

УДК 338.48:159.9:355.01(477)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2026.27.28>

Алдошина М.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8838-9265>

Aldoshyna Mariia

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ВПЛИВ ТУРИЗМУ НА ПСИХОЛОГІЧНИЙ СТАН НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

THE IMPACT OF TOURISM ON THE PSYCHOLOGICAL STATE OF THE UKRAINIAN POPULATION IN WAR CONDITIONS

У статті досліджено трансформаційні процеси, які відбулися з початку повномасштабної війни в Україні у туристичній галузі. Наведено ознаки адаптації та відновлення туристичної активності населення. Запропоновано розглядати туризм як копінг-стратегію регуляції емоційного стану для психоемоційної реабілітації громадян в умовах постійного стресу. В рамках позитивної психології, концепцій добробуту та щастя людини, обрано модель DREAMA яка об'єднує ключові компоненти благополуччя, але в контексті туристичної діяльності. Кожен елемент моделі представлено як окремий інструмент відновлення та стабілізації емоційного стану в процесі здійснення туристичних подорожей. Розглядаючи туризм як копінг-стратегію зазначено основні бар'єри, які стримують людей від споживання туристичних послуг під час війни. Обґрунтовано важливість зміцнення акценту сутності туризму для українців з розваг на відновлення, з дотриманням принципів безпеки та етичної чутливості.

Ключові слова: туризм, рекреаційні подорожі, психологічне відновлення, емоційний стан населення, копінг-стратегія, благополуччя.

The article examines the transformation processes that have occurred since the beginning of the full-scale war in Ukraine in the tourism industry. Signs of adaptation and restoration of tourist activity of the population are presented. Statistical data for recent years is presented, demonstrating the increase in the number of tourist flows and the growth of revenues from tourist taxes in Ukraine. The psychological state of the population of Ukraine in war conditions is characterized by a high level of chronic stress, emotional exhaustion and impaired sense of security. In this regard, it is proposed to consider tourism as a coping strategy for regulating the emotional state for the psycho-emotional rehabilitation of citizens in conditions of constant stress. Within the framework of positive psychology, concepts of human well-being and happiness, the DREAMA model, which combines the key components of well-being, but in the context of tourism, was chosen. Each element of the model is presented as a separate tool for restoring and stabilizing the emotional state in the process of traveling. Among the main positive effects of tourist travel, the following have been identified: a change in the physical environment and focus of attention; a return to a sense of control and security; social support and a way out of the "echo chamber"; recreational recovery through the satisfaction of the need for biophilia; reinforcement



© Алдошина М.В., 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

of life motivation and orientation towards the future. Considering tourism as a coping strategy, the main barriers that prevent people from consuming tourism services during the war have been identified. The importance of shifting the focus of tourism for Ukrainians from entertainment to recovery, while adhering to the principles of safety and ethical sensitivity, is substantiated. It is noted that tourist activity within domestic or regional tourism contributes to the preservation of social interaction, support of local economies and strengthening of social stability. Thus, tourism in wartime should be considered not as a form of hedonistic consumption, but as a tool for supporting human potential and social viability in conditions of prolonged collective trauma.

Keywords: *tourism, recreational travel, psychological recovery, emotional state of the population, coping strategy, well-being.*

Постановка проблеми. Повномасштабна війна в Україні з 2022 року, призвела до глобальних змін, які торкнулися як соціально-економічної, так і психологічної сфери життя суспільства. Цей конфлікт викликав масову травматизацію серед населення, що призвело до значного зростання рівня тривожності, депресії та посттравматичного стресового розладу (ПТСР). Люди стали відчувати невизначеність і втрату звичних орієнтирів, що, в свою чергу, сформувало стійкий запит на пошук ефективних інструментів для психологічної стабілізації та відновлення. У таких умовах особливої актуальності набуває вивчення нетрадиційних чинників психологічної підтримки.

