

## МІЛІТАРИ-ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМОК

### MILITARY TOURISM IN UKRAINE AS AN INNOVATIVE DIRECTION

У статті представлено результати анкетування українців та іноземців щодо розуміння суті й перспектив мілітарного туризму в Україні, проаналізовано основні рушієві чинники відвідування місць зосередження військових об'єктів у світі, визначено потенціал мілітарі-туризму (військового туризму) в Україні та обґрунтовано перспективні шляхи його розвитку, умотивовано доцільність упровадження основних принципів організації мілітарі-туризму в діяльність суб'єктів туристичної галузі. Доведено, що в умовах сьогодення швидка адаптація туристичних компаній до запитів туристів є перспективною, такий підхід сприятиме підвищенню ефективності й конкурентоспроможності в наданні послуг військового туризму. Використання в повоєнний час території бойових дій визнано інструментом просування туристичного бізнесу та перспективною галуззю економіки. Прогнозовано зростання прибутку від військового туризму в економіці країни за умови розбудови інфраструктури, нових туристичних локацій (атракцій) військового характеру.

**Ключові слова:** мілітарі-туризм, військовий туризм, військова спадщина, атракція, інноваційна діяльність туристичних підприємств, прибуток, воєнні ризики.

The article presents the results of a survey of Ukrainians and foreigners regarding the understanding of the essence and prospects of military tourism in Ukraine, analyzes the main motives for visiting places of concentration of military facilities in the world, determines the potential of military tourism (military tourism) in Ukraine and substantiates promising ways of its development, the expediency of introducing the basic principles of the organization of military tourism into the activities related to the tourism industry key subjects of interest. Among the desired or predicted results of the development of the industry, international tourism organizations indicate an increased interest in visiting Ukraine after the end of the war. It has been proven that in today's conditions, the rapid adaptation of tourist companies to the requests of tourists (taking into account the international experience of identifying objects and forming routes of military-historical significance) is promising, such an approach will contribute to increasing the efficiency and competitiveness in the provision of military tourism services. In the post-war period, the use of the territories of hostilities was recognized as a tool for the promotion of tourism business and a promising branch of the economy. The development of the tourism industry, aimed at different groups of tourists, will affect the number of new jobs created, replenishment of the state budget through the payment of taxes. Modernization of the innovative activity of tourist enterprises, provided that the experience of other countries is taken into account, is able to overcome the crisis during economic instability. It is predicted that the development of military tourism, which will reveal to the civilized world the military heritage of the Russian-Ukrainian war, will contribute to the growth of profits from military tourism in the country's economy and the development of infrastructure, new tourist locations (attractions) of a military nature. The study allows us to outline the prospects for restoring demand for tourism products in Ukraine with an emphasis on a new military direction, taking into account protection against military risks.

**Key words:** military tourism, war tourism, military heritage, places of interest/attractions, innovative activities of tourist enterprises, profit, military risks.

УДК 338.48:355.01

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure78-22>

**Малюга Л.А.**

аспірантка кафедри економіки підприємства,  
Львівський національний університет  
імені Івана Франка

**Maliuga Lina**

Ivan Franko National University of Lviv

**Постановка проблеми.** Ознаки розвитку мілітарного туризму, або військового, туризму набувають усе чіткіших обрисів і перспективи в післявоєнний період в Україні. Аналіз результатів проведеного власного опитування щодо зростання інтересу до відвідування місць зосередження військових об'єктів демонструє розбіжність уподобань потенційних споживачів послуг такого типу. Прогнозовано, що розвиток мілітарі-туризму, який відкриє цивілізованому світу військову спадщину російсько-української війни, сприятиме зростанню фінансових потоків із військового туризму в економіці країни та розбудові інфраструктури, нових туристичних локацій (атракцій) військового характеру.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивчення військового туризму в Україні є новим та малодослідженим напрямком. Наукові розвідки зосереджені на розробці й просуванні нових туристичних маршрутів із поєднанням збереження культурної спадщини та національної ідентичності у військовій історії країни. Перспективам розвитку нового напрямку приділено увагу в

