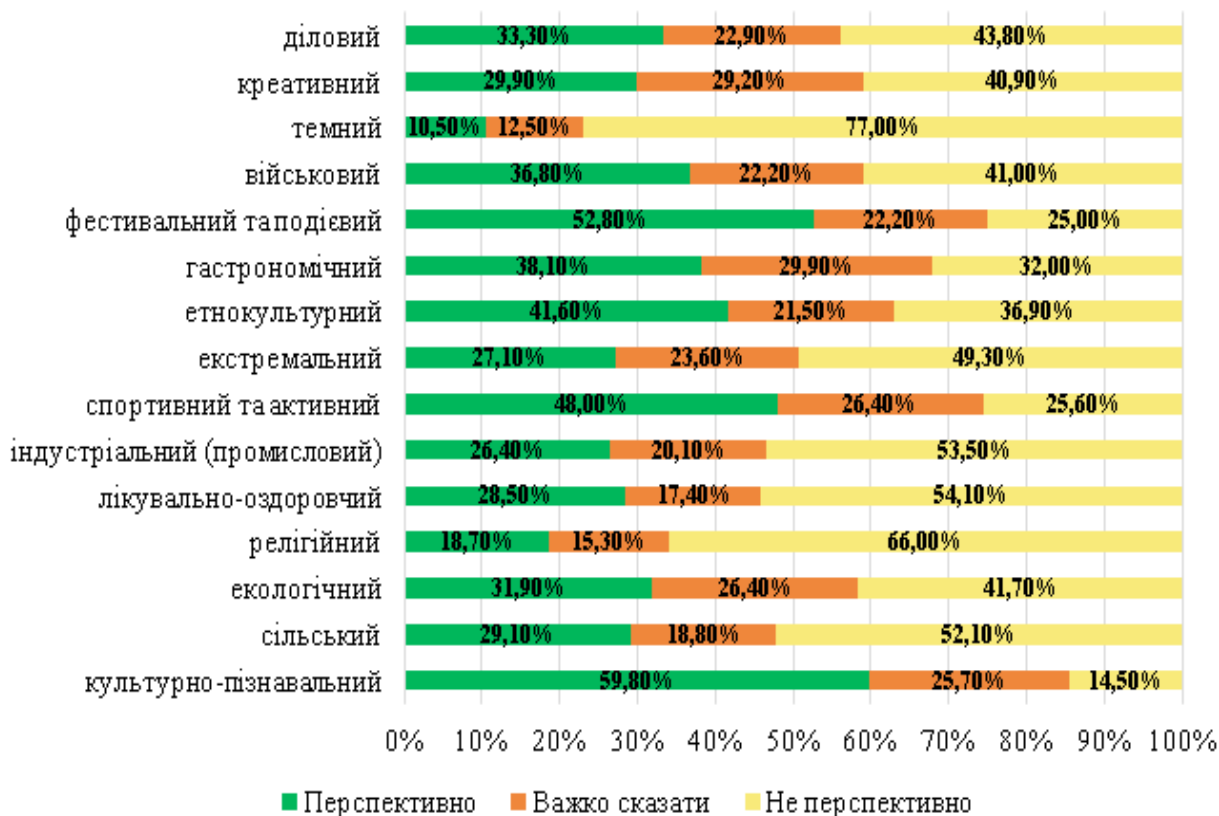


Рис. 3. Види туризму, що будуть користуватися попитом у прифронтових регіонах після завершення військових дій

