

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-76-107>

УДК 338.48:316.4(477)

# СОЦІАЛЬНІ ТА ПОВЕДІНКОВІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ: АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД

## SOCIAL AND BEHAVIORAL ASPECTS OF TOURISM TRANSFORMATION IN UKRAINE UNDER WARTIME CONDITIONS: AN ANALYTICAL REVIEW

**Пелюх Оксана Романівна**

кандидат економічних наук,

Національний лісотехнічний університет України

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1889-3623>

**Pelyukh Oksana**

Ukrainian National Forestry University

У статті представлено аналітичний огляд трансформації туристичної галузі України в умовах повномасштабної війни, зосереджуючись на соціальних та поведінкових аспектах. Розглядається вплив військових дій на туристичний попит, обсяги послуг та зміни в поведінкових моделях споживачів. У статті також представлено концепцію «солідарного туризму» та його роль у підтримці постраждалих регіонів, а також аналізують адаптаційні стратегії туристичних підприємств. Крім того, приділяється увага потенціалу агротуризму як інструменту соціально-економічного відновлення, підкреслюючи необхідність інституційних змін для його розвитку. Зроблено висновок про те, що існуючі плани відновлення країни недостатньо враховують цей сектор. Встановлено, що туристичний сектор в Україні продемонстрував високу здатність до адаптації та трансформації, перетворившись на інструмент соціальної підтримки та відновлення.

**Ключові слова:** туризм в умовах війни, трансформація туристичного попиту, солідарний туризм, менеджмент туризму, агротуризм.

The development of tourism in Ukraine and globally continues to experience a significant negative impact due to Russia's full-scale invasion in 2022, which is reflected both in a sharp decline in the volume of tourism services and in changes in consumer behavior patterns. The article presents an analytical overview of the transformation of Ukraine's tourism sector under the conditions of full-scale war, focusing on social and behavioral aspects. It examines the impact of military actions on tourist demand, the volume of services, and changes in consumer behavior patterns. Investigation show that the volume of tourism services sharply declined in 2022 (Q1: UAH 636.1 million, 2.3 times less than in 2021). However, a gradual recovery has been observed since 2023, particularly in domestic tourism, reaching UAH 1520.4 million in Q3 2024. Ukraine is classified as a high-risk country on the 2025 global risk map due to military actions and instability, requiring careful consideration for planning activities. A State Agency for Tourism Development online survey revealed that 54.7% of respondents had not traveled to other regions of Ukraine for tourism since February 2022. Key factors influencing travel choice include nature, affordability, and region safety and stability (27.2%). The main obstacles cited were safety (57.4%) and financial costs. Notably, 21.1% travel to support the country's economy. The concept of "solidarity tourism" and its role in supporting affected regions is explored, along with the adaptive strategies of tourism enterprises. Additionally, the article highlights the potential of agrotourism as a tool for socio-economic recovery, emphasizing the need for institutional changes to support its development. Agrotourism, historically minor, showed increased tax revenues in western regions during the war, hosting internally displaced persons. It holds high potential for sustainable regional development, though existing recovery plans do not sufficiently account for it. It concludes that current recovery plans insufficiently account for this sector and that Ukraine's tourism industry has demonstrated a high capacity for adaptation and transformation, becoming an instrument of social support and national recovery.

**Keywords:** tourism under wartime conditions, transformation of tourist demand, solidarity tourism, tourism management, agrotourism.

**Постановка проблеми.** Розвиток туризму в Україні та світі продовжує зазнавати значного негативного впливу внаслідок повномасштабного вторгнення росії у 2022 р., що проявляється як у різкому падінні обсягів туристичних послуг, так і у зміні поведінкових моделей споживачів. Водночас криза актуалізувала нові функції туризму як простору для соціальної взаємодії, гуманітарної підтримки, психологічного відновлення та консолідації суспільства. У цьому контексті виникає потреба в осмисленні нових форм взаємодії у туристичному секторі, таких як солідарний туризм, філантуризм, адаптивні бізнес-моделі та соціально відповідальне підприємництво.

