

КЗВО «ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА
НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА
АКАДЕМІЯ» ЗОР

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ТУРИЗМУ

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ТРЕНДІВ: ПРАКТИКА КРАЇН СВІТУ ТА УКРАЇНИ

Монографія

Запоріжжя, 2023



**КЗВО «ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА
НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА АКАДЕМІЯ» ЗОР**

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ТУРИЗМУ

**«РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ТРЕНДІВ:
ПРАКТИКА КРАЇН СВІТУ ТА УКРАЇНИ»**

Монографія

Запоріжжя, 2023

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Хортицької національної академії
(протокол № 3 від 29 грудня 2022 р.)*

Рецензенти:

1. Князевич Анна Олександрівна – декан економічного факультету, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука»

2. Віндюк Андрій Валерійович – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу національного університету «Запорізька політехніка».

Розвиток туристичних трендів: практика країн світу та України : монографія / Під ред. докт. екон. наук, доц. Ю.О. Юхновської. – Запоріжжя: Хортицька національна академія, 2023. – 400 с.

ISBN 978-617-7929-06-1

Авторський колектив: Юхновська Ю.О., д.е.н., доц. – п. 2.1, п. 2.3, п. 3.1; Позднякова-Кирбят'сва Е.Г., д.соц.н., проф. – п. 1.3, п. 1.5; Діденко А.В., к.е.н., доц. – п. 1.2, п. 2.4; Захарова С.Г., к. наук з держ. упр., доц. – п. 3.2; Кравець О.В., к.е.н. – п. 1.2; Куреда Н.М., к.е.н., доц. – передмова, п. 1.1, п. 2.2; Леоценко Д.І., к.філол.н., доц. – п. 1.4; Мосаєв Ю.В. к.соц.н., доц. – п. 1.3, п. 1.5; Прочан А.О., к.е.н., доц. – п. 3.3; Риженко О.М., к.е.н. – п. 2.1, п. 3.1; Омельчак Г.В., – п. 3.4.

Монографію присвячено дослідженню розвитку туристичних трендів в Україні та світі. Проведено аналіз світового досвіду інфраструктурного забезпечення реалізації туристичних трендів, запропоновано шляхи подолання кризових ситуацій та наслідків пандемії коронавірусу. Особливу вагу приділено трендам у лікувально-реабілітаційному та оздоровчому туризмі.

Монографія призначена для науковців, спеціалістів та фахівців в галузі туризму, аспірантів та здобувачів закладів вищої освіти зі спеціальності туризм.

УДК 379.85 : 338.48

ISBN 978-617-7929-06-1

© Колектив авторів, 2023

© Хортицька національна академія, 2023

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ТРЕНДІВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ: АНАЛІЗ ТА УПРАВЛІННЯ.....	6
1.1 Концептуальні підходи щодо розвитку туристичних трендів	6
1.2 Сучасний стан організацій туристичної галузі України ...	41
1.3 Соціологія туризму як механізм аналізу сучасних та майбутніх тенденції міжнародного та національного туризму.	66
1.4 Перспектива віртуалізації туризму в умовах пандемії коронавірусу	82
1.5 Туристичні бренди та тренди Запоріжжя у вимірі соціології	98
РОЗДІЛ 2. ТУРИСТИЧНІ ТРЕНДИ У ЛІКУВАЛЬНО- РЕАБІЛІТАЦІЙНОМУ ТА ОЗДОРОВЧОМУ ТУРИЗМІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ: АНАЛІЗ, УПРАВЛІННЯ, МОДЕЛЮВАННЯ.....	120
2.1 Розвиток медичного туризму в Україні та світі.....	120
2.2 Тренди розвитку лікувально-оздоровчого туризму	163
2.3 Перспективи розвитку анімалотерапії у лікувально- оздоровчому та реабілітаційному туризмі	198
2.4 Когнітивне моделювання розвитку оздоровчого та медичного туризму	239
РОЗДІЛ 3. ІНФРАСТРУКТУРНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ТРЕНДІВ: ДОСВІД УКРАЇНИ ТА ЗАРУБІЖНИХ ДЕРЖАВ.....	267
3.1 Світові та вітчизняні тренди та тенденції розвитку готельного бізнесу	267
3.2 Особливості надання послуг місе-туризму в готельному бізнесі.....	308
3.3 Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства.....	324
3.4 Проблеми розвитку транспортної інфраструктури туристичної галузі	357

23. Буковель – сучасний курорт в національному інтер'єрі Буковель – сучасний курорт в національному інтер'єрі. URL: <https://vidviday.ua/blog/bukovel-suchasnyi-kurort/>

24. Курорт «Буковель» продовжить роботу, незважаючи на жорсткий карантин. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/02/26/novyna/suspilstvo/kurort-bukovel-prodovzhyt-robotu-nezvazhayuchy-zhorstkyj-karantyn>.