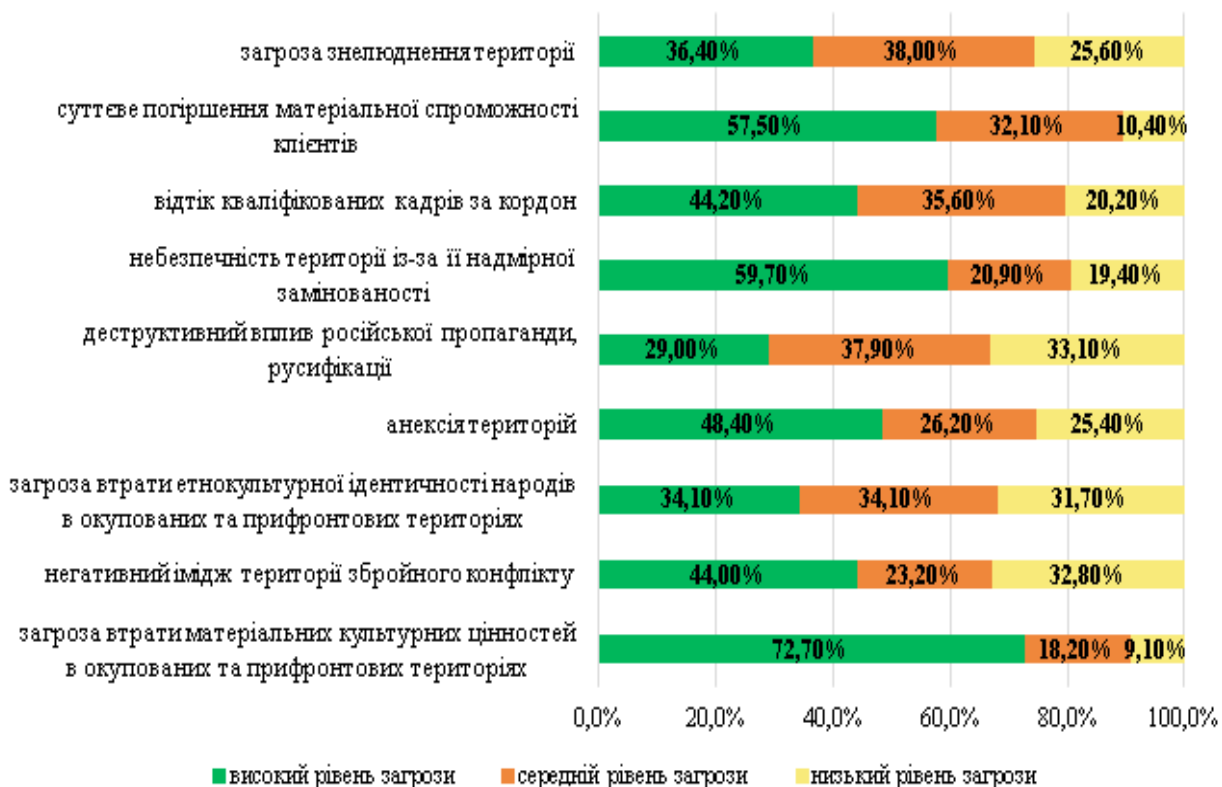


Рис. 4. Найбільші загрози для туристичного розвитку громади

лідерів увійшли культурно-пізнавальний (59,8%), фестивальний та подієвий (52,8%), спортивний та активний туризм (48%). Однак більш цікавими є відповіді, щодо того, які види респонденти не вважають перспективними, і до даної когорти включають темний туризм (77%), релігійний (66%), лікувально-оздоровчий (54,1%), індустріальний (53,5%) та сільський (52,1%) (рис. 3).

Аналіз перспектив розвитку різних видів туризму у Дніпропетровській області свідчить про те, що представники турбізнесу регіону найбільші перспективи вбачають у розвитку спортивного та активного (57,8%), а також промислового туризму (51,1%), що кардинально відрізняє туристичну сферу даної області від інших прифронтових регіонів. Найменш перспективними, на їх думку, є релігійний (84,4%), «темний» (75,5%), лікувально-оздоровчий (64,4%), сільський (62,2%) та екологічний туризм (51,1%), що вкотре засвідчує промисловий профіль цієї території. Такий значний відсоток респондентів, які не вбачають перспектив у розвитку «темного» туризму у прифронтових регіонах, вбачаємо у тому, що більшість з них не хотіли б, щоб їх регіони мали такий асоціативний образ у туристів. Особливе здивування викликало те, що абсолютно в кожній області думки респондентів при оцінці перспектив розвитку військового туризму розділились, тобто одні розуміють, що це наші реалії і даний ресурс за умов об'єктивної подачі можна буде залучати до туристичного продукту, інші ж навпаки, вважають це складовою негативного туристичного іміджу і з етичних міркувань його активне впровадження поки не на часі.

Найбільшими загрозами для туристичного розвитку громади, на думку опитаних, є: загроза втрати

матеріальних культурних цінностей в окупованих та прифронтових територіях (72,7%); небезпечність території через її надмірну замінованість (59,7%); суттєве погіршення матеріальної спроможності клієнтів (57,5%) (рис. 4).

