

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-88>

УДК 338.48-6:355:725.945

ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ В'ІЗНОГО ВОЄННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

WAYS TO CREATE SUPPLY IN THE INBOUND MILITARY TOURISM MARKET IN UKRAINE

Щука Галина Петрівна

доктор педагогічних наук, професор,
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4368-5081>

Журба Ігор Євгенович

доктор економічних наук, професор,
Хмельницький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2554-0914>

Коробейникова Ярослава Степанівна

кандидат геологічних наук, доцент,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4882-8611>

Shchuka Halyna

Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education

Zhurba Igor

Khmelnytskyi National University

Korobeinykova Yaroslava

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

Статтю присвячено актуальним питанням формування пропозиції на ринку в'їзного воєнного туризму в Україні. Визначено сутнісні характеристики даного виду туризму та його ресурсну базу, встановлено основні терміни, які використовуються для означення даного виду подорожей, в результаті порівняння доведено, що об'єднуючим поняттям є «воєнний туризм». Переглянуто та доповнено розуміння структури даного сегменту туристичного ринку. Досліджено можливості розвивати воєнний туризм в Україні до закінчення російсько-української війни. Встановлено перелік областей, де за рахунок їхнього прикордонного положення, високого рівня безпечності території та наявних туристичних ресурсів доцільно формувати меморіальні, волонтерські, пізнавальні, пригодницько-розважальні та подієві тури для іноземців; зосередитися над розвитком солідарного туризму, де продукти воєнного туризму пропонувати як додаткові послуги.

Ключові слова: воєнний туризм, воєнні тури, ресурси воєнного туризму, структура воєнного туризму, пропозиція на ринку воєнного туризму.

The relevance of developing military tourism in Ukraine is due to several factors: honoring the memory of the fallen; the need to inform the world about the crimes of the occupiers; shaping the image of the Ukrainian state as a bastion of peace and democracy; supporting the domestic tourism market, which suffers significant losses as a result of Russian aggression; creating jobs and filling local budgets, etc. However, the development of this type of tourism is postponed until the end of the Russian-Ukrainian war, and thus is postponed for an indefinite period of time, despite the fact that demand exists and is met by self-organized travel. The purpose of this article is to identify ways to shape the supply side of the inbound military tourism market in Ukraine. The study was carried out on the basis of a systemic and structural approach using the methods of theoretical analysis and synthesis, comparison and contrast, forecasting and generalization. The study found that there is terminological uncertainty in the national tourismology, so the expediency of using the term "military tourism" is substantiated. The concept of military tourism is limited to travelling to safe areas ("cold" military tourism), while in the world it covers travel to the zone of active hostilities - "hot" military tourism. Accordingly, the structure of military tourism has been revised and expanded, and it has been determined which subtypes of it can be developed in a particular territory, depending on the risk zone

it belongs to. The author analyzes the level of security in different regions of Ukraine and identifies those areas where inbound military tourism can be developed. The practical value of the article lies in the possibility of using the recommendations which are provided: based on the available resources of military tourism (memorial complexes; modern military and defense facilities; military-historical natural objects; military adventure infrastructure, military-historical museums, etc.) to form memory routes and tours of cognitive, adventure, entertainment, and event nature; to provide opportunities for the development of volunteer and solidarity tourism, where military tourism products can act as additional services, and volunteers and tourists can be secondary consumers.

Keywords: military tourism, military tours, resources of military tourism, structure of military tourism, supply on the market of military tourism.

Постановка проблеми. Туристичний ринок України перебуває в надскладному стані. За попередніми оцінками науковців Державного торговельно-економічного університету, матеріальні збитки сектору туризму за один рік (лютий 2022 р. – лютий 2023 р.) склали понад 193 млрд доларів США [1, с. 58], і ця цифра лише зростає. Індустрія тримається майже виключно на вітчизняних туристах, співробітниках іноземних гуманітарних і медійних організацій, любителів «темного туризму» [2, с. 22]. За прогнозами ЮНЕСКО Україні знадобиться 9 мільярдів доларів і 10 років, щоб відновити культуру й туризм [3]. У ВТО ООН (UN Tourism) формується робоча група для підтримки туризму і економіки України [4].

Представники органів влади, громадських організацій, туристичного бізнесу та ЗВО, які готують фахівців туризму, також працюють над пошуками шляхів відновлення та розвитку сектору туризму та гостинності. ГС «НТОУ» за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України» було розроблено Стратегічну Дорожню карту «Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності в 2023–2033 роках» [2], в ДАРТ працюють над створенням мапи місць та маршрутів, що меморіалізують ціну української свободи [5].