працях таких дослідників, як-от: В. Гуменюк, М. Зверяков, Ю. Кіндзерський, О. Шапран та ін.; практичні питання військового туризму розглядають І. Дульцева, А. Іванов, В. Ільницький, М. Каднічанська, Д. Каднічанський, М. Кляп, Р. Корсак, М. Лущик, М. Матушкіна, О. Поліщук, З. Шильнікова та ін.; проблематику військового туризму порушують Н. Корнілова, В. Кушнар'єв, О. Любіцева, А. Мельник, К. Скупенко, Ф. Шандор та ін. Зокрема, В. Кушнар'єв та О. Поліщук характеризують мілітарі-туризм як основний напрямок екстремального та пізнавально-розважального туризму, накреслюють перспективи його поширення в Україні, здійснюють аналіз міжнародного досвіду у формуванні об'єктів і маршрутів військово-історичного значення [2]. М. Лущик обґрунтувала сутність військового туризму як інноваційного напрямку, описала засади його функціонування в туристично-рекреаційній діяльності, проаналізувала класифікації військового (мілітарного) туризму й запропонувала авторську, на яку спиратимемося у своєму дослідженні [4]. Н. Барвінок окреслила перспективи

розвитку воєнно-історичного туризму в Україні після закінчення російсько-української війни, акцентувала на основних туристичних ресурсах, які є основою для організації воєнного туризму [1]. О. Роїк та О. Недзвельська обґрунтовують потребу «політологічного осмислення розвитку туристичної сфери як об'єкта та суб'єкта політичного процесу, а також соціально-економічного атрактора» [5], прогнозують можливі наслідки російсько-української війни для функціонування й розбудови туристичної галузі, накреслюють її перспективи в умовах воєнного часу.

**Постановка завдання.** Метою статті є визначення потенціалу розвитку інноваційного напрямку мілітарі-туризму в повоєнній Україні. Дослідження передбачає аналіз об'єктів зацікавлення, локацій розвитку військового туризму, обґрунтування мотивації відвідування місць бойових дій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Наприкінці 2023 року ми проводили опитування серед українців щодо розуміння суті й перспектив мілітарного туризму в Україні. До анкетування залучили іноземних громадян трьох країн: Польщі, Чехії, Німеччини – саме тих, що прийняли найбільшу кількість українських переміщених осіб і надали їм притулку.

Міжнародні туристичні організації, зокрема й UNWTO, серед бажаних чи прогнозованих результатів розвитку галузі вказують на підвищений інтерес до відвідання України після завершення війни. Наше дослідження, що спирається на статистичні дані, отримані методом анкетування, засвідчує нижчі від бажаних показники (у %). Допомогати й співчувати, донатити й волонтерити, працювати з українцями за кордоном та вирішувати їхні проблеми із соціалізацією, на жаль, не є рушійним чинником дії – одразу їхати на звільнені території. Відчуття страху, неготовність власної психіки побачити і сприйняти наслідки геноциду українського народу, екоциду його природного середовища, масштаби руйнувань культурних пам'яток європейської держави гальмують бажання відвідати повоєнну Україну з туристичною метою.

Спершу розглянемо результати анкетування українців. Серед опитаних переважають жінки – 86,6 %. Найбільшу частку серед респондентів складає молодь 18–25 років – 48,8 %; інші вікові категорії представлені так: 25–35 – 13,4 %; 35–45 – 11 %; 45–60 – 14,6 %; понад 60 років (пенсіонери) – 12,2 %. За сферою занять (праці) у процентному відношенні переважають здобувачі освіти (48,8 %); далі за спадною градацією розташувалися особи, задіяні в освітній галузі (23,2 %); наданні туристичних послуг (6,1 %); промисловості (4,9 %); державному управлінні (4,9 %); охороні здоров'я (3,7 %).

На запитання «Чи відвідували раніше місця мілітарного туризму в Україні до війни?» відповідь «ні» складає 68,3 %. Відсоток людей, які відвідували раніше об'єкти мілітарного туризму за кордоном (виставки військової техніки, концтабори, поховання), становить 31,7 %; прикметно, що опитані вказують географічно віддалені атракції, виникнення яких хоч і пов'язане з новітньою історією, однак у часовому вимірі не збігається: два бункери та музей війни у Празі; «Поле смерті» у Пномпені (Камбоджа); «Славін» – військовий цвинтар у Братиславі; музей Другої світової війни у Гданську; музей Леннусадам у Таллінні; Тевтобургський ліс у Німеччині; арену військових подій на півострові Превлака в Хорватії.