25. В. Нитка. Словацьких партнерів на Закарпатті цікавить, насамперед, туризм. URL: <http://www.golos.com.ua/article/305504>.

26. Кралюк П. Хасидизм – плід української землі, в якому поєдналися єврейські та українські традиції. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30845473.html>.

1.4 Перспектива віртуалізації туризму в умовах пандемії коронавірусу

Анотація. У статті розглядається стан туристичного сектору в сучасних умовах глобальної пандемії коронавірусної хвороби 2019 року. Ситуація, створена «COVID-19», з повним правом може характеризуватися як кризова, вихід з якої неможливо уявити без інновацій.

У такому контексті оптимальними представляються перспективи розвитку одного з таких інноваційних видів туризму – віртуального, оскільки він, у значно меншій мірі, потрапляє під обмеження, що продиктовані необхідністю боротьби з пандемією.

Пандемія коронавірусу, що почалася у 2019 р., справила великий вплив на стан і подальший розвиток практично всіх сфер світового господарства, в тому числі і туризму. Нинішня криза в туризмі, що стала наслідком пандемії, є безпрецедентною, з точки зору вже наявних і очікуваних втрат і наслідків.

Власне проблема полягає у наявності тих викликів, що спричинені даною кризовою ситуацією і пошуками нових шляхів та засобів її подолання, оскільки вже існуючих явно недостатньо.

Віртуальний туризм є одним із перспективних напрямків розвитку туристичної діяльності, який можна розглядати як варіант подолання зазначених негативних наслідків пандемії шляхом застосування інформаційних технологій. Дослідження, пов'язані з цим питанням, викладено у роботах як вітчизняних, так і закордонних авторів, зокрема: Атаманчук З.А., Кравцова С.В. Логунцова І.В., Панова І.О., Сарян А.А., Світличної В.Ю., Симонян Г.А, Сущенко О.А., та ін.

Тим не менш, слід зазначити, що ряд робіт, які торкаються проблем розвитку туризму за умов пандемії, наголошуючи на необхідності диверсифікації туристичної діяльності, або взагалі не звертають увагу на можливість використання ІТ-ресурсів [12, 16], або зводять його до цифровізації сервісних послуг (онлайн-бронювання, замовлення, ознайомлення та ін.) [1, 11]. Авторами наголошується, що «VR-туризм у сучасних умовах виступає важелем підтримки попиту на туристичні послуги під час карантину,.. допомагає формуванню відкладеного попиту і... стимулює до реальної подорожі в майбутньому» [14]. Такий підхід, на нашу думку, обумовлюється тією тенденцією до розуміння феномену віртуального туризму, яка сформувалася ще до спалаху пандемії і стверджувала, що, «незважаючи на зростаючу популярність віртуального туризму, маємо сподіватися, що він залишиться зручним додатком до справжніх туристичних подорожей» [17].

Саме змістом зазначеної вище проблеми та її недостатньою, на нашу думку, розробленістю обумовлена мета даного дослідження, що формулюється як визначення перспектив розвитку віртуального туризму в умовах

пандемії коронавірусу як інноваційного напрямку розвитку туристичної сфери.

Останнім часом у спеціальній літературі вкоренилася думка про те, що важливе місце у філософії туризму посідає праксеологічний, соціально-діяльнісний аспект, який складає теоретичне підґрунтя моделювання розвитку туризму, зміст якого полягає у розробці програм та генеральних планів його вдосконалення [5, 11]. Загальновизнаним є твердження, що наукове пізнання, якщо воно ґрунтується на теоретичному світорозумінні, має виконувати прогностичну функцію науково обґрунтованого визначення конкретних перспектив подальшого розвитку того, що є об'єктом дослідження. На цьому власне ґрунтується як конкретнонаукове прогнозування, так і філософська футурологія в цілому.

За свою історію туризм пройшов тривалий шлях становлення і з середини ХІХ ст. став масовим і організованим громадським рухом, який поступово перетворився на потужний фактор економічного та соціального прогресу, а для деяких країн став ключовою стратегією їхнього розвитку. Ще у середині другого десятиріччя ХХІ ст. перспективи розвитку міжнародного туризму дозволяли стверджувати, що поточне століття стане століттям туризму [7, с. 49].