Якщо порівняти з цими результатами відповіді респондентів Дніпропетровщини, то представники даного регіону загрози сприймають не так гостро як мешканці інших областей. Це пояснюється тим, що дана область не була окупована і масштаби руйнувань на даний момент тут менші. Зокрема, не такий високий рівень загрози за наступними пунктами: небезпечність території через її надмірну замінованість – 44,7% проти 59,7% у прифронтових територіях; анексія територій – 35,9% проти 48,4%; негативний імідж території збройного конфлікту – 33,3% проти 44,0%; загроза знелюднення території – 28,9% проти 36,4%. В той же час, тут більш гостро сприймають суттєве погіршення матеріальної спроможності клієнтів – 61,0% проти 57,5%.

Серед можливостей розвитку туристичного бізнесу більшість опитаних зазначили, що дуже перспективними є залучення фінансування та стимулювання інвестицій від вітчизняних і міжнародних партнерів (53,8%); впровадження інновацій у сфері розвитку туризму (50,7%); розробка нових туристичних продуктів у вашій громаді (50,4%). Перспективним також вважають отримання консультативних послуг (55,4%) (рис. 5).

У Дніпропетровській області респонденти найвище оцінюють перспективи розробки нових туристичних продуктів (59,5%), залучення фінансування та стимулювання інвестицій від вітчизняних та міжнародних партнерів (55%), розвиток туристичної інфраструктури (52,3%).

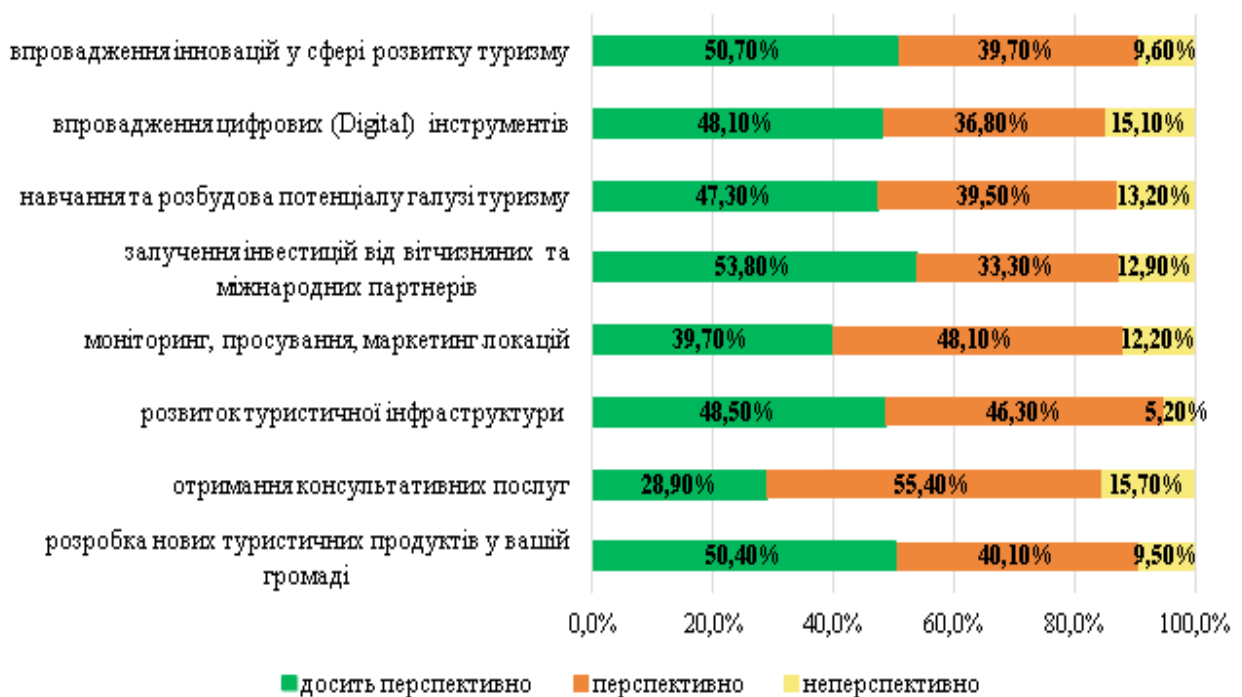


Рис. 5. Можливості розвитку туристичного бізнесу в умовах війни та післявоєнного відновлення