Серед відповідей на запитання «Чи плануєте візит до місць бойових дій, населених пунктів, які були під окупацією, після закінчення війни?» такий розподіл: 28 % – «важко сказати»; 26,8 % – «думаю, що так»; 17,1 % – «точно так»; 12,2 % – «планую, але не з туристичною метою»; 11 % – «не думаю»; 4,9 % – «точно ні».

У відповідях на запитання «Які міста, місця бойових дій плануєте відвідати?» фігурують відомі нам та всьому світові (через частотність використання назв у новинах) топоніми, а саме: Маріуполь, Херсон, Харків, Буча, Донецьк, Бахмут, Крим, Запоріжжя, Луганськ, Ірпінь, Токмак, Бердянськ; зафіксовано й поодинокі відповіді: Енергодар, Василівка, с. Снігурівка, Оріхів, Чернігів, Волноваха, Ізюм, Нікополь (частину вказаних назв пов'язуємо з особистими мотивами респондентів, як-от: місце народження; місце, де проживають чи поховані батьки; місце, звідки змушені були виїхати через окупацію, тощо). Частотність назв подано в процентному відношенні на рис. 1.

Респонденти вказують, що їх приваблює в мілітарному туризмі та спонукає до подорожей: це музеї військових об'єктів, виставки, відвідування пам'яток (42,7 %); відвідування територій бойових дій (52,4 %); інсталяція (реконструкція) бойових дій (31,7 %); бункери, інші місця укриття (32,9 %). Не має попиту в українців нова технологія – онлайн-присутність екскурсії (0 %). Можливо, це наслідок необізнаності й недостатнього інформування, хоч ми схилиємося до думки про втому від заходів онлайн і внутрішню потребу власної присутності в певному місці у визначений час.

73,2 % опитуваних ніколи не відвідували місця, де відбуваються реконструкції бойових подій, лише 26,8 % респондентів мають уявлення після побаченого і зазначають, що це цікаво, а використання матеріальної спадщини військового туризму визнають корисним для вивчення історії, ушанування пам'яті героїв та жертв воєн. Учасники анкетування рекомендують такі раніше відвідані ними військові об'єкти: Лінія Арпада,



Рис. 1. Міста, місця бойових дій, запланованих до відвідання

Марсове поле на Личаківському цвинтарі Львова, Хотин, Сапун-гора в Севастополі, гора Маківка, Тмутараканський форт, Крути, виставки знищеної російської техніки у Києві, зокрема біля Михайлівського собору, бункерна лінія оборони біля Києва (район Віта Поштова), 411 батарея. У коментарях щодо окреслення перспективних напрямків часто повторюване «наразі, всі міста України будуть актуальними», а стосовно оцінки досвіду інших країн заслуговує на увагу відповідь, яку наведемо дослівно: «вміння репрезентувати мілітарний туризм на прикладі Чехії».

У відповідях на запитання «Яке Ваше улюблене місце в Україні, де вам добре (було добре) і хочете повернутися?» прослідковується ностальгія (відвідування родичів, дому): Крим, Київ, Харків, Запоріжжя, Дніпро, Одеса, Кривий Ріг, Закарпаття, Львів, біля моря; поодинокі відповіді – Кирилівка, Токмак, Бахмут, Херсон, Маріуполь, Карпати, Самбір, Синельникове, Вінниця, Коблево, Донецьк, Яблуниця, Тернопіль, Лазурне. Але, як показує практика, у місця болю, жаху та втрат люди не дуже хочуть повертатися. Тому перелік міст лише частково корелює з місцями бойових дій, які б хотіли відвідати.

Пропонуємо ознайомитися з відповідями іноземців щодо відвідування України з мілітарною метою та критично переглянути наші очікування значного в'їзного туризму в післявоєнний період. Частка тих, хто не відвідував раніше об'єкти мілітарного туризму за кордоном, становить 71,3 %, лише 28,7 % респондентів написали про такий досвід, зазначивши, що відвідували берегові укріплення

Атлантичного валу в Раверсейді (Бельгія); концтабори Аушвіц та Трєблінка (Польща); місце битви на Моравському полі (Чехія); систему укріплень Лінія Мажино (Франція), місце висадки військ у Нормандії, операція «Нептун» (Франція); Брестську фортецю й оборонний укріпрайон «Лінія Сталіна» (Білорусь); Донецьк (Україна).