Увага до військових подій в Україні з боку світової спільноти; зручне геополітичне розташування країни, наявність військової техніки та військових об'єктів, що представляють інтерес для туристів, можливість їх використання [6, с. 747] – ці та інші причини створюють передумови для успішного розвитку воєнного туризму в Україні. Водночас, більшість цей розвиток пов'язують лише з післявоєнним періодом [7, с. 121].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблематики воєнного туризму активізувалися з виділенням даного виду подорожей в окремий сегмент туристичного ринку. В Україні вони стали більш активними лише останні кілька років: з посиленням російської агресії та визначенням перспективності

продуктів воєнного туризму для повоєнного відновлення вітчизняного сектору туризму.

Над концепцією воєнного туризму працювали М. Гамкало [11], О. Поліщук, В. Кушнарьова, М. Каднічанська [9], Д. Каднічанський [9; 11], М. Луцник, Н. Барвінок, С. Філюк, А. Зарічняк та ін. А. Гуда [8], застосувавши мультидисциплінарний підхід до дослідження воєнного туризму, запропонував видову структуру цього виду туризму, а також охарактеризував основні терміни, що пов'язані з воєнними подорожами.

Перспективи розвитку даного виду туризму в Україні загалом та окремих її регіонах досліджували Л. Марценюк, Т. Чаркіна, Н. Чернова [7], О. Борисова (Полтавщина), Т. Гавриленко, Р. Мазурець, А. Сербенівська, Н. Коцан (Київщина) [6], Г. Заварика (Донеччина та Луганщина) [14], О. Галаган, О. Ковтонюк, Н. Корогода та Ю. Брайчевський (Українські Карпати).

Серед іноземних науковців найбільш важливими для нас були результати досліджень М. Pierkarz [15], N. Williams, P. Wassler, G. Fedeli [16], які представили концепцію «гарячого» воєнного туризму, визначили та охарактеризували його основні напрямки і цільову аудиторію.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проведений аналіз наукових досліджень показує, що на даному етапі в теорії та практиці вітчизняного туризму склалася суперечність між бажанням розвивати воєнний туризм та відсутністю чіткого розуміння, якою може бути пропозиція в даному сегменті туристичного ринку на даному етапі. Тому **метою даної статті** є визначення шляхів формування пропозиції на ринку в'їзного воєнного туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Воєнний туризм – відносно новий вид діяльності на туристичному ринку, який почав виділятися лише на зламі тисячоліть і залишається ще недостатньо дослідженим у теорії та поширеним на практиці. Безумовно, дослідження попиту на ринку воєнного туризму необхідно розпочати з визначення

поняття «воєнний туризм», встановлення його сутності та характерних особливостей.

Під поняттям «воєнний туризм» ми розуміємо вид подорожей, основним мотивом яких є взаємодія з туристичними об'єктами, які тим чи іншим чином пов'язані з війною, воєнними конфліктами та їхніми наслідками. У вітчизняній літературі для позначення даного виду туризму застосовують також терміни «військовий туризм» та «мілітарний туризм». Єдиної позиції щодо вживання цих термінів серед науковців немає: одні з них вважають їх синонімами, тоді як інші обирають один з термінів для характеристики явища загалом, а два інші – для назви підвидів. Серед зарубіжних науковців, як встановив А. Гуда, популярними є дефініції «commemorative tourism», «memorial tourism», «post-conflict tourism», «dark tourism», «battlefield tourism», «hot war tourism», які відображають різноманітні аспекти та підходи до теми воєнного туризму [8, с. 126].

Очевидно, що термінологічна невизначеність не лише негативно впливає на формування концептуальних основ даного виду подорожей, але й значно ускладнює комунікацію між постачальниками та потенційними споживачами даного турпродукту. Розділяємо позицію А. Гуди [8, с. 126], М. Каднічанської та Д. Каднічанського [9]: варто дослухатися рекомендацій філологів і узагальнюючим поняттям визнати «воєнний туризм», оскільки прикметник «воєнний» є ширшим, ніж «військовий», адже воєнний дискурс охоплює предметну сферу військового дискурсу та включає багатоманітний спектр як лінгвістичних (термінологія, фразеологізми), так і позалінгвістичних елементів (оборонна архітектура, музейні експозиції, меморіали, вплив бойових дій на цивільне населення тощо) [10].

Формування турпродукту здійснюється на основі наявних туристичних ресурсів у відповідності до потреб споживача. Ресурсами у воєнному туризмі виступають:

- фортеці та оборонні споруди;
- військово-історичні музеї та військові об'єкти;
- меморіальні комплекси;
- військові реконструкції, інші військові та військово-історичні заходи;
- військово-пригодницька інфраструктура – військові полігони, військові частини, страйкбольні клуби, мисливські господарства;
- військово-історичні природні об'єкти [11, с. 74] тощо.