Одним із таких факторів є туризм, який у даному контексті можна розглядати як потенційний ресурс для психоемоційної реабілітації. Туризм за умов війни в Україні зазнав значних змін. В'їзні міжнародні потоки майже припинились через обмеження авіасполучення та загрозу небезпеки, виїзні поступово відновлюються, але також ускладнені транспортною логістикою, матеріальним становищем населення та факторами безпеки. Не зважаючи на це внутрішній туризм досить швидко адаптується до нових умов, та починає набувати зовсім іншого соціального значення. Поїздки всередині країни, короткострокові подорожі, а також участь у культурно-пізнавальних та меморіальних маршрутах стають не просто розвагою, а важливою формою психологічного перепочинку. Такі поїздки допомагають людям відновити почуття нормальності, соціальної включеності та зміцнюють національну ідентичність. У той самий час вплив туризму на психологічний стан населення умовах військового конфлікту залишається недостатньо вивченим, що зумовлює наукову і практичну значимість цієї проблематики. У практичному аспекті результати таких досліджень можуть бути використані для розробки державних програм підтримки внутрішнього туризму, ініціатив з психологічної реабілітації населення, а також стратегій сталого розвитку регіонів у післявоєнний період.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання економіки туризму та його соціальної функції висвітлювали у своїх працях такі вітчизняні вчені, як О. Любіцева [1], В. Герасименко [2], М. Мальська [3]. Фундаментальні аспекти психологічної стійкості та збереження ментального здоров'я особистості в умовах системних криз ґрунтовно досліджено у працях С. Максименка [4]. Зокрема, автор розглядає процеси адаптації та трансформації психіки під впливом травмуючих подій [5], що створює теоретичне підґрунтя для вивчення рекреації та туризму як інструменту активного самовідновлення та проєктування позитивного майбутнього. Проте вплив саме туристичних подорожей на психоемоційний стан населення безпосередньо під час активної фази бойових дій є відносно новим напрямом, що потребує інтеграції економічних та соціопсихологічних підходів.

У наукових роботах закордонних вчених останніх років вплив туризму на психологічний стан особистості розглядається переважно у контексті благополуччя, відновлення емоційного балансу та підвищення якості життя. Дослідники акцентують увагу на рекреаційній функції туризму, його здатності знижувати рівень стресу, емоційного вигорання та сприяти особистісному розвитку. Зокрема роботи Chen & Petrick (2013), надають всебічний огляд наукових досліджень, щодо позитивного впливу

подорожей на здоров'я та самопочуття, визначаючи терміни поступового зниження ефекту з часом [6]. Після початку пандемії COVID 19 та подальших глобальних криз фокус досліджень змістився у бік вивчення туризму як інструменту психологічного відновлення в умовах невизначеності та загрози. У публікаціях Zenker & Kock (2020), Higgins-Desbiolles (2020) досліджується спосіб «соціалізації» туризму шляхом його переорієнтації на суспільне благо, у контексті відповідальності за соціальні та екологічні наслідки кризових явищ. Також туризм розглядається як форма копінг-стратегії, що сприяє зниженню тривожності та відновленню почуття контролю над життям після кризових періодів [7, 8].

Окремий напрямок досліджень присвячено туризму в умовах військових конфліктів і постконфліктних суспільств. Автори відзначають, що навіть обмежені форми внутрішнього туризму можуть виконувати терапевтичну функцію, сприяючи соціальному благополуччю та відновленню колективної ідентичності. Автори Causevic & Lynch (2011) досліджують процеси, що впливають на розвиток туризму після великого політичного конфлікту в Боснії та Герцеговині, зазначаючи що меморіальні пам'ятки та місця є ключовими для концепції розвитку постконфліктного (повоєнного) туризму, але лише за умови їх видалення з дискурсу темного туризму (dark tourism) [9]. Farmaki (2017) у роботі розкриває більш глобальну політичну дискусію між поняттями конфлікт, мир та туризм акцентуючи увагу на значенні туризму як миротворця, ґрунтуючись на передумові, що контакти, які виникають під час подорожей, можуть позитивно впливати на міжнародну політику та сприяти миру в усьому світі, скорочуючи культурні та психологічні відмінності між людьми [10]. Однак більшість таких досліджень мають кейсовий характер і не враховують глобальні психологічні наслідки тривалого військового стресу.

Формулювання цілей статті. Дослідити вплив туризму на психологічний стан населення України в умовах війни та визначити напрями психоемоційної стабілізації через туристичні подорожі в рамках копінг-стратегії.

Виклад основного матеріалу. Психологічний стан населення України в умовах війни характеризується високим рівнем хронічного стресу, емоційного виснаження та порушень почуття безпеки. У таких умовах туризм, навіть в обмежених формах, виконує функцію тимчасового виходу з травматичного контексту повсякденності. Поїздки до відносно безпечних регіонів, відвідування природних територій, участь у культурних та історико-меморіальних маршрутах сприяють зниженню рівня тривожності, відновленню емоційного балансу, підвищенню резильєнтності та формуванню позитивних психологічних станів. Війна докорінно змінила структуру та географію туристичних потоків в Україні. Якщо до 2022 року домінував виїзний туризм, то в умовах закритих кордонів (для чоловіків) та обмеженої авіаційної логістики основним вектором став внутрішній туризм.

За даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) з початку повномасштабної війни понад 45% українців подорожували країною з туристичною метою (внутрішні поїздки), при цьому 26% подорожували 1–2 рази, 12% – 3–5 разів та 7,3% більше 5 разів за півтора роки після початку війни [11]. Це показує, що майже половина населення країни готова споживати туристичні послуги навіть за умов конфлікту. Позитивну динаміку відновлення туристичної галузі також підтверджує статистика надходження туристичного збору в Україні у 2024 році становив 273,1 млн. грн., що на 16% перевищує довоєнні показники та 142,6 млн. грн. у першій половині 2025 року. Київ у 2025 році (січень–липень) продовжує очолювати рейтинг платників – 42,5 млн. грн., на другому місці Львівська область – 33,2 млн грн, Івано-Франківська область – 26,1 млн грн., Закарпатська – 15,3 млн.грн [12].

Літо 2025 року показало, що українці дедалі активніше повертаються до подорожей, туроператор Join UP зафіксував зростання на 70% порівняно з літом 2024-го. [13]. Загальна динаміка туристичного потоку в період повномасштабної війни (виїзний та внутрішній туризм) представлена на рис 1.

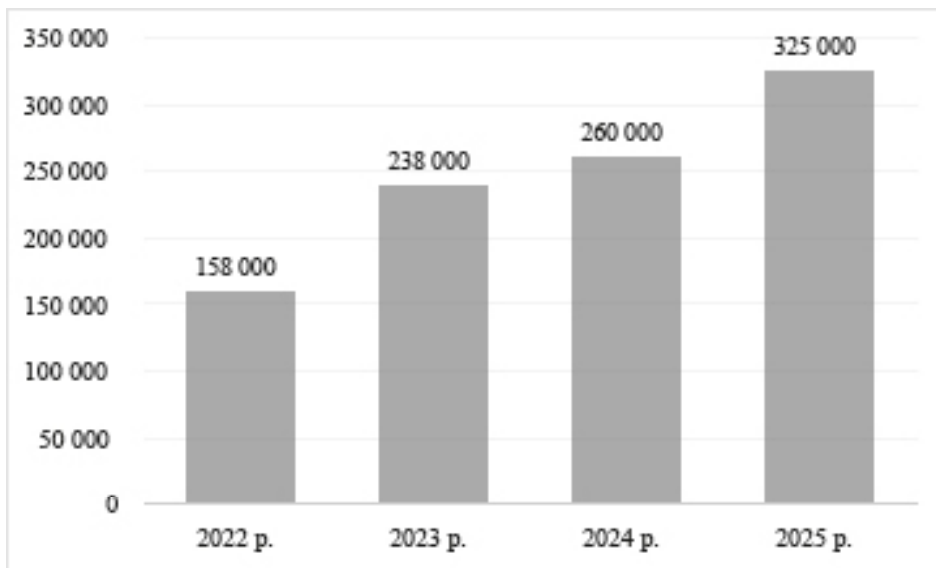


Рис. 1. Динаміка туристичного потоку в Україні в період повномасштабної війни, тис. осіб

Джерело: сформовано автором на основі [13]

До найпопулярніших внутрішніх туристичних напрямків відносяться Карпати (75,7%), Одеса (48,5%), Львів (21%) та Київська область (16,9%). Топ п'ять напрямків відпочинку в Україні: Карпати, Трускавець, Поляна, Східниця, Закарпаття. Лише 29% респондентів планували поїздки за кордон літом 2025р. Однак спостерігається помітне зрушення у бік європейських напрямів: поїздки до Болгарії зросли на 78%, до Греції – на 59%, до Кіпру – на 28%, а до Іспанії – на 10%. Спрощена логістика автобусних турів та короткі перельоти сприяють розвитку цієї тенденції. До найбільш популярних міжнародних напрямів відносяться: Єгипет, Туреччина, Греція, Болгарія, Чорногорія та Туніс, інтерес до Тунісу помітно зріс завдяки новим рейсам із Кишиніва, який тепер є ключовим транзитним вузлом для українських мандрівників [14].

Потрібно підкреслити, що при виборі місця подорожі 51,5 % українців звертають увагу на природу. Отже потреба у відновленні на основі рекреаційних ресурсів є домінуючим мотивом подорожі населення під час війни. Піші прогулянки, дослідження міського середовища, культурний туризм та відпочинок на пляжі є домінуючими видами відпочинку в Україні під час війни [11].