На запитання «Чи плануєте візит до місць бойових дій, населених пунктів, які були під окупацією, після закінчення війни в Україні?» 28,6 % опитаних відповіли «важко сказати»; 7,1 % – «думаю, що так»; 7,1 % – «точно так»; 7,1 % – «планую, але не з туристичною метою»; 28,6 % – «не думаю»; 21,4 % – «точно ні». Ми бачимо низький відсоток респондентів, які б хотіли відвідати місця або міста, де відбуваються бойові дії. Процитуємо фрагмент однієї з негативних відповідей, де вказано причину: «Я надто чутлива і чуйна щодо цього, ймовірно, мені б снилися кошмари до кінця мого життя» (Jsem na to příliš citliva a empatická, asi bych měla pošní můry do konce života).

Серед мотивів, які приваблюють європейців, названо онлайн-присутність екскурсії (9,7 %), чого ніхто не зазначив серед українців. Прослідковуються й інші розбіжності інтересу до атракцій мілітарі-туризму: музеї військових об'єктів, виставки, відвідування пам'ятників (29 %); відвідування територій бойових дій (16,2 %); інсталяція (реконструкція) бойових дій (12,9 %); бункери, інші місця укриття (32,2 %). Лише щодо відвідування бункерів та інших місць укриття зацікавлення українців та іноземців майже не різняться, коливання в межах похибки (<1 %), інші

об'єкти для закордонного туриста менш привабливі. Особливо відчутна різниця у відповідях, які стосуються відвідування територій бойових дій: такі атракції обирають 52,4 % респондентів-українців і лише 16,2 % респондентів-іноземців, тобто цей показник нижчий більш ніж утричі; інтерес до інсталяцій (реконструкцій) бойових дій нижчий майже у 2,5 рази (31,7 % проти 12,9 %). Надання переваги бункерам та укриттям, відкидання можливості відвідати з туристичною метою територію, де нещодавно точилися бойові дії, або ж місця реконструкцій пояснюємо психологічними причинами. Водночас 73,6 % іноземних респондентів хоч раз у житті були глядачами чи активними учасниками заходів із реконструкції бойових дій.

Іноземні респонденти, спираючись на пережитий власний досвід відвідання, рекомендують іншим такі локації: знищене містечко Лідичі, артилерійську фортецю Буда (Bouda), бункер у готелі «Ялта» в Празі, меморіал Паттона – пам'ятник американській армії у Пльзені, музей на лінії розмежування в Рокицани, де представлено військову техніку Другої світової війни (Чехія); Освенцім, комплекс «Вольфсшанце», що був головною ставкою фюрера (Польща); меморіал висадки союзників у Нормандії (Франція); Орлине гніздо – будинок Гітлера на горі Кельштайн, концентраційний табір Дахау, транзитний табір Берген-Бельзен, а також Берлін (Німеччина); Донецьк, Севастополь (Україна). Серед пам'яток більш давнього періоду – Карфаген (Туніс), Гастінгс (Велика Британія).

Мілітарі-туризм став популярним видом туризму в другій половині ХХ ст., хоч передумови сформувалися раніше (відомо, наприклад, що під час громадянської війни в США організували екскурсії для британських туристів у місця воєнних дій), однак цей період історії військового туризму можна схарактеризувати як епізодичний [3, с. 35]. У праці В. Кушнарьова та О. Поліщук [2, с. 113] наведено перелік привабливих для відвідувачів об'єктів, як-от французька оборонна лінія Мажино, німецька лінія Зіґфрида, італійська лінія Густава, фінська лінія Маннергейма, подано їхню стислу характеристику, що, по суті пояснює інтерес до них. Із багатої музейної спадщини військового туризму автори статті виокремили кілька тих, що мають унікальні колекції експонатів, аби продемонструвати цільовому сегменту експозиційне багатство і різноплановість об'єктів такого типу. Це, зокрема, Королівський музей армії та військової історії (Брюссель), Авіаносець Intrepid (Нью-Йорк), Національний музей авіації та космонавтики США (Вашингтон), Військовий музей у Белграді, Музей танкової техніки «Бейт ха-Шаріон» (Шаріон). Зауважимо, що в названому Королівському музеї, розташованому в Брюсселі, зберігається одна з найбільших колекцій предметів

(реліквій) української воєнної історії початку ХХ ст., там є Український відділ.