Сучасні умови вимагають переосмислення ролі туризму в умовах соціальних, економічних та безпекових викликів, з особливою увагою до локальних ініціатив та альтернативних форматів, які здатні підтримувати вразливі групи населення та сприяти регіональному відновленню. Особливої уваги заслуговує агротуризм, що демонструє потенціал як інструмент економічної адаптації та сталого розвитку сільських громад, хоча й залишається маргіналізованим у державній політиці та планах післявоєнного відновлення. Таким чином, актуальною науковою проблемою стає комплексне дослідження соціальних і поведінкових аспектів трансформації туризму в Україні в умовах війни, зокрема змін у мотивації туристів, нових моделей споживчої поведінки, механізмів адаптації туристичних підприємств та перспектив розвитку нових форматів туризму, здатних відповідати на виклики воєнного часу.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Стан та перспективи розвитку туризму в Україні досліджували Соловій І., Адамовський О., Дубовіч І. [4], Журба І., Несторишен І. [3] та ін. Низка досліджень – Dolnicar та McCabe [5], Josiassen та ін. [6], Tomej та ін. [10], Ohorodnyk та Finger [7] та ін., окреслили нові соціальні та поведінкові феномени в туристичному середовищі, зокрема філантуризм, солідарний туризм та трансформацію функцій туризму в умовах кризи. Вони акцентують увагу на важливості переосмислення ролі туристичних практик як інструменту підтримки, гуманітарної допомоги та регіонального відновлення. Водночас, вивчення поведінкових реакцій самих туристів в Україні, впливу безпекових чинників на споживчі преференції, а також практичного втілення адаптаційних стратегій у сфері гостинності залишається фрагментарним.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на зростання уваги до трансформацій у сфері туризму під впливом війни, низка важливих аспектів досі залишається недостатньо вивченою. Насамперед, потребує аналізу зміна поведінки українських споживачів туристичних послуг у контексті безпекових ризиків та соціальних трансформацій. Важливо також з'ясувати, які соціальні реакції – зокрема солідарність, філантуризм чи бойкотування – стали визначальними у ставленні до туризму в умовах війни. Особливої уваги заслуговує оцінка ефективності адаптивних бізнес-моделей, які впроваджуються підприємствами туристичного сектору з метою виживання та підтримки локальних громад. У фокусі також має бути потенціал нових ніш, таких як агротуризм, як одного з інструментів для соціально-економічного відновлення постраждалих територій.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є аналітичне осмислення соціальних та поведінкових аспектів трансформації туристичного сектору України в умовах війни. Стаття має на меті виявити ключові тенденції споживчої поведінки, оцінити адаптаційні реакції туристичних підприємств та окреслити перспективи розвитку нових форматів туризму, зокрема агротуризму, як інструменту соціальної підтримки, економічної адаптації та регіонального відновлення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Безпекова ситуація у світі має суттєвий вплив на розвиток туристичного сектору економіки. Розроблена компаніями Safeture та Riskline [8] карта глобальних ризиків на 2025 рік надає комплексну оцінку рівнів безпеки в країнах світу на основі політичної, соціальної, медичної та інфраструктурної ситуації. Візуалізація класифікує країни за п'ятибальною шкалою: від «незначного ризику» (зеленим кольором) до «критичного ризику» (темно-червоним кольором). Розроблена карта є інструментом для оцінки безпеки при плануванні подорожей, міжнародного співробітництва та реалізації освітніх чи бізнесових проєктів.

Україна на карті позначена як країна з високим рівнем ризику (помаранчевий та червоний кольори). Це свідчить про складну безпекову ситуацію, що зумовлена воєнними діями, обмеженням мобільності у низці регіонів, а також загрозами, пов'язаними з інфраструктурною нестабільністю. Високий ризик

охоплює як загальний рівень безпеки, так і доступ до медичних послуг, труднощі з перебуванням та можливі соціально-політичні загрози.

У порівнянні з іншими європейськими державами, більшість яких мають статус «незначного» або «низького ризику», Україна перебуває в зоні підвищеної уваги з боку міжнародної спільноти. Сусідні країни, зокрема Словаччина, Польща, Угорщина та Румунія, класифікуються як безпечніші для перебування, що впливає на міграційні потоки, гуманітарну допомогу та логістичні маршрути. Таким чином, карта ризиків 2025 року вказує на необхідність ретельного врахування безпекової ситуації в Україні при плануванні будь-якої діяльності, особливо міжнародної, та акцентує на важливості адаптаційних стратегій для забезпечення безпеки громадян і партнерів країни.