Потрібно зазначити, що внутрішній туризм як форма символічного повернення до мирного життя, сприяє збереженню соціальної активності, зміцненню горизонтальних соціальних зв'язків та формуванню почуття належності до національної спільноти. З погляду соціальної психології, такі ефекти посилюють колективну стійкість та сприяють зниженню деструктивних наслідків тривалого стресу. Психологічний ефект туризму посилюється за умови його усвідомленого позиціонування як безпечного простору, що підтримує. Туристичні подорожі орієнтовані на сімейний відпочинок, екологічний туризм і культурну спадщину, демонструють більш виражений позитивний ефект на відміну від традиційних комерційних форматів.

Для того щоб оцінити позитивний вплив туризму на психологічний стан населення під час війни, потрібно окреслити основні домінуючі емоційні стани українців від початку повномасштабної війни. За результатами звіту дослідницької компанії Gradus

[15] станом на 2025 рік 52% українців відчувають втому, це найвищий показник серед усіх емоційних станів, далі зазначають напруженість – 43%, роздратування – 35% та розчарування – 34%. Відчуття страху, яке домінувало у 2022 році знизилось до 27%. Загальна самооцінка психологічного стану з кожним роком знижується, у 2025 році частка тих, хто вважає його задовільним, скоротилась до 29% порівняно із 36% у 2024 році. Посттравматичний стресовий розлад (ПТСР) українці найчастіше намагаються долати через цифрові розваги та спілкування з родиною і друзями. Потрібно зазначити, що відповідно до результатів опитування, за останні два роки зросла частка тих хто обирає улюблені хобі, прогулянки на природі, подорожі та заняття спортом для стабілізації свого емоційного стану [15]. Найбільш поширені ознаки, що можуть свідчити про ПТСР, які визначають українці у віці 18–60 років представлені на рис. 2.

При тривалому впливі стресових факторів та наявності ознак ПТСР ключовим стає пошук стратегій емоційного копінгю, які допомагають підтримувати адаптивне функціонування особистості. Важливу роль у цьому процесі можуть відігравати позитивні переживання та діяльність, яка сприяє відновленню емоційного балансу. Копінг-стратегії являють собою сукупність психічних та поведінкових зусиль, спрямованих на подолання стресових ситуацій та адаптації до нових умов функціонування. Копінг може бути орієнтований на проблему (пошук рішення) або орієнтований на емоції (регуляція емоційного стану) [16]. Саме остання категорія є особливо важливою за умов тривалого конфлікту, коли фактори первинного стресу перебувають поза контролем особистості, а завдання людини, у межах особистого контролю, зберегти психічну рівновагу [17].

Туризм традиційно розглядається в науковій літературі як один із факторів, що сприяє зниженню емоційної напруги та підвищенню суб'єктивного благополуччя. Він створює тимчасовий простір, відмінний від повсякденного середовища, що дозволяє переключитися з джерела стресу, отримати нові враження та стимулювати позитивні емоції [18, 19, 20]. Під час війни позитивний психологічний ефект від туристичних подорожей посилюються через наступні стани:

– почуття безпеки та контролю, що виникають у відносно спокійній обстановці під час подорожі;

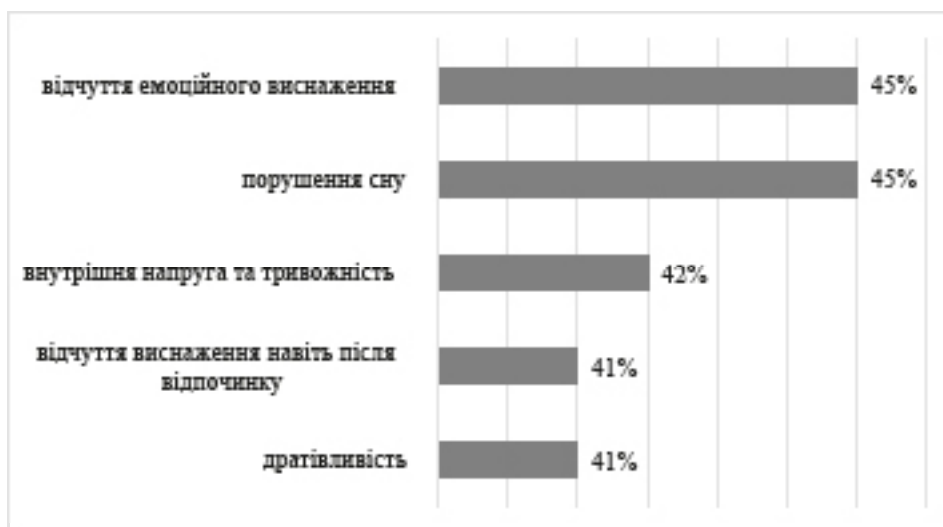


Рис. 2. Ознаки ПТСР, які визначають українці станом на 2025 рік

Джерело: сформовано автором на основі [15]