Тисячолітня історія України супроводжувалася війнами, збройними протистояннями та конфліктами. Тому на території Української держави існує велика кількість об'єктів, які можна використовувати для формування пропозиції на ринку воєнного туризму. З початком російсько-української війни кількість цих об'єктів непомірно зросла і, на думку Т. Гавриленко та інших, більшість з них зосереджені в п'яти областях: Донецькій, Київській, Харківській, Херсонській та Одеській [6, с. 747]. Ми б додали до цього переліку ще Луганську, Запорізьку та Миколаївську області. Нажаль, цей перелік може збільшитися, адже війна ще триває.

Для зручності формування та просування продуктів військового туризму розділяють на три групи:

- продукти, які стосуються військового обладнання та техніки (наприклад, стрільба з військової зброї, катання на БТР);
- продукти, які стосуються історичних подій (екскурсії на місця бойових дій);
- продукти, які об'єднують обидві характеристики (відновлення історичних танкових боїв) [12, с. 87].

Таке групування вказує на те, що частина продуктів даного сегменту туристичного ринку не має «прив'язки» до території, що дозволяє розвивати цей вид туризму і в дестинаціях, що не перебувають чи не перебували в зоні активних бойових дій.

Різноманітність ресурсів воєнного туризму дає змогу задовольняти значний перелік потреб споживачів, котрі традиційно об'єднують у три напрями: пізнавальні, пригодницькі та подієві. В первинних дестинаціях (фактичні місця бойових дій) пропонувалися продукти, які стосувалися історичних подій; у вторинних – військової техніки та обладнання. Перші тяжіли до пізнавального туризму, другі – до пригодницького. В процесі розвитку воєнного туризму туроператори розширили свою пропозицію, наприклад, фортифікаційні споруди стали використовуватися в пізнавальних, пригодницьких і екстремальних турах.

З іншого боку, науковці наголошують, що існуюча класифікація подорожей за їхньою метою є застарілою, адже багато мандрівників беруть участь у кількох формах туризму одночасно [13]. Посилення російської агресії взагалі спонукало до перегляду концептуальних основ даного виду подорожей. Дискусійними залишаються питання коли і в який спосіб залишені наслідки війни можуть бути

доступними для туристів, а також низка етичних аспектів, пов'язаних з атрактуванням слідів війни.

Воєнний туризм в Україні розвивався лише на безпечних територіях. Навіть на деокупованих у 2014 році територіях Луганської та Донецької областей, хоча вони були повністю розміновані і цілком безпечні, туристична діяльність не проводилась [14, с. 192]. Пропозиція складалася з трьох видів військових турів: наземні (катання на бронетехніці, бойові стрільби, відвідування музеїв), повітряні (польоти на військових та навчально-тренувальних літаках, стрибки з парашутом) та водні (стратегічні та тактичні ігри на воді, експедиції на воді, реконструкція боїв на воді). Найпоширеніші варіанти пропозицій – комбіновані тури, без позначення туру конкретної військової тематики. Найпростіший сценарій екскурсії передбачав відвідування військових об'єктів і музеїв у поєднанні з польовою кухнею та військово-спортивними іграми [6, с. 745–746].

З посиленням російської агресії вітчизняний ринок воєнного туризму змінив умови свого функціонування, в результаті чого почав активно розвиватися напрямок, який М. Piekarz [15] називає «гарячий воєнний туризм». Таку назву отримали подорожі в зону активних бойових дій на протиположному воєнному туризму», який передбачає

реалізацію турів даного спрямування в безпечні регіони.

В складі гарячого воєнного туризму М. Piekarz [15], N. Williams та інші науковці [16] виділяють «гарячі військові подорожі», «бойове волонтерство», «небойове волонтерство» та «віртуальні військові подорожі». В такому випадку структура воєнного туризму набуває зовсім іншого змісту (рис. 1), де:

– *гарячі воєнні подорожі* – подорожі в зону активних бойових дій з пізнавальною та (чи) діловою метою;

– *«бойове волонтерство»* – подорожі з метою взяти участь у конфлікті в іншій країні в якості бійців-добровольців;

– *«небойове волонтерство»* – подорожі з метою безоплатно надавати медичну, психологічну та інші види допомоги жертвам воєнного конфлікту;

– *«віртуальна військова подорож»* – онлайн-подорож з метою пізнання та (чи) бойового / небойового волонтерства;