Упродовж періоду з I кварталу 2021 року до IV кварталу 2024 року спостерігається значна динаміка змін в обсягах реалізованих туристичних послуг в Україні [2], що обумовлена як зовнішніми викликами, так і внутріш-

німи процесами адаптації ринку (табл. 1). Згідно з даними, у 2021 році галузь демонструвала стабільне зростання з характерною сезонністю, зокрема піковими значеннями у III кварталі, що відповідає активному туристичному сезону. Так, загальний обсяг реалізованих послуг у III кварталі 2021 року становив 4147,9 млн. грн, що було найвищим показником за весь період до початку повномасштабної війни.

Різке скорочення обсягів реалізованих послуг у 2022 році свідчить про суттєвий вплив воєнних дій на туристичну сферу. У порівнянні з аналогічним періодом попереднього року, показники знизилися у кілька разів. Зокрема, у I кварталі 2022 року загальний обсяг становив лише 636,1 млн. грн, що у 2,3 рази менше порівняно з I кварталом 2021 року. Найбільших втрат зазнали туристичні агентства та оператори, які традиційно формують переважну частку ринку (до 90% від загального обсягу послуг).

Починаючи з 2023 року, спостерігається поступове відновлення туристичної діяльності. Хоча показники залишалися ниж-

Таблиця 1

**Обсяг реалізованих послуг у сфері туризму в Україні за період 2021–2024 рр.**

Роки	Квартали	Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність, млн. грн.	Діяльність туристичних агентств і туристичних операторів, млн. грн.	Надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність, млн. грн.
2021	I квартал	1491,5	1359,2	132,3
	II квартал	3019,0	2866,8	152,2
	III квартал	4147,9	3952,0	195,8
	IV квартал	2032,0	1829,9	202,1
2022	I квартал	636,1	542,4	93,7
	II квартал	289,9	179,4	110,4
	III квартал	528,9	368,4	160,6
	IV квартал	476,0	312,4	163,6
2023	I квартал	520,3	370,4	149,9
	II квартал	673,4	485,7	187,7
	III квартал	932,7	680,3	252,4
	IV квартал	841,2	500,7	340,5
2024	I квартал	851,3	618,6	232,7
	II квартал	847,7	554,6	293,1
	III квартал	1520,4	1023,4	497,0
	IV квартал	1217,3	661,4	555,8

Джерело: сформовано автором за даними Державної служби статистики України [2]

чими від довоєнного рівня, уже у III кварталі 2023 року обсяг реалізованих послуг перевищив 930 млн грн, що свідчить про активізацію внутрішнього туризму та адаптацію гравців ринку до нових умов. Тенденція зростання збереглася і у 2024 році, зокрема у III кварталі загальний обсяг досяг 1520,4 млн. грн, що є найвищим показником з початку повномасштабного вторгнення.

Окремо варто зазначити позитивну динаміку у сегменті надання послуг із бронювання та пов'язаної з цим діяльності. Попри нижчу загальну частку у структурі туристичних послуг, саме цей напрям демонструє стабільне зростання протягом 2023–2024 років, досягнувши максимального значення у III кварталі 2024 року – 497,0 млн. грн. Таким чином, туристична галузь України, попри глибоку кризу у 2022 році, виявила здатність до поступового відновлення. Стабілізація ситуації, зростання внутрішнього попиту та гнучкість бізнесу сприяють відновленню обсягів реалізованих послуг до довоєнного рівня.

Результати онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни виконане Державним агентством розвитку туризму [1] засвідчило те, що більша частина респондентів (54,7% всіх респондентів) жодного разу з 24 лютого 2022 року не відвідував(-ла) інші регіони України з туристичною метою. Приблизно така ж кількість респондентів (54,0%) надає перевагу пішим прогулянкам і дослідженню міського середовища, культурному туризму (екскурсіям до історичних пам'яток і музеїв) (28,4%), а також відпочинку на пляжі (23,1%). Кожен п'ятий респондент зацікавлений надає перевагу подієвому та гастрономічному туризму, віддаючи перевагу відвідувати заходи, фестивалі, ресторани, дегустації страв та напоїв.

