

**Боева А. С., д-р екон. наук Жиленко К. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПОДОРОЖЕЙ УКРАЇНЦІВ**

У 2025 році більшість українських туристів обирала перевірені та звичні напрями подорожей, які не вимагали складної логістики та забезпечували відчуття стабільності й прогнозованості. Тим не менш на українському туристичному ринку з'явилися більш екзотичні позиції, які прижилися до череди сталих. Тенденції та мета подорожі змінюються, щоразу дивуючи та змушуючи фахівців з туризму йти в ногу з часом.

За даними туроператора Join UP! Україна, найбільша кількість подорожей традиційно припадає на літній сезон, причому максимальна активність спостерігається у липні. Натомість лютий залишається місяцем із найменшою туристичною активністю [2]. Обираючи напрямки для подорожей, українські туристи дедалі частіше віддавали перевагу перевіреним країнам із зрозумілими правилами в'їзду, розвинутою туристичною інфраструктурою та стабільним рівнем обслуговування.

У холодну пору року попит переорієнтовувався на теплі країни та морські курорти. Узимку українці найчастіше обирали такі напрямки, як Єгипет, ОАЕ та Шрі-Ланка. Водночас частина туристів проявляла інтерес до більш віддалених і екзотичних локацій – Занзібару, Домініканської Республіки, острова Фукуок у В'єтнамі та Мальдівів. Проте такі подорожі здебільшого мали поодинокий характер і не були масовими. Водночас ця тенденція свідчить про поступове розширення географії подорожей та зростання можливостей українців здійснювати більш унікальні й ексклюзивні туристичні поїздки.

Для багатьох важливими факторами при виборі подорожі були не лише вартість та тип відпочинку, а й рівень безпеки країни, надійність інфраструктури та можливість швидко і без зайвих ризиків дістатися до місця призначення. Переважна частина українських туристів обирала перельоти з аеропортів сусідніх країн, до яких вони діставалися наземним транспортом. Такий підхід дозволяв значно скоротити час у дорозі до курортів у порівнянні з традиційними автобусними турами.

В табл. 1 наведено основні найпопулярніші закордонні напрямки, які українські туристи найчастіше обирали для здійснення власних подорожей впродовж року.

*Таблиця 1*

**Найпопулярніші країни для відвідування українцями**

<b>Країна</b>	<b>Характеристика</b>
Туреччина	<ul style="list-style-type: none"><li>- співвідношення ціна/якість</li><li>- відносна близькість</li><li>- велика кількість готових турпродуктів</li><li>- поширена система all inclusive</li></ul>
Єгипет	<ul style="list-style-type: none"><li>- доступні тури у міжсезоння та взимку</li><li>- велика варіація відпочинкових програм</li><li>- прості умови в'їзду</li></ul>
Греція	<ul style="list-style-type: none"><li>- багата культурна спадщина</li><li>- європейський сервіс</li><li>- легке поєднання пляжного відпочинку та культурно-пізнавального</li></ul>
Болгарія	<ul style="list-style-type: none"><li>- близькість до України</li><li>- наявність бюджетних сімейних курортів</li><li>- схожість менталітету та кухні</li></ul>
Чорногорія	<ul style="list-style-type: none"><li>- поєднання гір та моря</li><li>- проста логістика</li><li>- цінова доступність</li><li>- мальовничість країни</li></ul>

*Джерело: сформовано автором на основі [1]*

У 2025 році попит на внутрішній туризм був зосереджений переважно в регіонах, які вважалися відносно безпечними та мали добре розвинену й зрозумілу туристичну інфраструктуру. У зимовий сезон українські туристи найчастіше обирали гірськолижні курорти Карпат, тоді як у літній період особливою популярністю користувалися природні та історичні локації Закарпаття. Також стабільний інтерес зберігався до оздоровчих курортів Східниці, Трускавця та Поляни.

Водночас попит на відпочинок в Одесі та Одеській області залишався порівняно низьким. Основними причинами цього були в основному безпекові ризики, а також досить суттєве підвищення вартості проживання в готелях, що знижувало конкурентоспроможність регіону порівняно із західними областями України.

У 2025 році туристичні уподобання українців формувалися не лише під впливом ціни та доступності напрямків, але й з огляду на загальносвітові зміни у сфері подорожей. Однією з помітних тенденцій стало зростання популярності нішевих видів туризму, коли поїздки організуються не лише з метою відпочинку, а й для отримання певного унікального досвіду або нових вражень.

Зокрема, дедалі більшої популярності набувають подорожі до реальних місць, які відтворені у відеоіграх, із використанням технологій доповненої реальності та мобільних квестів.

Окремою тенденцією 2025 року стало активне зростання жіночого туризму. За даними міжнародних досліджень туристичного ринку, жінки приймають близько 82% рішень щодо організації подорожей і становлять приблизно 64% усіх мандрівників у світі [3; 4]. У зв'язку з цим туристичні компанії дедалі частіше розробляють спеціальні туристичні програми для жінок, які передбачають підвищений рівень безпеки та психологічного комфорту. Це поступово сприяє формуванню окремого сегмента на туристичному ринку.

У 2025 році туристичний ринок загалом рухався у напрямку більш персоналізованих і безпечних подорожей. Туристи все частіше віддавали перевагу напрямкам і форматам, що забезпечують відчуття захисту, комфорту та можливість відпочити без зайвого стресу.

### **Список використаних джерел:**

1. Join UP! carried record number of tourists in 2024 for three years of war. Open4Business. 2025. 9 березня. URL: <https://open4business.com.ua/en/join-up-carried-record-number-of-tourists-in-2024-for-three-years-of-war/>.
2. Українські подорожі у 2025 році: популярні напрямки, нові звички та ціни на відпочинок. Visit Ukraine. 2026. 6 лютого. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/7815/ukrainian-travel-in-2025-popular-destinations-new-habits-and-vacation-prices>.
3. Thoppil A. The Woman Traveler – Key Data and Insights: Skift Research. Skift. 2024. 14 жовтня. URL: <https://skift.com/2024/10/14/the-woman-traveler-key-data-and-insights-skift-research/>.
4. WifiTalents. Female Travel Statistics 12.02.2026 p. URL: <https://wifitalents.com/female-travel-statistics/>.