– *воєнно-історичний (пізнавальний) туризм* – подорож з метою знайомства з воєнною спадщиною та вшанування пам'яті загиблих;

– *воєнно-пригодницький туризм* – активний відпочинок, який передбачає використання військової техніки та спорядження, участь у військових навчаннях та маневрах тощо;



Рис. 1 Структура воєнного туризму

Джерело: складено авторами

– *воєнно-подієвий туризм* – подорож з метою відвідування військово-історичних реконструкцій, фестивалів, воєнних парадів тощо;

– *воєнно-меморіальний туризм* (паломницький туризм, маршрути пам'яті) – подорож з метою відвідування місць загибелі та (чи) поховання близьких чи відомих осіб.

Як бачимо, концептуалізація війни розширилася, гібридна війна спричинила новий, віртуальний, вимір воєнного туризму. Такий підхід передбачає переосмислення переліку регіонів України, які можуть бути задіяні в розвитку воєнного туризму, та цільової аудиторії даного сегменту ринку.

Відповідно до існуючої концепції, вся території України, з точки зору її придатності для організації військового туризму, розподілялася на три зони:

– *придатна* – не зазнала істотних обстрілів, не потребує розмінування територій, відновлення інфраструктури;

– *малопридатна* – зазнала значних обстрілів, потребує значного часу на відновлення інфраструктури, розмінування;

– *непридатна в найближчій перспективі* (5 років) – територія активних бойових дій, більшість з яких була окупована російськими військами [11, с. 75].

Але якщо аналізувати придатність території в рамках нової концепції воєнного туризму, навіть в зонах активних бойових дій можуть розвиватися окремі його підвиди (див. табл. 1).

Як бачимо, ринок воєнного туризму є багатосегментний. Одним із основних критеріїв сегментації є рівень ризику. На основі цього

показника можна визначити, які продукти воєнного туризму можуть бути пропонувані на локальних ринках України (див. табл. 2).

Очевидно, що на практиці реалізувати вказані можливості досить складно. Незважаючи на те, що війна триває більше 10 років, сектор туризму не має досвіду організації турів деокупованою територією чи зоною активних бойових дій. Основна причина – не відсутність попиту, а недоліки нормативно-правового забезпечення галузі. В Законі України «Про туризм» немає визначення поняття «воєнний туризм» (інші терміни, які могли б означати цей вид подорожей: «військовий туризм», «мілітарний туризм» – також не згадуються), стандарти застарілі або відсутні. Проблемою організації такого виду туризму може бути забезпечення безпеки подорожі, адже мало ймовірно, що будь яка страхова компанія в установленому порядку відповідно до Закону України «Про туризм» візьме на себе відповідальність за такого туриста.

Відповідно, розвивати частину напрямків воєнного туризму за таких умов неможливо, тому вони існують нелегально чи напівлегально. На сьогодні спостерігається деякий попит на воєнний туризм до місць, які стали деокуповані, до територій військових дій тощо. Проте, вести статистичний облік таких подорожей вкрай важко, діяльність організаторів поїздок неконтрольована, статистика в'їздів не проводиться цивільними структурами. Так як усі дослідження мають справу з легальними формами подорожей, інформація про напівлегальний воєнний туризм,

Таблиця 1

Можливості розвитку воєнного туризму на території воюючої країни

Рівень безпечності території	Підвиди воєнного туризму	
	«Гарячий»	«Холодний»
Низький (територія окупована / йдуть активні воєнні дії, високий рівень вірогідності ракетних ударів)	гарячі воєнні подорожі; бойове волонтерство; небойове волонтерство; віртуальна військова подорож	
Середній (територія має спільний кордон з рф або рб / деокупована територія, потенційно замінована, ризики ракетних ударів)	гарячі воєнні подорожі; небойове волонтерство; віртуальна військова подорож;	воєнно-пригодницький туризм; воєнно-паломницький туризм
Низький (територія знаходиться на значній відстані від лінії фронту, ризики ракетних ударів незначні)	небойове волонтерство; віртуальна військова подорож	воєнно-історичний; воєнно-пригодницький; воєнно-подієвий; воєнно-паломницький види туризму