Але можливі тенденції розвитку існуючої реальності зумовлюються діалектичною суперечністю необхідного та випадкового. Таким випадковим і, водночас, значущим фактором, став новий вид коронавірусу «COVID-19», перший спалах якого був зафіксований в Китаї наприкінці 2019 р. А вже на початку 2020 р. Всесвітньою організацією охорони здоров'я було оголошено стан пандемії, що призвело до закриття міждержавних кордонів, призупинення авіа- і залізничного сполучення, введення режиму загальної самоізоляції та запровадження інших обмежень. Принциповою відмінністю нагальної пандемії є одночасне виникнення

так званої «неінфекційної пандемії» («пандемії страху»), пов'язаної зі стрімким розвитком інформаційних технологій і миттєвим поширенням інформації в сучасному світі.

Ситуація, що склалася, справила істотний вплив на всі сфери світового господарства, в тому числі і на туризм. Як практично одностайно відзначають експерти, такої кризи в туризмі не спостерігалось з часів Другої світової війни [7, с. 54]. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) міжнародний туризм з січня по жовтень 2020 р. скоротився на 72%, впавши до рівня 1990 р.: «Міжнародні прибутки впали на 72% за перші десять місяців 2020 року, з обмеженнями на поїздки, низькою довірою споживачів і глобальною боротьбою за стримування вірусу «COVID-19», що призвело до гіршого року в історії туризму.

Грунтуючись на поточних даних, ЮНВТО очікує, що міжнародні прибутки скоротяться на 70-75% протягом всього 2020 року. У цьому випадку глобальний туризм повернеться до рівня 30-річної давнини» (Рис. 1) [22].

Згідно даних тієї ж організації, на початок лютого вже 2021 р. для міжнародного туризму повністю закрито кожен третій напрямок у світі, а «...поява нових варіантів вірусу «COVID-19» спонукало багато урядів зменшити зусилля з послаблення обмежень на поїздки, а також повністю закрити доступ туристам, найбільш поширеним в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні і Європі» [21].

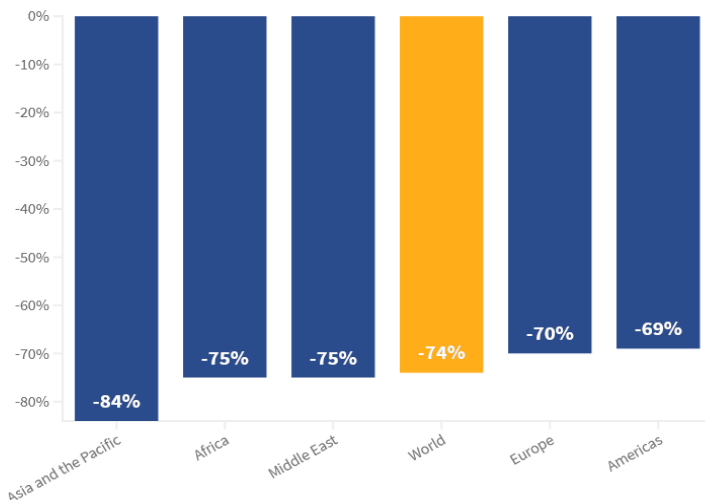
Задля кращого розуміння ситуації звернемо увагу на використання терміну «міжнародні прибуття», що орієнтує на розуміння туризму, і, в першу чергу міжнародного, як процесу переміщення у просторі та часі. І це не заперечує традиційному підходу, який розглядає туризм як:

– тимчасове переміщення з певною метою... [4, с. 31];

– подорож особи за межі постійного місця проживання, що включає перетин кордону (міжнародний туризм)... [8];

– діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування в місцях, що розташовані за межами їх звичайного середовища (міжнародний туризм)... [3, с. 8].

Change (%) 2020, by region



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©
Data as collected by UNWTO, January 2021. Published: 28/01/2021

Рис. 1. Зміни міжнародних прибуттів (%) 2020 р., у світі та по регіонах [22]

Зрозуміло, що за умов зазначених вище обмежень, які накладає пандемія на фізичне пересування, традиційне розуміння змісту і сутності феномену туризму потребує певного коригування. Тим більше, що цього вимагає та кризова ситуація, в якій опинилася сьогодні туристична галузь.