- відновлення соціальних зв'язків (подорожі з сім'єю, друзями);
- переживання відчуттів новизни та значимості своїх досягнень;
- надання можливості фізичної активності та зміни середовища;
- збереження відчуття «нормальності» та звичайного життя;
- підкріплення життєвої мотивації та орієнтації на майбутнє.

Отже туризм в умовах війни може розглядатися як копінг-стратегія, орієнтована на регуляцію емоційного стану (emotion-focused coping), а не на зміну джерела стресу, який не піддається контролю.

Копінг-стратегії напряду пов'язані з позитивною психологією та основними складовими благополучного життя людини. Науково обґрунтована концепція добробуту та щастя, розроблена М. Селігманом (2011), який є засновником позитивної психології пропонує модель PERMA (позитивні емоції, залученість, стосунки, значення (сене життя) та досягнення) [21]. Проте існує ще одна добре усталена підсумкова модель Д. Ньюмана (2014) DRAMMA (відстороненість-відновлення, автономія, майстерність, значення та приналежність), яка пропонує п'ять вимірів благополуччя у досвіді дозволяючи включаючи також і туристичний досвід [22]. З часом дослідники позитивного впливу туризму на загальне благополуччя людини трансформували її у модель DREAMA, яка об'єднує ключові компоненти благополуччя туриста. Згідно з DREAMA, благополуччя туриста може фактично складатися з гедоністичних вимірів відчуженості-відновлення (DR), включаючи позитивні емоції та принаймні частково еудемоністичних вимірів: залученості (E), включаючи автономію; приналежності (A), включаючи стосунки та природне середовище; значення (M) та досягнень (A), включаючи майстерність [23].

Використання туризму як копінг-стратегії (стратегії подолання стресу) під час війни має розглядатися, не як «втеча від реальності» чи ігнорування трагедії, а як інструмент відновлення внутрішнього ресурсу, щоб мати сили жити, працювати та боротися далі.

Спіраючись на модель DREAMA доцільно адаптувати туризм за кожним елементом під потреби емоційного відновлення в умовах постійного стресу.

Перший елемент психологічне відсторонення-відновлення (detachment-recovery) може бути інтерпретовано наступним чином. Під час війни ми перебуваємо в стані «гіперпильності». Навіть коротка зміна фізичного середовища допомагає розірвати цикл хронічного стресу. Короткострокові поїздки в інше місто або область допомагають мозку переключитися з режиму «виживання» в режим «спостереження» за новим ландшафтом, архітектурою та життям міста.

Залученість (engagement) у контексті подорожей означає відволікання від поточних справ та буденності. З моменту початку подорожі та навіть на етапі планування та підготовки ви вже змінюєте фокус уваги з поточних проблем та справ на майбутню подорож. Захоплюючись новими місцями, виконуючи нові дії ви занурюєтесь у процес спостереження та на деякий час можете забути про проблеми, які пов'язані з життям в країні де триває війна.

Приналежність (affiliation) зазвичай розглядається у контексті соціальних відносин, яка визначає необхідності людини бути причетною до певної спільноти та будувати позитивні відносини. Використання туризму як копінг-стратегії підкреслює важливість подорожі з сім'єю та близькими людьми, що дозволяє знову відчути безпеку та спорідненість через соціальну підтримку та зміну буденного середовища. Спілкування із новими людьми під час подорожі, також позитивно впливає на психологічний стан людини та може розглядатися як певний інструмент соціальної терапії. У психології існує поняття «ефект попутника», коли людині легше відкритися незнайомцю, ніж близьким, оскільки відсутній страх засудження або довгострокових наслідків для репутації. Постійний стрес замикає нас у колі одних і тих самих думок та переживань. Спілкування під час війни часто стає обмеженим певним колом людей, знайомство з

новими людьми розриває цей цикл та надає можливість виходу з «ехо-камери» стресу. Нові наративи, які не пов'язані з вашим щоденним болем чи рутиною дають мозку необхідну «паузу». Розмова з кимось із іншого регіону чи країни допомагає побачити ширшу картину світу, що зменшує відчуття тупика. Терапевтична анонімність мандрівника дозволяє проявити ті частини особистості, які вдома можуть бути пригнічені стресом.