Джерело: складено автором

Таблиця 2

Потенційна пропозиція на ринку воєнного туризму в окремих регіонах України

Рівень безпеки території	Пропозиція на ринку
<i>Низький:</i> Херсонська, Донецька, Луганська, Одеська, Миколаївська, Запорізька, Харківська та Сумська області	гарячі воєнні подорожі; бойове волонтерство; волонтерські тури; віртуальна військова подорож
<i>Середній:</i> м. Київ та область, Волинська Чернігівська, Вінницька, Дніпропетровська, Хмельницька, Полтавська, Рівненська, Житомирська області	гарячі воєнні подорожі; волонтерські тури; віртуальна військова подорож; воєнно-пригодницькі тури; воєнно-паломницькі тури
<i>Високий:</i> Тернопільська, Івано-Франківська Закарпатська, Львівська, Чернівецька, Черкаська, Кіровоградська області	волонтерські тури; віртуальна військова подорож воєнно-історичний туризм; воєнно-пригодницький туризм; воєнно-подієвий туризм; воєнно-паломницький туризм

Джерело: складено авторами

який існує за участі командирів окремих військових частин, та «воєнних туристів», які не користуються послугами туристичних фірм, відсутня. Очевидно, що без законодавчого урегулювання легальний розвиток «гарячого» туризму неможливий.

Стримує розвиток воєнного туризму бажання представників органів влади, бізнесу та наукової спільноти, незважаючи на наявність попиту, розпочати його після завершення бойових дій та обмежити подорожами безпечними регіонами. Це, з одного боку, відтерміновує цей процес на невизначений період, з іншого, сприяє поширенню неорганізованих індивідуальних подорожей зацікавлених туристів територією нашої країни.

Згідно з численними заявами ДАРТ, найбільш перспективним напрямком повоєнного відновлення вітчизняного туризму будуть меморіальний туризм та маршрути пам'яті [17]. Проте, як свідчать проведені дослідження у п'яти прифронтових областях [18], лише 6,5% представників туристичного бізнесу (туроператор, турагент, ФОП тощо), 8,0% представників закладів туристичної атракції та 9,5% представників структурних підрозділів виконавчої влади, що координують туристичну діяльність, готові працювати в даному напрямі. Дослідники припускають, що більшість опитаних не володіє точною термінологією та розумінням складових «темного туризму», до якого належить меморіальний воєнний туризм та маршрути пам'яті. На нашу думку, це опосередковано вказує на необхідність підвищення кваліфікації фахівців, які забезпечують розвиток туризму, та неготов-

ність мешканців деокупованих територій до взаємодії з туристами, які цікавляться наслідками воєнних конфліктів.

Очевидно, що це лише верхівка айсбергу, і факторів, що стримують розвиток даного виду туризму, значно більше. Проте, навіть у даних воєнно-політичних та соціально-економічних умовах можливо сформулювати пропозицію на вітчизняному ринку воєнного туризму. Варто почати з областей, які мають високий рівень безпеки (див. табл. 2).

Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська та Чернівецька області до повномасштабного вторгнення демонстрували високий рівень розвитку туризму [2, с. 18] і мають кордони з іноземними державами, що є гарним фактором для розвитку в'їзного туризму. Продукти воєнного туризму можуть пропонуватися в якості як основних, так і додаткових послуг, як для первинних, так і для вторинних споживачів, в залежності від мети, з якою вони завітали до України (див. табл. 3).

Природно, що мотивації туристів відрізняються. Це може бути розважальна поїздка з метою постріляти з автомата та покататися на танку чи відвідати Україну з метою ознайомитися з наслідками війни та підтримати місцеве населення. І навіть якщо це буде, до прикладу, Закарпатська область, де наразі не відбувається воєнних дій, це також може розглядатися як воєнний туризм, якщо пропозицію сформовано відповідним чином. Адже в очах значної кількості іноземців великої різниці між різними регіонами України немає, і перетнути український кордон – це вже побувати на території, де йдуть воєнні дії. З іншого

Таблиця 3

Пропозиція воєнного туризму в залежності від потреб споживачів

Потреба споживача	Відповідна пропозиція на ринку воєнного туризму
Нові пригоди та відчуття	Проживання в умовах військових частин, участь у навчаннях, які включають використання військової техніки та стрільбу з різних видів вогнепальної зброї; участь у воєнно-тактичних, військово-спортивних іграх
Пізнавальні: з метою краще зрозуміти соціально-політичний контекст конфлікту	Демонстрація воєнних трофеїв, відвідування музеїв / виставок бойової техніки, зустрічі з ветеранами, волонтерами, ВПО; відвідування військово-оборонних об'єктів; відвідування військових частин, знайомство з військовим побутом; перегляд документальних фільмів.
Надати матеріальну та фізичну підтримку постраждалому населенню	Волонтерські тури (допомога в госпіталях, робота з ВПО, ветеранами і т.д.)
Вшанувати пам'ять загиблих	Відвідування меморіалів, могил загиблих Героїв, спілкування з родичами загиблих

Джерело: складено авторами

боку, можна задіяти об'єкти, пов'язані з подіями Першої та Другої світових воєн, які є на території регіону.