Якщо говорити про цікавість туристів до оборонних ліній, то, напевне, слід наголосити, що лінія Арпада, створювана угорськими військами в Східних Карпатах, проходить територією України, відтак на кількох ділянках туристи мають змогу на власні очі побачити збережені вузли оборони. Крім того, на відпочинок можна зупинитися в мілітарі-садибі, як-от «Grün Hof» (Воловець), відвідати мілітарі-атракції.

Однією з принад для вибору туру в Україні є унікальний Музей Ракетних військ стратегічного призначення під Первомайськом (Миколаївська обл.). Ця філія Національного військово-історичного музею України зберігає в первісному вигляді захищену фортифікаційну споруду радянського періоду, а по суті являє собою бойову стартову позицію з шахтно-пусковою установкою. Є доступ до командного пункту запуску ракети шахтного базування, можна ознайомитися з наземним обладнанням, вартівними приміщеннями тощо. На території розгорнуто експозицію спеціальної техніки для обслуговування ракетної бойової позиції. І таких туристичних атракцій чимало. Крім того, ще до повномасштабного вторгнення РФ складено програми використання танкової техніки Харківським бронетанковим заводом з туристичною метою, проведення щорічних танкових біатлонів на військових полігонах Яворова та Десни, участі в бойових навчаннях 95-ї окремої десантно-штурмової Поліської бригади тощо [3, с. 36]. Оскільки закордонні туристичні компанії мають досвід використання Близького Сходу як військової туристичної дестинації, вважаємо, що вони легко переорієнтуються на новий напрямок, аби забезпечити собі прибуток від потенційних клієнтів.

Підхід до планування подорожі та відвідування місць військової спадщини в іноземців та українців різниться (див. Табл. 1): українці більше обирають організовані тури, вони схильні користатися послугами туристичного оператора, туристичної агенції (майже кожна п'ята відповідь), натомість лише 4,3 % іноземців готові перекладати завдання з організації мілітарі-туру на посередника. Крім того, кількість українців, охочих скористатися послугами військовика з досвідом, який брав участь у бойових діях, більше ніж удвічі перевищує цільову групу іноземців (29,3 % проти 13 %), що, напевне, свідчить про довіру наших співвітчизників до безпосередніх учасників війни, прагнення дізнатися більше, ніж про це написано в офіційних джерелах, сприйняти події через емоції очевидця.

Ми свідомі того, що коли іноземці говорять про планування поїздки в Україну, мета їхнього візиту швидше за все буде не тільки мілітарного характеру (частка мілітарного (військового) туризму

Планування подорожі та відвідування місць військової спадщини

	іноземці	українці
Скористалися послугами туристичного оператора, туристичної агенції	4,3 %	19,5 %
Самостійне відвідування	39,1 %	37,8 %
Обрали гіда з досвідом екскурсій за тематикою військової історії	43,5 %	42,7 %
Скористалися послугами військового, який брав участь у бойових діях	13 %	29,3 %

15,6 %). У відповідях зафіксовано такі інтереси: культурно-пізнавальний туризм 31,2 %; канікули, відпустка, свята 18,8 %; візит до родичів або друзів 18,8 %; професійна діяльність 3,1 %; інше 12,5 %. І на це варто звернути увагу, адже, по суті, названо й інші види туризму, де також очікується невід'ємний приріст.

У відповідях на запитання анкети зазначено, що від 24 лютого 2022 року не було спланованих подорожей до України, що цілком закономірно, однак 79 % опитаних і не розглядали для себе таку можливість. Лише 5,2 % учасників моніторингу перспектив мілітарного туризму в повоєнний період почали менше ніж рік тому розмірковувати про відвідування нашої країни, а 15,8 % респондентів до такої думки прийшли понад рік тому. Це бажання пізнати Україну є показником її міжнародної привабливості, демонструє позитивну динаміку зміни ставлення європейців до сучасних історичних подій, відмову від толерування злочинів через їхнє замовчування, аби не вийти із зони комфорту.