Природне середовище у складовій приналежності (A) у моделі DREAMA виконує терапевтичну функцію. Біофілія, як глибока, генетична потреба людини бути у зв'язку з природою набуває особливого значення під час довготривалого стресу. Інстинктивна тяга до природи у пошуках зниження стресу та покращення ментального здоров'я, формує психологічну та фізіологічну рівновагу. Еко-туризм, рекреаційний туризм та просто відпочинок на природі знижують рівень кортизолу у крові, підвищує настрій, орієнтує особистість на творчість, розвиток та життя. Подвійну користь для ментального та фізичного здоров'я від відпочинку на природі можна отримати, якщо дотримуватись цифрового детоксу та свідомо обмежити перегляд новин.

Наступна складова копінг стратегії – сенс або значення (meaning) є безперечно надважливою в умовах війни, коли багато хто поступово втрачає сенс життя. Подорож як мета, її планування та очікування можуть надати сенсу життю. Коли ми перебуваємо в епіцентрі стресу, наш світ звужується до розмірів власної тривоги, у свою чергу туризм розширює цей горизонт. Відвідування інших країн, культурно-історичної спадщини надає відчуття стабільності світу та розуміння його величності. Внутрішній туризм наповнює подорож сенсом самоусвідомлення через культурну та національну ідентичність. Війна змушує нас відчувати нездатність керувати обставинами та іноді своїм життям, в той же час планування туристичної подорожі, вибір маршруту, прийняття рішень під час поїздки, повертає нам відчуття власної волі та вільного вибору.

Останній елемент досягнення (achievement), включаючи майстерність може бути реалізований на прикладі екстремального, пригодницького, гастрономічного або навіть сільського туризму. Хайкінг, каякінг, велосипедні маршрути, сноубординг, дайвінг та багато інших видів активного туризму допомагають опанувати відчуття контролю та отримати дофамін при досягненні цілі, який компенсує тривогу. Майстерність через можливість опанування нових навичок за допомогою гастрономічного або сільського туризму це спосіб нагадати собі, що розвиток можливий навіть у складні часи.

Наприкінці, потрібно все ж таки зазначити психологічні та матеріальні бар'єри, які стримують людей від споживання туристичних послуг під час війни. До них у першу чергу потрібно віднести етичні чинники, які ґрунтуються на почутті провини за відпочинок під час війни. Фразу «не на часі» ми дуже часто чуємо за останні чотири роки, але на наш погляд, завжди на часі жити та робити все щоб підтримувати своє ментальне та фізичне здоров'я. Звичайно безпековий фактор порушує можливість навіть короткострокового планування, яке є основою туристичної діяльності. Зниження купівельної спроможності значної частини населення, відображається на споживчій поведінці, коли у пріоритеті є лише задоволення базових потреб [24]. Отже під час війни туристичне споживання стримується не лише матеріальним становищем чи безпекою, а й глибокими психологічними механізмами провини, страху та втрати сенсу. Психологічні та матеріальні бар'єри взаємно підсилюють один одного та часто формують рішення не подорожувати під час війни. Незважаючи на це, позитивний ефект від туристичних подорожей в умовах постійного стресу є безперечним, але логічне та етичне обґрунтування його користі та доцільності можливе лише тоді, коли туризм подається не як розвага, а як інструмент відновлення, психологічної стійкості та соціальної життєздатності.

Висновки. Туризм в умовах війни доцільно розглядати не лише як економічний, але й як соціально-психологічний ресурс. Подорожі з розважальною метою часто викликають засудження серед населення України під час війни, у той же час позиціо-

нування туристичних послуг на цінностях психологічного та фізичного відновлення, надає нового сенсу сприйняття туристичної активності. Подорожі за умови дотримання принципів безпеки й етичної чутливості можуть виконувати важливу функцію психологічної саморегуляції та відновлення індивідуального ресурсу, необхідного для довготривалої адаптації до кризових обставин. Туристична галузь України продемонструвала високу резильєнтність, адаптувавши внутрішні продукт під потреби воєнного часу. Короткострокові рекреаційні подорожі закордон або в безпечні регіони України стали ефективним засобом профілактики ПТСР та професійного вигорання, що має прямий вплив на економічну продуктивність населення. Туристична активність у межах внутрішнього або регіонального туризму сприяє збереженню соціальної взаємодії, підтримці локальних економік та зміцненню суспільної стійкості. Таким чином, туризм у воєнний період доцільно розглядати не як форму гедоністичного споживання, а як інструмент підтримки людського потенціалу та соціальної життєздатності в умовах тривалої колективної травми.