Не всі напрямки воєнного волонтерського туризму можуть бути реалізовані на названих територіях. Наприклад, бойове волонтерство, розмінування чи очищення території від завалів – не актуальні, і навпаки, вітаються медична, психологічна, соціальна, правова допомога ветеранам, їхнім родинам чи ВПО. Розвитку даного виду туризму доцільно приділити відповідну увагу, бо туристи-волонтери створюють соціальні послуги, надаючи свою допомогу в місці перебування, сприяють популяризації регіону, розвитку громадського сектору та покращенню життя місцевих громад [19].

Також, необхідно використати можливість реалізації на цих територіях пропозицій соціального туризму (подорожі, організовані на постраждалі території з метою їх підтримки). Соціальні туристи – це люди з високим рівнем емпатії. Традиційно вони віддають перевагу пізнавальним турам, які дозволяють ближче познайомитися з країною та краще зрозуміти її народ. З точки зору воєнного туризму – це вторинні споживачі: вони їдуть з іншою метою, ніж інтерес до воєнних подій, але при можливості відвідують фортифікаційні споруди, історичні воєнні реконструкції тощо.

Очевидно, що необхідно ретельно працювати над ресурсною базою. Можливо, її значно більше, ніж це здається на перший погляд. Наприклад, не дивлячись на відсутність військових дій у Волинській та Рівненській областях на даній території наявний

широкий спектр об'єктів визвольної війни 2022 р., зокрема різноманітні системи укріплень, відпрацьовані маршрути розвід груп, облаштовані позиції різних видів озброєння тощо. Існуючі системи траншей та бліндажів після оновлення, вдосконалення, часткової музеєфікації, можливо використовувати як високоатрактивні об'єкти чи заклади розміщення [11, с. 75].

Висновки. Воєнний туризм – це вид подорожей, основним мотивом яких є взаємодія з туристичними ресурсами, які тим чи іншим чином пов'язані з війною, воєнними конфліктами та їхніми наслідками. Дотримання звичної концепції, яка не містить поняття «гарячий воєнний туризм» і передбачає подорожі лише на повністю безпечні території, очікування завершення війни, відсутність нормативно-правового регулювання даного сегменту туристичного ринку стримує його розвиток і частину пропозицій переводить у розряд напівлегальних.

При формуванні пропозиції на ринку воєнного туризму основним критерієм виступає рівень безпеки в дестинації. Відповідно, наразі в'їзний воєнний туризм можна розвивати у Львівській, Чернівецькій, Закарпатській та Івано-Франківській областях. Також необхідно враховувати багатосегментність даного явища: подорожі можуть набувати риси пізнавального / волонтерського / подієвого / пригодницько-розважального / солідарного / паломницького або одночасно кількох видів туризму.