Зазвичай, поняття «криза» та «кризовий стан», особливо в економічній сфері, ототожнюються у спрощеному розумінні із занепадом, регресом,

деградацією. Але загальновідомо, що повним значенням цього терміну (давньогрецьк. κρίσις – рішення; поворотний пункт) є переломний момент, перехідний нестійкий стан. Кризовою є ситуація, з якою не можна впоратися за допомогою звичних стандартних засобів. З одного боку, така ситуація сповнена небезпеки, але з іншого боку – вона стимулює до пошуку нових нестандартних рішень. Недарма ж в китайській мові слово «криза» складається з двох частин – «небезпека» та «можливість» і тлумачиться як «сповнений небезпеки шанс». Це слово несе в собі відтінок надзвичайності, загрози та необхідності у дії [9, с. 28].

Звертаючись до світового досвіду, особливо у сьогоdnішній ситуації, є сенс визнати, що «...кризи не тільки неминучі, але і в певному сенсі необхідні, оскільки вони пов'язані не тільки з негативними явищами і процесами – кризи майже завжди відкривають додаткові можливості для подальшого зростання і розвитку» [7, с. 52]. Само собою зрозуміло, що зазначені додаткові можливості лежать, як правило, поза межами звичних стереотипів, а їх пошук вимагає інноваційного підходу, який сьогодні практично нерозривно асоціюється з діджиталізацією, тобто, з використанням цифрових технологій.

Власне процеси «оцифрування» чи «цифровізації» вже настільки глибоко впровадилися у повсякденне життя, що, незважаючи на свою новизну, сприймаються як щось звичайне. Не є виключенням і туризм, де використання цифрових технологій давно вже присутнє у широкому вигляді, починаючи з глобального пошуку інтернет-інформації про майбутню подорож, онлайн-бронювання та онлайн-продажу туристичних послуг і завершуючи публікацією вражень у вигляді інтернет-відгуків.

Але подальший розвиток цих вже звичних онлайн-сервісів не є, на нашу думку, чимось кардинально новим, оскільки зберігає традиційне розуміння туризму, як

тимчасового фізичного переміщення у часових та просторових координатах. Якщо ж відмовлятися від традиційної фізичної реальності, то це автоматично переорієнтовує на реальність віртуальну (VR), популяризації якої сприяє відносна доступність технічних пристроїв для «повного занурення», а можливість відкрити світ подорожей для тих, хто раніше не міг собі цього дозволити, є ще однією причиною того, що VR-туризм кидає виклик традиційному туризму.

Ще донедавна вважалося, що віртуальна реальність є способом реалістичного відображення лише тривимірного багатоеlementного простору на плоскому екрані, а її елементами, зазвичай, є сферичні панорами, з'єднані між собою інтерактивними посиланнями-переходами, що «створює в глядача «ефект присутності» – яскраві зорові образи, що запам'ятовуються», а учасник віртуального туру вважався «лише пасивним глядачем». Проте, сьогоденні «трактування технічних можливостей віртуальної реальності, зазвичай, передбачають значно вищу активність учасника технології» [2, с.154-155]. Сучасні засоби людино-комп'ютерної взаємодії забезпечують не тільки «занурення» користувача у тривимірне (3D) інтерактивне середовище досліджуваного явища, але й забезпечують можливість природної взаємодії з об'єктами у віртуальному середовищі.

Зовнішній ефект полягає в тому, що людина потрапляє в світ або дуже схожий на справжній, або попередньо задуманий і отримує нові можливості в плані мислення та поведінки. Найбільш вражаючим досягненням нових інформаційних технологій, безумовно, є можливість для людини, що потрапила у віртуальний світ, не тільки спостерігати і переживати, але і діяти самостійно. Власне кажучи, людина і раніше могла, причому досить легко, потрапити в світ віртуальної реальності, наприклад, занурюючись в споглядання картини, кінофільму або захоплюючись літературним твором. Однак, у всіх

подібних випадках активність людини була обмежена позицією глядача, читача, або слухача, сама вона не мала змоги залучитися до процесу як активний персонаж. Зовсім інші можливості надають VR-системи: самому включитися в дію, причому часто не тільки в умовному просторі і світі, але й у якби цілком реальному, в усякому разі з точки зору сприйняття людини.

За порівняно короткий період часу вплив віртуальної культури поширився на весь життєвий світ сучасної людини, включаючи і таке явище, як туризм. Розвиток мультимедіа-систем призвело до поширення такого явища, як «віртуальна подорож по мережі», яка є подорожжю без фізичного переміщення – переміщенням, яке відбувається в уяві, а дестинація знаходиться у зображенні, а не у географічній локації [15, с. 112].