При виборі місця для подорожі більшість респондентів звертають увагу на такі фактори, як природу (51,5% всіх респондентів), цінову доступність та бюджет подорожі (45,7%), культурну спадщину та історичні пам'ятки (35,6%), безпеку та стабільність регіону (27,2%).

Основними перешкодами/обмеженнями для подорожей в Україні в умовах воєнного стану респонденти виділили безпеку (57,4%), фінансові витрати (42,2%), втрату доступу до морських курортів (24,4%) та логістику доїзду (20,9%).

Майже у четвертини респондентів (23,4%) не змінилось ставлення до подорожей. 23,2% респондентів не подорожують через складне матеріальне становище, а 21,1% – навпаки

продовжує подорожувати задля підтримання економіки країни. Кожен п'ятий респондент (20,7) уникає подорожі через можливу небезпеку. І 11,7% респондентів вважають не доцільним подорожі під час воєнного стану.

Сектор гостинності в Україні зазнав значного впливу війни: багато готелів було зруйновано, інші не можуть відновити роботу через загрози безпеці. Окрім цього, багато великих готельних мереж у світі постали перед вибором – залишатися чи піти з росії, а також вирішити, яку політику застосовувати до окремих російських гостей у своїх готелях за межами Росії. У цьому контексті Dolnicar та McCabe [5] запропонували концепцію «солідарного туризму», як пов'язаного із туризмом діяльність, що здійснюється урядами, туристичними компаніями та туристами, щоб допомогти людям, які страждають під час криз. Josiassen та ін. [6] у своєму дослідженні розглядають цю концепцію як важливий чинник для розуміння конфлікту та його наслідків для індустрії гостинності. Автори демонструють, як симпатія до України та ворожість до росії впливають на цю «солідарність», а також на дві основні поведінкові реакції споживачів: філантуризм (придбання туристичних послуг без наміру їх використання) та відмова від готелів, які приймають російських гостей. Дослідження, проведене серед американців ( $n=378$ ), показує, що обидва ці фактори дійсно позитивно впливають на «солідарність», причому симпатія виявляється значно сильнішим чинником. Крім того, виявлено, що жінки та демократи демонструють вищий рівень «солідарності» порівняно з чоловіками та республіканцями.

Туристичні підприємства ( $n=34$ ) в Україні, які були опитані в рамках дослідження Tomej та ін. [10], повідомили про серйозні труднощі, спричинені раптовою відсутністю в'їзних туристів, інфляцією, порушенням ланцюгів постачання, фіскальним тиском і загальною невизначеністю щодо майбутнього. Найбільшим і найчастіше згадуваним викликом була втрата наявних та потенційних працівників унаслідок мобілізації або виїзду за кордон. Незважаючи на це, жодне підприємство не закрилося повністю, а деякі тимчасово призупиняли діяльність, але потім відновлювали її. Дослідження виявило два типи стійких результатів: поглинання шоків і повернення до довоєнної діяльності або трансформація бізнес-моделі («стрибок вперед»), як-от перехід на довгострокову оренду чи обслуговування внутрішньо переміщених осіб. Трансфор-

мація була більш поширеною у бізнесах, де менеджер висловлював розуміння ролі організації в громаді, віру у зміцнення відносин зі стейкхолдерами та оптимістичний світогляд. Важливо, що менеджери, які не є власниками, частіше демонстрували трансформаційні результати, що вказує на взаємозв'язок організаційної стійкості з особистою стійкістю менеджерів та їхнім ставленням до підприємства. Бажання менеджерів підтримувати свій бізнес було нерозривно пов'язане із солідарністю у підтримці співвітчизників та країни, підкреслюючи, що туристичні підприємства, які трансформуються, можуть стати рушійною силою регіонального відновлення, що вимагає диференційованого підходу до підтримки, включаючи свободу для інновацій.