За даними минулого 2023 року, в'їзний туризм серед іноземців склав 2,5 мільйони відвідувань. Цей показник в'їзного туризму дорівнює рокам пандемії (2020–2021 рр.). Варто зазначити, що допандемійний показник в'їзного туризму 2019 року сягав 13 млн 709 тисяч, а 2018 року був ще на 1 мільйон вищим. Найвищий відсоток відвідувань дають Молдова, Румунія, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Ізраїль, Туреччина, Німеччина, Велика Британія, щоправда, головна мета візитів – це волонтерство, гуманітарна допомога, висвітлення подій у медіа.

До подорожей в Україну слід добре підготуватися: насамперед подбати про страхування від воєнних ризиків, яке потрібно оформити в місцевих провайдерів (включає стандартну медичну допомогу, лікування, діагностику, нещасні випадки, травми, викликані пасивними або прямими воєнними ризиками); забезпечити себе застосунками-картами, де поблизу місцевості перебування знаходяться бомбосховища, бункери, укриття.

Для успішного розвитку інноваційного напрямку мілітарі-туризму в Україні важливо задіяти ключових партнерів у співпраці, насамперед, органи місцевого самоврядування та органи влади, у повноваження яких входить надання документального

погодженого доступу туристичним агенствам та туроператорам до військових об'єктів. Просування послуг, якими можуть скористатися туристи, мають забезпечувати кваліфіковані гіді із досвідом за тематикою військової історії, експерти історико-військових установ та науковці-дослідники. У популяризації мілітарі-туризму, як і будь-якого іншого, важливу роль відіграє маркетингова подача, просування продукту онлайн через веб-сайти, соціальні мережі. Сегмент реклами в налаштуваннях скоординовано так, щоб показувати його певній категорії клієнтів. У нашому випадку для зростання інтересу та прибутків цільовою є категорія людей, які шукають неординарних вражень, любителі історії, студенти й науковці, зацікавлені в історико-військових дослідженнях, міжнародні туристи.

Забезпечення турів (послуг) військового тематичного характеру в Україні надають туроператори «Voyage Organization Group», «Wonder&Holiday», «Чорнобиль»; туристичні агенції «Ніка-Тур-Вояж», «Еко-тур», «Дельфін-тур», «Tam-tam travel», «Консул Тревел»; клуб активного відпочинку «Тяжкий дощ»; молодіжний оздоровчий спортивно-туристичний функціональний центр «Садніста»; Громадська організація «Всеукраїнський військово-патріотичний центр-музей «Шампаньтранс»; СВІМ – система воєнізованих ігор та ін., що вже напрацювали досвід на туристичному ринку, а також новоутворені, серед яких нас зацікавили пропозиції «VisitUkraine» (надає супровід деокупованими містами [6]) та «Adventure tours in Ukraine». Споживачам пропонують унікальні враження від дослідження автентичних місць і бункерів, уявлення про воєнну історію, детальну інформацію з експертним супроводом, безпеку й організацію туристів з урахуванням ризиків військового туризму. Швидка адаптація туристичних компаній до запитів сприятиме підвищенню ефективності й конкурентоспроможності в наданні послуг.

Дійство на полі бою, що має вигляд історичних реконструкцій, серед європейців популярне на тематику середньовіччя, в Америці – подій громадянської війни, а українці в післявоєнний період зможуть зайняти свою нішу на цьому ринку послуг, відтворюючи фрагменти ведення військових операцій. І це, прогнозуємо, зацікавить туриста, який для себе уподобав напрямок мілітарі.

Державне агентство з туризму України та Київська обласна державна адміністрація в умовах воєнного стану розробляють національний проєкт «Маршрути пам'яті» з локаціями Київщини, як-от Ірпінь, Буча, Гостомель. Зауважимо, що Київщина стане пілотним проєктом для розробки маршрутів меморіалізації трагічних і героїчних подій, куди з туристичними візитами приїжджатимуть українці та іноземці.

Використання в повоєнний час територій бойових дій визнаємо інструментом просування туристичного бізнесу та перспективною галуззю економіки. Розвиток туристичної галузі, орієнтований на різні групи туристів, впливатиме на кількість створених нових робочих місць, поповнення державного бюджету за допомогою сплати податків, а модернізація інноваційної діяльності туристичних підприємств, за умови врахування досвіду інших країн, сприятиме подоланню кризи під час економічної нестабільності.

#### Висновки з проведеного дослідження.

Велика кількість збережених військових об'єктів на території України, насамперед тих, що виникли за часів Радянського Союзу, заклали підґрунтя для розвитку мілітарі-туризму. Наразі популярним у туристів є відвідування місць, які вирізняються своєю роллю у формуванні військової історії.