Відповідаючи на відкрите питання щодо можливостей створення нової спадщини громад у період післявоєнного відновлення, опитані вважають, що для створення такої спадщини необхідно: створення більшої кількості робочих місць з акцентом на популяризацію української культури та історії; організація екскурсійної діяльності через призму війни в центрі Європи; оцінка наслідків війни для туристичної спадщини та аналіз того, що можна безпечно демонструвати туристам; розбудова інфраструктури, створення нових туристичних локацій–музеїв, центрів, туристично-інформаційного центру, ревіталізація наявних об'єктів; підтримка малого та середнього бізнесу, який займається розвитком внутрішнього туризму; відновлення та зміцнення сільських територій; допомога адміністраціям в розвитку громадських організацій туристичного спрямування; створення сучасних музеїв війни, розширення наявних виставок знищеної техніки, поява нових атракцій, локацій, екскурсій за тематикою пов'язаних із війною; локалізація знятих пам'ятників в тематичному музеї, залишити кілька зруйнованих об'єктів нереставрованими; активізувати залучення підтримки від європейських партнерів.

Зафіксовані і відповіді, що мають локальну прив'язку та відображають специфіку території проживання респондентів. Зокрема, представники Нікопольщини вбачають нову спадщину громади у реалізації проекту Парку козацької слави на місці колишнього розташування Микитинської Січі Війська Запорозького (парк Перемоги в Нікополі) з відновленням Січі; відновлення історичної Старої частини міста; маршрути 5 Січами, що розташовувалися на території Нікопольського району, маршрути Нікопольськими підземеллями, маршрути індустриального туризму, маршрути по скіфським курганам, водні маршрути тощо. Мешканці громад, розташованих на узбережжі Дніпра, сподіваються на відновлення пасажирських водних маршрутів Дніпром.

Представники Криворіжжя зазначають, що новою спадщиною є спадщина війни. На півдні Кривого Рогу з березня по жовтень 2022 року велися активні бойові дії. У спадок залишаються військово-інженерні споруди та місця бойових зіткнень, населені пункти зруйновані та пошкоджені війною, до яких можна розробити низку маршрутів. Потенціал нової спадщини – ревіталізовані індустриальні об'єкти, які потрібно перетворити на туристичні та окультурені локації. Окрім цього, на Криворіжжі необхідною є ревіталізація промислових об'єктів, збільшення кількості об'єктів в списку ERIH (European Route of Industrial Heritage – Європейського маршруту індустриальної спадщини), розвиток постпромислових туристичних об'єктів (постіндустриальні парки, рекреаційні зони), стимулювання розвитку активного, екстремального і екологічного видів туризму.

На питання «Чи розглядаєте Ви можливість розвитку та удосконалення свого бізнесу відповідно до європейських практик? Як саме?»

респонденти з Дніпропетровщини висловили наступні думки: перейняти європейську практику щодо збереження історичних пам'яток; розвиток туристичної інфраструктури та формування туристичних маршрутів згідно європейських норм та правил; орієнтація розвитку туристичної сфери Дніпропетровської області має бути орієнтована на кластерну модель; колаборація з європейськими партнерами та створення спільних проєктів; створення та розвиток туристичних проєктів за підтримки європейських грантових програм; перейняття європейського досвіду організації різних видів туризму та його адаптація до місцевих реалій; за допомогою екскурсій формування екологічної свідомості та толерантного ставлення до довкілля у населення. Респонденти з Криворіжжя активно вказували на необхідність перейняття світових практик ревіталізації індустриальних об'єктів та вдосконалення якості послуг в індустриальному туризмі шляхом відвідання об'єктів та подій кращих практик індустриального туризму Європи та участь у реальних проєктах з ревіталізації індустриальних об'єктів і трансформації виробничих просторів з новим змістовним наповненням; участь у різноманітних тематичних туристичних програмах підвищення кваліфікації. В той же час, окремі респонденти наголошували, що якість послуг у нас вище, відповідно, європейцям теж є чому у нас навчатися, а також те, що треба розвивати український туризм з урахуванням місцевої автентики, а не європейських стандартів.