Томеї та Bilynets [9] виявили, що українська туристична система трансформувалася для виживання в умовах воєнного стану, змінюючи свою структуру та функції, які тепер охоплюють не лише відпочинок, а й гуманітарні зусилля, реабілітацію, розбудову громад та нації. Попри значні пошкодження та виклики, такі як втрата співробітників та негативне сприйняття дозвілля, внутрішній туризм продовжив діяльність, зосереджуючись у західних регіонах та обслуговуючи внутрішньо переміщених осіб. Основними рушіями цих змін були децентралізовані, кумулятивні дії малих туристичних суб'єктів, які адаптували свої послуги до нових потреб суспільства, тоді як роль державних органів була мінімальною.

Упродовж минулих років набули розвитку різні форми туризму. Зокрема, агротуризм, який традиційно є характерним для усіх регіонів України, як країни із значними сільськогосподарськими угіддями. Ohorodnyk та Finger [7] дослідили поточний стан та потенціал агротуризму в Україні, зосереджуючись на його ролі до, під час та після повномасштабного вторгнення росії. Автори встановили, що незважаючи на потужний аграрний сектор, агротуризм історично відігравав незначну роль у країні, що зумовлено значними інституційними та регуляторними прогалинами, як-от відсутність чіткого законодавчого визначення та неузгодженість між відповідальними міністерствами.

Під час війни, хоча загальний туристичний сектор зазнав збитків, західні регіони, такі як Львівська, Закарпатська та Івано-Франківська, показали зростання податкових надходжень від туризму, причому агротуристичні господарства навіть збільшили податкові платежі, приймаючи внутрішньо переміщених осіб. Ohorodnyk та Finger [7] наголошують, що агротуризм має високий потенціал для диверсифікації фермерської діяльності, створення робочих місць, сприяння сталому регіональному розвитку та відновленню після війни. Однак, існуючі плани відновлення України після війни не приділяють достатньої уваги агротуризму. Необхідним є інституційні зміни на макро-, регіональному та місцевому рівнях, щоб розкрити цей потенціал та інтегрувати агротуризм у стратегії післявоєнного відновлення.

**Висновки.** Туристичний сектор України зазнав глибокої трансформації через війну. Спостерігалось різке падіння обсягів послуг у 2022 році, але згодом відбулося поступове відновлення, особливо за рахунок внутрішнього туризму. Попри виклики, жодне туристичне підприємство не закрилося повністю. Підприємства адаптували бізнес-моделі, переорієнтувавшись на довгострокову оренду або обслуговування внутрішньо переміщених осіб, демонструючи високу стійкість та солідарність менеджерів. Туристична система змінила свої функції з суто рекреаційних на гуманітарні, реабілітаційні та розбудову країни.

Україна визначена як країна з високим ризиком для подорожей через безпекову ситуацію. Це вплинуло на зміну поведінки споживачів, для яких безпека та фінансові витрати стали головними перешкодами для подорожей. З'явилися нові форми туризму, такі як солідарний туризм та філантуризм, що підкреслюють його гуманітарну роль. Набув розвитку агротуризм, який показав потенціал для диверсифікації фермерської діяльності та регіонального відновлення, хоча раніше відігравав незначну роль. Однак, існуючі плани відновлення країни недостатньо враховують цей сектор. Загалом, туристичний сектор в Україні продемонстрував високу здатність до адаптації та трансформації, перетворившись на інструмент соціальної підтримки та відновлення.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). Результати онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни. URL: [https://cdn.prod.website-files.com/5fe0d678b18d7e19e32c3389/6672a6a3197929f942840220\\_дослідження\\_внутрішнього\\_туристичного\\_ринку.pdf](https://cdn.prod.website-files.com/5fe0d678b18d7e19e32c3389/6672a6a3197929f942840220_дослідження_внутрішнього_туристичного_ринку.pdf) (дата звернення: 29.07.2025).