Інтерес іноземців до російсько-української війни з часу повномасштабного вторгнення полягає в можливості відвідувань деокупованих територій, локацій, де відбувалися чи зараз відбуваються бойові дії. Для подорожей в Україну необхідно подбати про страхування від воєнних ризиків, а також забезпечити себе застосунками-картами, аби поблизу місцевості перебування швидко знаходити бомбосховища, укриття.

Виклики війни спричинили зміни векторів туристичної галузі, наслідком чого є удосконалення продукту військового туризму в Україні, що спирається на досвід інших країн. Для успішного розвитку інноваційного напрямку мілітарі-туризму необхідно задіяти ключових партнерів у співпраці, насамперед органи місцевого самоврядування та органи влади. У популяризації мілітарі-туризму важливу роль відіграє маркетингова подача, просування продукту онлайн через вебсайти, соціальні мережі, а зростання прибутків головно залежить від вміння правильно визначити цільову категорію, готову скористатися послугою.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Барвінок Н.В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18 (2). С. 206–217. DOI: 10/15330/apred.2.18.206-217
2. Кушнар'ов В., Поліщук О. Мілітарі-туризм як інноваційний напрямок екстремального та пізна-

вально-розважального туризму. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Туризм*. 2018. № 1. С. 107–118. DOI: 10.31866/2616-7603.1.2018.151825

3. Левченко М. Розвиток військового туризму як складова державної гуманітарної політики. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління*. 2021. Вип. 1 (60). С. 34–37. DOI: [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2021-1\(60\)-6](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2021-1(60)-6)

4. Луцик М.В. Про поняття та види військового туризму. *Наукові перспективи* 2021. № 7 (13). С. 241–254. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-7\(13\)-241-254](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-7(13)-241-254)

5. Роїк О.Р., Недзвецька О.В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2022. Вип. 46. С. 11–15. DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2

6. Тури деокупованих міст. *Visitukrajine.today*. URL: <https://visitukraine.today/uk/tours/search/interests/de-occupied-cities>

#### REFERENCES:

1. Barvinok, N.V. (2022). Perspektyvy rozvytku voiennoho turyzmu na terytorii Ukrainy pislia zakinchenia rosiisko-ukrainskoi viiny [Prospects for the development of military tourism on the territory of Ukraine after the end of the Russian-Ukrainian war]. *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*, vol. 18 (2), pp. 206–217. DOI: 10/15330/apred.2.18.206-217 [in Ukrainian].
2. Kushnarov, V., Polishchuk, O. (2018). Militariturizm yak innovatsiynyy napriamok ekstremalnoho ta piznavalno-rozvezhalnoho turyzmu [Military tourism as an innovative direction of extreme and educational and entertainment tourism]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Seriya : Turyzm*, vol. 1, pp. 107–118. DOI: 10.31866/2616-7603.1.2018.151825 [in Ukrainian].
3. Levchenko, M. (2021). Rozvytok viiskovoho turyzmu yak skladova derzhavnoi humanitarnoi polityky [Development of military tourism as a component of state humanitarian policy]. *Naukovi pratsi Mizhrehionalnoi akademii upravlinnia personalom. Politychni nauky ta piblichne upravlinnia*, vol. 1 (60), pp. 34–37. DOI: [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2021-1\(60\)-6](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2021-1(60)-6) [in Ukrainian].
4. Lushchik, M.V. (2021). Pro poniattia ta vydy viiskovoho turyzmu [About concepts and types of military tourism]. *Naukovi perspektyvy*, vol. 7 (13), pp. 241–254. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-7\(13\)-241-254](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-7(13)-241-254) [in Ukrainian].
5. Roik, O.R., Nedzvetska, O.V. (2022). Shliakhy rozvytku turystychnoi sfery Ukrainy u voiennyi period [Ways of development of the tourist sphere of Ukraine during the war period]. *Naukovyi visnykh Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Seriya «Ekonomicni nauky»*, vol. 46, pp. 11–15. DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2 [in Ukrainian].
6. Tury deokupovanykh mist [Tours of de-occupied cities]. *Visitukrajine.today*. URL: <https://visitukraine.today/uk/tours/search/interests/de-occupied-cities> [in Ukrainian].