Щоб туризм більше сприяв регіональному розвитку України, респонденти з Дніпропетровської області вважають, що потрібно:

1. Перемогти ворога.
2. На інституційному рівні: підготувати державні програми розвитку та підтримки туризму; диктатура закону і невідворотність покарання при його порушенні судовою системою, максимальна прозорість та ліберальні умови для ведення бізнесу, не втручання держави, а дійсно допомога; стимулювати розвиток туристичної сфери від локального до державного рівня; внести зміни на законодавчому рівні щодо роботи туроператорів; створити обласне управління розвитку туризму та запросити до співпраці з ним активну громадськість; прийняти загальнонаціональну програму розвитку туризму, розраховану на молодь, яка в обов'язковому порядку буде впроваджуватися під час навчання в закладах середньої та вищої освіти; усунути бюрократичні перепони в розвитку галузі; здійснювати підтримку туристичного бізнесу, туризму у цілому на програмному рівні владними структурами на місцях; формування у центральній владі розуміння, що туризм – це сфера економіки та створення доданої вартості, тож включити її до галузі культури, це пріоритети на зубожіння та певний застій.

3. На організаційному рівні: допомагати активним представникам туризму з боку місцевої влади; розумна співпраця бізнесу і влади, практики у сфері влади в туризмі; закласти підвалини розвитку туризму (ревіталізація, створення нових туристичних

об'єктів, організація форумів, фестивалів тощо) як диверсифікованої галузі економіки; розвиток місцевих туристичних можливостей; створення кластерів; наявність туристичних локацій призведе до звички українців подорожувати вихідними, а попит на нові локації буде сприяти появі більшої кількості туристичних об'єктів у кожній громаді і створенню кластерів, що призведе до регіонального розвитку у перспективі; вивчення туристичних об'єктів, розробка нових маршрутів; налагодження співпраці між керівниками підприємств та місцевою владою задля розвитку промислового туризму.

4. На фінансово-економічному рівні: виділяти кошти на туризм; наявність матеріальної підтримки чи дотацій могла б стимулювати ініціативних людей; налагодити процес адекватного ціноутворення.

5. На матеріально-технічному рівні: розвиток інфраструктури; залучення інвестицій, створення нових приватних туристичних локацій; забезпечити розвиток внутрішнього транспорту (автомобільного, модернізація залізничних перевезень, внутрішнього авіаційного сполучення); відновлення історичної спадщини; вкладання коштів у відновлення доріг, туристичної навігації, створення нових крупних туроб'єктів.

6. На промоційному рівні: популяризація національної спадщини; промоція регіону на різних рівнях (регіональний, національний); більше просування в соцмережах та реклама цікавих місць; посилення маркетингу туристичного потенціалу регіону і кластеру за підтримки місцевої влади; вкладання коштів у спільну промоцію на турвиставках; створення туристичних порталів та їх широке просування; більшість мешканців навіть не знає, що у містах області проводять екскурсії і що у нас цікава історія, тож екскурсійній діяльності потрібна реклама, не лише в соціальних мережах, а й на афішах в місцях скупчення людей.

**Висновки.** Нинішні військові дії суттєво позначаються на туристичній сфері України та особливо її прифронтових регіонах, які найбільше постраждали. Не зважаючи на катастрофічні руйнування, яких завдала жорстока війна, вже нині потрібно готуватись до комплексної відбудови України та актуалізації її туристичного потенціалу. Адже є всі підстави припускати, що для кожного представника цивілізованого світу, наша держава стане дестинацією «must visit», для когось виключно з метою задоволення пізнавальних потреб, а для когось задля висловлення солідарності нашому народу.

Як зазначає голова Державного агентства розвитку туризму України Мар'яна Олесків, сьогодні у світі бачать Україну в першу чергу як воєнну локацію, де відбувається війна. Важливо зрозуміти, як це ставлення трансформувати. Наразі поглиблюється співпраця з потенційними стейкхолдерами і міжнародними маркетинговими агентствами, які допоможуть сформувати й належно оформити ці послуги. В той же час, першочерговими завданнями державної політики у сфері туризму на 2023–2030 рр. є (Oleskiy, 2023):

- 1) ефективний маркетинг і менеджмент дестинацій;
- 2) відновлення ділового (конференц) туризму;
- 3) відновлення регіонів;
- 4) ефективне державне управління сферою туризму;
- 5) розвиток українських курортів;
- 6) розширення міжнародних комунікацій.

Щодо прифронтових областей, на які акцентувалася увага в даному дослідженні, для них дійсно ключовими є завдання відновлення регіонів, що передбачає як розвиток туристичної інфраструктури, навігації, створення робочих місць та суміжних з туризмом підприємств, так і максимально швидке розмінування даних територій. Також важливе значення має ефективний маркетинг і менеджмент дестинацій, так як від того, наскільки швидко кожна дестинація зорієнтується, на які ключові ресурси «зробить ставки» в процесі відновлення території, буде залежати успішність створеного туристичного продукту та його затребуваність у туристів.