Список використаних джерел:

1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2021. 436 с.
2. Герасименко В. Г. Економіка туризму: показники та методи оцінки. Одеса : ОНЕУ, 2022. 210 с.
3. Мальська М. П., Антонюк Н. В. Менеджмент туризму. Теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 544 с.
4. Психологічне здоров'я особистості : монографія / за ред. С. Д. Максименка. Київ : Видавничий Дім «Слово», 2014. 232 с.
5. Максименко С. Д. Психологія особистості. Київ : Видавництво ТОВ «КММ», 2007. 296 с.
6. Chen C. C., Petrick J. F. Health and wellness benefits of travel experiences. *Journal of Travel Research*. 2016. № 55(6). P. 709–719.
7. Zenker S., Kock F. The coronavirus pandemic: a critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*. 2020. Vol. 81, Article 104164. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>
8. F. Higgins-Desbiolles F. Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*. 2020. Vol. 22. Issue 3.
9. Causevic S., Lynch P. Phoenix tourism: Post-conflict tourism role. *Annals of Tourism Research*. 2011. Vol. 38(3). P. 780–800.
10. Farmaki A. The tourism and peace nexus. *Tourism Management*. 2017. Vol. 59. P. 528–540.
11. Результати опитування щодо подорожей Україною під час війни. URL: <https://tourism.gov.ua/statistic>
12. Прессслужба Державної податкової служби України. Туристичний збір, 2025. URL: <https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/927855.html>
13. Повертаємося до подорожей. *Бізнес*. 2025. URL: <https://biz.nv.ua/markets/join-up-ukrainia-turisticheskij-potok-vyros-na-70-i-novye-napravleniya-v-2025-50541529.html>
14. Ukrainians shift toward domestic travel amid war and economic pressure. *The new voice of Ukraine*. 2025. URL: https://english.nv.ua/life/ukrainians-favor-domestic-vacations-as-local-tourism-booms-in-2025-50525733.html?utm_
15. Спеціальне дослідження. Gradus research company. URL: <https://gradus.app/ru/open-reports/how-ukrainians-feel-4th-year-war-and-how-they-cope/>
16. Falon S. L., Kangas M., Crane M. F. The coping insights involved in strengthening resilience: the self-reflection and coping insight framework. *Anxiety, stress & coping: An International Journal*. 2021. Vol. 34(6). P. 734–750. DOI: <https://doi.org/10.1080/10615806.2021.1910676>
17. Tugade M. M. Positive emotions and coping: Examining dual-process models of resilience. *The Oxford handbook of stress, health, and coping* / in S. Folkman (Ed.). Oxford University Press, 2011. P. 186–199.
18. Tian M., Yanjun X. The study of emotion in tourist experience: current research progress. *Tourism and Hospitality Prospects*. 2019. Vol. 3(2). P. 82–101.
19. Prayag G, Hosany S, Odeh K. The role of tourists' emotional experiences and satisfaction in understanding behavioral intentions. *Journal of Destination Marketing & Management*. 2013. Vol. 2(2). P. 118–127. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.05.001>

20. Yang Zh. Linking emotions to strength: impact of tourism emotional experience on college students' psychological resilience. *BMC Psychology*. 2025. Vol. 13:1360. URL: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40359-025-03646-4>
21. Seligman M. PERMA and the building blocks of well-being. *The journal of positive psychology*. 2018. Vol. 13 (4).
22. Newman D., Tay L., Diener E. Leisure and subjective wellbeing: a model of psychological mechanisms as mediating factors. *Journal of Happiness Studies*. 2014. Vol. 15(3). P. 555–578.
23. Filep S., D. Moyle B., Skavronskaya L. Tourist wellbeing: re-thinking hedonic and eudaimonic dimensions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2024. Vol. 48 (1). P. 184–193.
24. Romanova A., McGinley S. Tourism as a Tool of Recovery of Ukrainian Communities: Economic and Mental Healing. *Socio-Cultural Management Journal*. 2025. № 8(1). P. 4–22. DOI: <https://doi.org/10.31866/2709-846X.1.2025.336350>

References:

1. Liubitseva O. O. (2021) *Rynok turystychnykh posluh* [Tourism services market]. Kyiv : Alterpres, 436 p. (in Ukrainian)
2. Herasymenko V. H. (2022) *Ekonomika turizmu: pokaznyky ta metody otsinky* [Tourism Economics: Indicators and Evaluation Methods]. Odesa : ONEU, 210 p. (in Ukrainian)
3. Malska M. P., Antoniuk N. V. (2020) *Menedzhment turizmu. Teoriia ta praktyka* [Tourism Management. Theory and Practice]. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury, 544 p. (in Ukrainian)
4. Maksymenka S. D. (ed.) (2024) *Psykhologichne zdorovia osobystosti : monohrafiia* [Psychological health of the individual: monograph]. Kyiv : Vydavnychi Dim "Slovo", 232 p. (in Ukrainian)
5. Maksymenko S. D. (2007) *Psykhologhiia osobystosti* [Personality psychology]. Kyiv : TOV "KMM", 296 p. (in Ukrainian)
6. Chen C. C., Petrick J. F. (2016) Health and wellness benefits of travel experiences. *Journal of Travel Research*, no. 55(6). pp. 709–719.
7. Zenker S., Kock F. (2020) The coronavirus pandemic: a critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, vol. 81, article 104164. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>
8. F. Higgins-Desbiolles F. (2020) Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, vol. 22(3).
9. Causevic S., Lynch P. (2011) Phoenix tourism: Post-conflict tourism role. *Annals of Tourism Research*, vol. 38(3). pp. 780–800.
10. Farmaki A. (2017) The tourism and peace nexus. *Tourism Management*, vol. 59. pp. 528–540.
11. Rezultaty opytuvannia shchodo podorozhei Ukrainoiu pid chas viiny [Survey results on travel in Ukraine during the war]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (in Ukrainian)
12. Presssluzhba Derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy. Turystychnyi zbir, 2025 [Press Service of the State Tax Service of Ukraine. Tourist tax, 2025]. Available at: <https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/927855.html> (in Ukrainian)
13. Povertaismosia do podorozhei (2025) [Back to travel]. *Biznes – Business*. Available at: <https://biz.nv.ua/markets/join-up-ukraina-turisticheskii-potok-vyros-na-70-i-novye-napravleniya-v-2025-50541529.html> (in Ukrainian)
14. Ukrainians shift toward domestic travel amid war and economic pressure. The new voice of Ukraine. (2025). Available at: https://english.nv.ua/life/ukrainians-favor-domestic-vacations-as-local-tourism-booms-in-2025-50525733.html?utm_
15. Spetsialne doslidzhennia [Special study] Gradus research company. Available at: <https://gradus.app/ru/open-reports/how-ukrainians-feel-4th-year-war-and-how-they-cope/> (in Ukrainian)
16. Falon S. L., Kangas M., Crane M. F. (2021) The coping insights involved in strengthening resilience: the self-reflection and coping insight framework. *Anxiety, stress & coping: An International Journal*, vol. 34(6). pp. 734–750. DOI: <https://doi.org/10.1080/10615806.2021.1910676>
17. Tugade M. M. (2011) Positive emotions and coping: Examining dual-process models of resilience. The Oxford handbook of stress, health, and coping / in S. Folkman (Ed.). *Oxford University Press*, pp. 186–199.
18. Tian M., Yanjun X. (2019) The study of emotion in tourist experience: current research progress. *Tourism and Hospitality Prospects*, vol. 3(2), pp. 82–101.

19. Prayag G, Hosany S, Odeh K. (2013) The role of tourists' emotional experiences and satisfaction in understanding behavioral intentions. *Journal of Destination Marketing & Management*, vol. 2(2), pp. 118–127. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.05.001>
20. Yang Zh. (2025) Linking emotions to strength: impact of tourism emotional experience on college students' psychological resilience. *BMC Psychology*, vol. 13:1360. Available at: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40359-025-03646-4>
21. Seligman M. (2018) PERMA and the building blocks of well-being. *The journal of positive psychology*, vol. 13(4).
22. Newman D., Tay L., Diener E. (2014) Leisure and subjective wellbeing: a model of psychological mechanisms as mediating factors. *Journal of Happiness Studies*, vol. 15(3), pp. 555–578.
23. Filep S., D. Moyle B., Skavronskaya L. (2024) Tourist wellbeing: re-thinking hedonic and eudaimonic dimensions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 48(1), pp. 184–193.
24. Romanova A., McGinley S. (2025) Tourism as a Tool of Recovery of Ukrainian Communities: Economic and Mental Healing. *Socio-Cultural Management Journal*, no. 8(1), pp. 4–22. DOI: <https://doi.org/10.31866/2709-846X.1.2025.336350>

Дата надходження статті: 19.01.2026

Дата прийняття статті: 17.02.2026

Дата публікації статті: 02.03.2026