Підготовка фахівців туризму, які можуть працювати з воєнною спадщиною, буде проблемою наших подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ткаченко Т. І. та ін. Аналітичне дослідження втрат туристичної індустрії від війни в Україні: аналітичний звіт з науково-дослідної роботи. Київ, 2023. 105 с. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-war-%D0%86mpact-analysis.pdf>
2. Стратегічна Дорожня карта «Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності в 2023–2033 роках». Київ, 2024. 61 с. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-small-and-medium-sized-businesses-recovery.pdf>
3. Україні знадобиться 9 мільярдів доларів і 10 років, щоб відновити культуру й туризм – ЮНЕСКО. *Радіо Свобода*. 14 лютого 2024 р. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-yunesko-vidbudova-kultura/32819648.html>
4. У ВТО ООН планують створити робочу групу для підтримки туризму і економіки України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-vto-oon-planuyut-stvoriti-robochu-grupu-dlya-pidtrimki-turizmu-i-ekonomiki-ukrayini>
5. У ДАРТ озвучили пріоритетні напрямки роботи на 2024 рік. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-dart-ozvuchili-prioritetni-napryamki-roboti-na-2024-rik>
6. Havrylenko T. V., Mazurets R. R., Serbenivska A. Y., Kotsan N. N. Promotion of military tourism as a tool of socioeconomic development of a region (on the example of Kyiv Oblast). *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2024. №32 (4). С. 741–752. DOI: <https://doi.org/10.15421/112365>
7. Martseniuk L., Charkina T., Chernova N., Batmanghlich C. Military Tourism as a Strategic Direction of Internal Tourism in Ukraine. *Philosophy, Economics and Law Review*. 2023. Vol. 3, № 1. С. 116–127. DOI: <https://doi.org/10.31733/2786-491X-2023-1-116-127>
8. Гуда А. Концептуальні аспекти воєнного туризму. *Географічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2024. № 3(3). С. 124–133. DOI: <https://doi.org/10.32782/geochasvnu.2024.3.13>
9. Каднічанський Д., Каднічанська М. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід* : матеріали XIV Міжнародної наукової конференції, м. Львів, 9 жовтня 2020 р. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2020. С. 132–138.
10. Гуржій О., Пилявець Р. Сучасна воєнно-історична та воєнна термінологія: проблемні питання. *Сторінки воєнної історії України*. 2009. Вип. 12. С. 19–24.
11. Гамкало М., Каднічанський Д. Аспекти розвитку воєнного туризму в Україні в контексті російсько-української війни XXI століття. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід*: Мат-ли XVI наук. конф-ції з міжнар. участю. Львів, 2022. С. 73–78.
12. Hrusovsky M., Noeres K. Military tourism. *The Long Tail of Tourism: Holiday Niches and their Impact on Mainstream Tourism*. 2011. P. 87–94. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-8349-6231-7_10
13. Podciborski T., Klimach A., Konieczny D., Zabielski J. A method for evaluating the impact of universal design on the attractiveness of military tourism sites. *Acta Scientiarum Polonorum Administratio Locorum*. 2023. № 22(2). С. 209–224. DOI: <https://doi.org/10.31648/aspal.8485>
14. Заварика Г. Військовий туризм як особливність розвитку туризму на постконфліктній території. *Журнал геології, географії та геоекології*. 2022. № 31(1). С. 186–193. DOI: <https://doi.org/10.15421/112218>
15. Piekarz M. Hot War Tourism: The Live Battlefield and the Ultimate Adventure Holiday? In C. Ryan (Ed.) *Battlefield Tourism: History, Place and Interpretation*. Elsevier. 2007. P. 153–169. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-045362-0.50019-1>
16. Williams N. L., Wassler P., Fedeli G. Social representations of war tourism: A case of Ukraine. *Journal of Travel Research*. 2023. № 62(4). P. 926–932. DOI: <https://doi.org/10.1177/00472875221146797>
17. Маршрути пам'яті. Частина зруйнованих від війни об'єктів в Україні зберезуть для історії. URL: www.rbc.ua/ukr/travel/marshruty-pamyati-chast-razrushennyh-voyny-1650875008.html
18. Reimann M., Kornus O. H., Patsiuk V. S., Venherska N. S., Kholodok V. D., Palang H.. Tourism in Ukrainian frontline communities: trends, challenges, and development prospects. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2023. Vol 32(3). P. 89–98. DOI: <https://doi.org/10.15421/112352>
19. Пацюк В. С., Щука Г. П., Василенко А. І. Волонтерський туризм: теоретичний дискурс. *Географічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2024. № 4. С. 93–111.

REFERENCES:

1. Tkachenko T. I. et al. (2023). Analytical study of the losses of the tourism industry from the war in Ukraine: an analytical report from the research work [Analytical study of the losses of the tourism industry from the war in Ukraine: an analytical report from the research work]. Kyiv. 105 p. Available at: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-war-%D0%86mpact-analysis.pdf>