У той же час, необхідно абсолютно повністю переглянути стратегію внутрішнього туризму. Адже в довоєнні роки традиційно туристичні потоки зі сходу та центру спрямовувались на захід та південь України, тоді як у повоєнний період однозначно виросте потреба у відвідуваннях тих місць, які вже стали символами цієї війни. У Державному агентстві розвитку туризму анонсували створення маршрутів пам'яті: частину зруйнованих окупантами об'єктів збережуть для історії, щоб показати, які злочини вчинила країна-агресор в Україні. Мери міст також будуть відновлювати інфраструктуру так, щоб залишити деякі місця недоторканими (RBK-Ukraine, 2022).

Нова інтерпретація розвитку внутрішнього туризму повинна стати інструментом відновлення втраченої історико-культурної спадщини та способом насадження і пропаганди національних культурних цінностей так само як і глобальних цінностей країн цивілізованої частини світу.

Таким чином, щоб у майбутньому максимально використати наявний потенціал прифронтових регіонів для туристичної діяльності необхідно:

- залучити різноманітні ресурси для масштабного розмінування території;
- створити програми повоєнного відновлення туризму в прифронтових регіонах;
- підготувати потужну маркетингову кампанію для залучення туристів як і з інших регіонів України, так і з-за кордону;
- активно долучатись та подавати пропозиції до різноманітних проєктів, що підтримуються міжнародними донорами;
- розробити туристичні програми місцями військової слави Збройних сил України;
- відновити зруйновану та пошкоджену туристичну інфраструктуру;
- просувати нестандартні формати туризму;
- при підготовці тих чи інших туристичних проєктів та пропозицій необхідно за можливості прогнозувати всі ризики.

Питання відновлення туристичного потенціалу прифронтових територій актуальне навіть в нинішніх реаліях, оскільки після завершення військових дій ці території стануть ще одними туристичними магнітами України. Ці питання потребують подальшого опрацювання та консолідації зусиль представників владних структур, експертів туристичної сфери та науковців. Все це повинне створити підґрунтя для реінкарнації туризму у прифронтових областях та формування їх нового туристичного іміджу.

лідації зусиль представників владних структур, експертів туристичної сфери та науковців. Все це повинне створити підґрунтя для реінкарнації туризму у прифронтових областях та формування їх нового туристичного іміджу.