2. Державна служба статистики України. Статистична інформація. Економічна статистика. Послуги. 2025. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/ekon/posl\\_u.htm](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ekon/posl_u.htm) (дата звернення: 29.07.2025).
3. Журба І., Несторишен І. Аналіз показників індустрії туризму в Україні та світі: проблеми та перспективи розвитку. *Development service industry management*. 2023. № 1. С. 50–55. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5))
4. Соловій І., Адамовський О., Дубовіч І. Сталий туризм: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-79>
5. Dolnicar S., McCabe S. Solidarity tourism - How can tourism help the Ukraine and other war-torn countries? *Annals of Tourism Research*. 2022. № 94(103386). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103386>
6. Josiassen A., Kock F., Assaf A. G., Berbekova A. The role of affinity and animosity on solidarity with Ukraine and hospitality outcomes. *Tourism Management*. 2023. № 96(104712). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104712>
7. Ohorodnyk V., Finger R. Envisioning the future of agri-tourism in Ukraine: from minor role to viable farm households and sustainable regional economies. *Journal of Rural Studies*. 2024. № 108(103283). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2024.103283>.
8. Safeture. Global risk map 2025. URL: <https://safeture.com/risk-maps-2025/> (дата звернення: 29.07.2025).
9. Tomej K., Bilynets I. Large-scale tourism transformations through regeneration: A living systems perspective on tourism developments in Ukraine during the war. *Annals of Tourism Research*. 2024. № 109(103856). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103856>
10. Tomej K., Bilynets I., Koval O. Tourism business resilience in the time of war: The first three months following Russia's invasion of Ukraine. *Annals of Tourism Research*. 2023. № 99(103547). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103547>.

## REFERENCES:

1. The State Agency for Tourism Development of Ukraine (SATDU). Rezultaty onlain-opytuvannia shchodo podorozhei Ukrainoiu pid chas viiny [Results of the online survey on travel within Ukraine during the war]. Available at: [https://cdn.prod.website-files.com/5fe0d678b18d7e19e32c3389/6672a6a3197929f942840220\\_дослідження\\_внутрішнього\\_туристичного\\_ринку.pdf](https://cdn.prod.website-files.com/5fe0d678b18d7e19e32c3389/6672a6a3197929f942840220_дослідження_внутрішнього_туристичного_ринку.pdf) (accessed July 29, 2025).
2. State Statistics Service of Ukraine. Statystychna informatsiia. Ekonomichna statystyka. Posluhy [Statistical information. Economic statistics. Services]. Available at: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/ekon/posl\\_u.htm](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ekon/posl_u.htm) (accessed July 29, 2025).
3. Zhurba I., Nestorishen I. (2023). Analiz pokaznykiv industriyi turyzmu v Ukrayini ta sviti: problemy ta perspektyvy rozvytku. [Analysis of indicators of the tourism industry in Ukraine and the world: problems and development prospects]. *Development Service Industry Management*, vol. 1, pp. 50–55. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5))
4. Soloviy I., Adamovsky O., Dubovich I. (2023). Stalyy turyzm: suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku v Ukrayini. [Sustainable tourism: current state and development prospects in Ukraine]. *Economy and Society*, vol. 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-79>
5. Dolnicar S., McCabe S. (2022). Solidarity tourism - How can tourism help the Ukraine and other war-torn countries? *Annals of Tourism Research*, vol. 94(103386). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103386>
6. Josiassen A., Kock F., Assaf A. G., Berbekova A. (2023). The role of affinity and animosity on solidarity with Ukraine and hospitality outcomes. *Tourism Management*, vol. 96(104712). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104712>
7. Ohorodnyk V., Finger R. (2024). Envisioning the future of agri-tourism in Ukraine: From minor role to viable farm households and sustainable regional economies. *Journal of Rural Studies*, vol. 108(103283). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2024.103283>
8. Safeture (2024). Global risk map 2025. Available at: <https://safeture.com/risk-maps-2025/> (accessed July 29, 2025).
9. Tomej K., Bilynets I. (2024). Large-scale tourism transformations through regeneration: A living systems perspective on tourism developments in Ukraine during the war. *Annals of Tourism Research*, vol. 109(103856). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103856>
10. Tomej K., Bilynets I., Koval O. (2023). Tourism business resilience in the time of war: The first three months following Russia's invasion of Ukraine. *Annals of Tourism Research*, vol. 99(103547). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103547>