2. Stratehichna Dorozhnia karta «Vidnovlennia maloho ta serednoho biznesu u sektori turizmu ta hostynnosti v 2023–2033 rokakh» [Strategic Roadmap «Recovery of small and medium-sized businesses in the tourism and hospitality sector in 2023–2033»]. Kyiv, 2024. 61 p. Available at: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-small-and-medium-sized-businesses-recovery.pdf>
3. Ukraini znadobytsia 9 miliardiv dolariv i 10 rokov, shchob vidnovyty kulturu y turizm – YuNESKO [Ukraine will need 9 billion dollars and 10 years to restore culture and tourism – UNESCO]. Radio Svoboda, 14 liutoho 2024 r. Available at: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-yunesko-vidbudova-kultura/32819648.html>
4. U VTO OON planuiut stvoryty robochu hrupu dlia pidtrymky turizmu i ekonomiky Ukrainy [The UN WTO plans to create a working group to support tourism and the economy of Ukraine]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-vto-oon-planuyut-stvoriti-robochu-grupu-dlya-pidtrimki-turizmu-i-ekonomiki-ukrayini>
5. U DART ozvuchyly priorytetni napriamky roboty na 2024 rik [DART announced the priority areas of work for 2024]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-dart-ozvuchili-priorytetni-napriamki-roboti-na-2024-rik>
6. Havrylenko T. V., Mazurets R. R., Serbenivska A. Y., Kotsan N. N. (2024). Promotion of military tourism as a tool of socioeconomic development of a region (on the example of Kyiv Oblast). *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, no. 32 (4), pp. 741–752. DOI: <https://doi.org/10.15421/112365>
7. Martseniuk, L., Charkina, T., Chernova, N., Batmanghlich C. (2023) Military Tourism as a Strategic Direction of Internal Tourism in Ukraine. *Philosophy, Economics and Law Review*. Vol. 3, no. 1. P. 116–127. DOI: <https://doi.org/10.31733/2786-491X-2023-1-116-127>
8. Huda, A. (2024). Kontseptualni aspekty voiennoho turizmu [Conceptual aspects of military tourism]. *Heohrafichnyi chasopys Volynskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, no. 3(3), pp. 124–133. DOI: <https://doi.org/10.32782/geochasvnu.2024.3.13> (In Ukrainian)
9. Kadnichanskyi, D., Kadnichanska, M. (2020). Militarynyi turizm: problematyka terminolohii ta klasyfikatsii [Military tourism: problems of terminology and classification]. *Heohrafiia, ekonomika i turizm: natsionalnyi ta mizhnarodnyi dosvid* : materialy XIV Mizhnarodnoi naukovi konferentsii, m. Lviv, 9 zhovtnia 2020 r. Lviv : LNU im. Ivana Franka, 2020. P. 132–138. (In Ukrainian)
10. Hurzhii, O., & Pylavets, R. (2009). Suchasna voienno-istorychna ta voienna terminolohiia: problemni pytannia [Modern war-historical and war terminology: problematic issues]. *Storinky voiennoi istorii Ukrainy*. Vyp. 12. P. 19–24. (In Ukrainian)
11. Hamkalo, M., Kadnichanskyi, D. (2022). Aspekty rozvytku voiennoho turizmu v Ukraini v konteksti rosiisko-ukrainskoi viiny XXI stolittia [Aspects of the development of military tourism in Ukraine in the context of the Russian-Ukrainian war of the 21st century]. *Heohrafiia, ekonomika i turizm: natsionalnyi ta mizhnarodnyi dosvid*: Mat-ly XVI nauk. konf-tsii z mizhnar. uchastiu. Lviv, 73–78 (In Ukrainian)
12. Hrusovsky M., Noeres K. (2011). Military tourism. The Long Tail of Tourism: Holiday Niches and their Impact on Mainstream Tourism. P. 87–94. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-8349-6231-7_10
13. Podciborski, T., Klimach, A., Konieczny, D., & Zabielski, J. (2023). A method for evaluating the impact of universal design on the attractiveness of military tourism sites. *Acta Scientiarum Polonorum Administratio Locorum*. no 22(2). P. 209–224. DOI: <https://doi.org/10.31648/aspal.8485>
14. Zavarika, G. (2022) Militari-tury yak osoblyvist post-konfliktnoho rozvytku turizmu terytorii [Military tours as a feature of the post-conflict tourism development of the territory]. *Zhurnal z heolohii, heohrafii ta ekolohii*, no 31(1). P. 186–193. DOI: <https://doi.org/10.15421/112218> (in Ukrainian)
15. Piekarz, M. (2007). Hot War Tourism: The Live Battlefield and the Ultimate Adventure Holiday? In C. Ryan (Ed.). *Battlefield Tourism: History, Place and Interpretation*. Elsevier. P. 153–169. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-045362-0.50019-1>
16. Williams, N. L., Wassler, P., & Fedeli, G. (2023). Social representations of war tourism: A case of Ukraine. *Journal of Travel Research*, no. 62(4), pp. 926–932. DOI: <https://doi.org/10.1177/00472875221146797>
17. Marshruty pamiaty. Chastynu zruinovanykh vid viiny obektiv v Ukraini zberezhut dlia istorii [Memory routes. Some of the objects destroyed by the war in Ukraine will be preserved for history]. Available at: www.rbc.ua/ukr/travel/marshruty-pamyati-chast-razrushennyh-voiny-1650875008.html
18. Reimann M., Kornus O. H., Patsiuk V. S., Venherska N. S., Kholodok V. D., Palang H. (2023). Tourism in Ukrainian frontline communities: trends, challenges, and development prospects. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, vol 32(3), pp. 89–98. DOI: <https://doi.org/10.15421/112352>
19. Patsiuk V. S., Shchuka H. P., Vasylenko A. I. (2024). Volonterskyi turizm: teoretychnyi dyskurs [Volunteer tourism: theoretical discourse]. *Heohrafichnyi chasopys Volynskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*. no. 4, pp. 93–111.