### Список використаних джерел / References:

- Antonenko, V., & Khutkyi, V. (2022). Influence of russian military aggression on the natural tourist resources of Ukraine. *Bulletin of the Kyiv National University of Culture and Arts. Series: Tourism*, 5(1), 64-82. [In Ukrainian]. [Антоненко В., Хуткий В. Вплив російської військової агресії на природні туристичні ресурси України. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2022. № 5(1). С. 64–82].
- Butler, R., & Suntikul, W. (2012). *Tourism and War*. London. Routledge. DOI: 10.4324/9780203107706.
- Causevic, S., & Lynch, P. (2011). Phoenix tourism: Post-conflict tourism role. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 780-800.
- Globaltrender (2022). How The War in Ukraine Will Affect European Tourism. URL: <https://globetrender.com/2022/04/28/how-the-war-in-ukraine-will-affect-european-tourism>
- Jacquot, S. (2021). Tourism and War. Via [En ligne], 19/2021, mis en ligne le 26 juillet 2021, consulté le 13 mars 2023. URL: <http://journals.openedition.org/viatourism/7095>; DOI: 10.4000/viatourism.7095.
- Kazakov, V. L., & Patsiuk, V. S. (2023). Strategy of tourism development in the city of Kryvyi Rih in the postwar period. In *Tourism in Ukraine: Challenges and Recovery: Proceedings of the International Tourism Forum* (pp. 116-120). Kyiv: KNEU [In Ukrainian]. [Кзаков В. Л., Пацюк В. С. Стратегія розвитку туризму в місті Кривий Ріг у повоєнний час. *Туризм в Україні: виклики та відновлення: Збірник матеріалів Міжнародного туристичного форуму*. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, 21-22 березня 2023 року. Київ: КНЕУ, С. 116–120].
- Khalid, U., Okafor, L. E., & Aziz N. (2020). Armed conflict, military expenditure and international tourism. *Tourism Economics*, 26(4), 555-577. DOI: 10.1177/1354816619851404.
- Nosyrev, O., Dediłova, T., & Tokar, I. (2022). Development of tourism and hospitality industry in the strategy of post-conflict economic recovery of Ukraine. *Sotsialno-Ekonomichni Problemy i Derzhava*, 1(26), 55-68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf> [In Ukrainian]. [Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. Вип. 1 (26). С. 55–68].
- Oleskiv, M. (2023). Priority tasks for the revival of tourism under martial law in Ukraine In *Tourism in Ukraine: Challenges and Recovery: Proceedings of the International Tourism Forum* (pp. 220-223). Kyiv: KNEU [In Ukrainian]. [Олесків М. Першочергові завдання відродження туризму в умовах воєнного стану в Україні. *Туризм в Україні: виклики та відновлення: Збірник матеріалів Міжнародного туристичного форуму*. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, 21-22 березня 2023 року. Київ: КНЕУ. С. 220–223].
- Pratt, S., & Liu, A. (2016). Does tourism really lead to peace? A global view. *International Journal of Tourism Research*, 18(1), 82-90. DOI: 10.1002/jtr.2035.
- Prykhodko, Z. V. (2023). International experience of restoration of tourist activity after military conflicts. In *Tourism in Ukraine: Challenges and Recovery: Proceedings of the International Tourism Forum* (pp. 272-275). Kyiv, KNEU. [In Ukrainian]. [Приходько З. В. Міжнародний досвід відбудови туристичної діяльності після воєнних конфліктів. *Туризм в Україні: виклики та відновлення: Збірник матеріалів Міжнародного туристичного форуму*. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, 21-22 березня 2023 року. Київ: КНЕУ, С. 272–275].
- RBC-Ukraine (2022). Routes of memory. Some of the objects destroyed by the war in Ukraine will be preserved for history. [In Ukrainian]. [Маршрути пам'яті. Частина зруйнованих від війни об'єктів в Україні збережуть для історії]. URL: [www.rbc.ua/ukr/travel/marshruty-pamyati-chast-razrushennyh-voyny-1650875008.html](http://www.rbc.ua/ukr/travel/marshruty-pamyati-chast-razrushennyh-voyny-1650875008.html)
- Reimann, M., Kornus, O. G., Vengerska, N. S., Kholodok, V. D., Patsiuk, V. S., & Palang, H. (2023). Development of tourism business in frontline communities in war conditions: foreign and Ukrainian experience. *Rehionalna Ekonomika*, 1, 105-113. DOI: 10.36818/1562-0905-2023-1-14. [In Ukrainian]. [Рейманн М., Корнус О.Г., Венгерська Н. С., Холодок В.Д., Пацюк В. С., Паланг Х. Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та український досвід. *Регіональна економіка*. 2023. Вип. 1. С. 105–113].
- Sira, E. O., Holubets, I. M., & Bezruchenkov, Y. V. (2022). Post-war recovery of tourism in Ukraine. *Ekonomika ta Upravlinnia Pidpriemstvamy*, 68, 155-158. [In Ukrainian]. [Сіра Е. О., Голубець І. М., Безрученков Ю. В. (2022). Післявоєнне відновлення туризму в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. Вип. 68. С. 155–158]. DOI: 10.32843/infrastruct68-27.
- Tourism in Ukraine: Challenges and Recovery (2023). *Proceedings of the International Tourism Forum*. Kyiv: KNEU. [In Ukrainian]. [Туризм в Україні: виклики та відновлення. Збірник матеріалів Міжнародного туристичного форуму. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, 21-22 березня 2023 року. Київ: КНЕУ, 2023. 337 с.]

---

United Nations International Tourism Organisation (2023). Impact of the russian offensive in Ukraine on international tourism. URL: <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism>

War and Tourism (2022). *Proceedings of the International Scientific and Practical Conference* (Kyiv, 11 November 2022). Kyiv: Geoprint LLC. [In Ukrainian]. [Війна та туризм: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 11 листопада 2022 р.). Київ: ТОВ «Геопринт», 2022. 319 с.].

Zarubina, A., Sira, E., & Demchuk, L. (2022). Peculiarities of tourism under martial law. *Ekonomika ta Suspilstvo*, 41. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-41-14. [In Ukrainian]. [Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. Вип. 41].