За визначенням В. Шамлікашвілі, віртуальний туризм – це «діяльність індивіда, що дозволяє, за допомогою використання сучасної комп'ютерної техніки та комунікаційних мереж створити і отримати максимально реалістичну сенсуальну інформацію про бажану дестинацію з числа тих, що реально існують, без фактичного переміщення до неї» [20, с. 132].

Зростання затребуваності віртуального туризму, в умовах обмеження фізичного пересування, зумовлюється значимістю головної соціальної функції туризму, яка характеризується як «відтворювальна, що дозволяє оновити сили та внутрішні ресурси людини, втрачені як в ході трудової діяльності, так і при виконанні повсякденних побутових обов'язків» [3, с. 19]. Сучасне життя більшості індустріально розвинених країн супроводжується підвищенням ритму, урбанізацією, нерідко погіршенням екологічної ситуації, надходженням надто широкого обсягу інформації, що сприяє накопиченню фізичної та психологічної втоми. За таких обставин туризм, дозволяючи людині змінити звичний побут і спосіб життя,

є ефективною формою подолання зазначених негативних наслідків.

До того ж, сучасний туризм являє собою складний ритуал зі своїм жорстко розробленим сценарієм, який описується формулою «must see» туристичної реклами. Можна виділити дві основні причини, за якими турист вважає за краще симуляцію життя, прагнучи опинитися в розрекламованому місці, що часто і робить туризм настільки привабливим [19].

По-перше, головна мета туриста – зміцнення власної ідентичності. Найважливішим елементом сучасного життя стало переконання, що подорожі та відпустки є необхідними. Туризм можна розглядати як статусну ознаку і один з основних компонентів соціальної ідентичності середнього класу. Проведення відпустки далеко від дому стає не просто одним із можливих видів відпочинку, а соціальною нормою, обов'язковою для виконання.

По-друге, з точки зору антропології туристичні поїздки сучасної людини можна розглядати в якості світського еквівалента священних свят, що виконують функцію демаркації часу. У традиційних культурах вони поділяли час на два періоди – сакральний час свята і час повсякденних обов'язків. Для сучасної людини час також ділиться на повсякденне життя, сповнене турбот і тягот («сфера необхідності»), і час відпочинку, який звичайна людина купує ціною довгих місяців напруженої праці («справжнє життя», «сфера свободи»). «Справжнє життя» характеризується втечею: зі світу безглуздої офісної рутини – у чарівний світ захоплюючих випробувань, від дорослої відповідальності – в світ дитячої свободи і спонтанності. Тому відпустку можна розглядати як святково-карнавальний період тимчасового зняття багатьох соціальних табу, потурання своїм бажанням [18, с. 128-129].

При цьому для дійсно повного розуміння сучасності не можна «скидати з рахунків» такого її явища як постмодернізм. Епоха постмодерну діалектично поєднує дві риси, які частково суперечать одна одній, але, в той же час, є взаємообумовленими. З одного боку, це – прагнення до екзотики, до чогось надзвичайного, такого, що виходить за межі буденного. Але, з іншого боку, у світі туристичного бізнесу та інституціолізованих форм туризму (турагентств, туроператорів, туристичних маршрутів і рейсів) масовий туризм набуває таких якостей, як стандартизованість, передбачуваність, штучність і поверхневність.

Не завжди, але у переважній більшості випадків турист, прагнучи до згаданої вище «відтворювальної релаксації», їде в будь-яку країну для чого завгодно, але тільки не для того, щоб познайомитися з нею. Якщо розглянути організацію туристичного бізнесу на найбільш популярних курортах, то можна бачити, що там все принципово створено «під відпочинок», все принципово штучно. Людина, вирушаючи в туристичну поїздку, гарантовано ніколи не потрапить до тієї країни, штамп про прибуття до якої поставлять на митниці. Турист, на якого орієнтується туристична індустрія, потрапить до іншої країни, створеної спеціально для нього, яку він, власне, і хотів би бачити. Щоб туристу було комфортно, він всюди повинен стикатися з тим, до чого звик. І найбільш очікувано, що туристу покажуть не те, що є, і часто навіть не зовсім те, що він хоче – йому покажуть те, що відповідає традиційно прийнятим стереотипам.

А от таким вимогам якраз найкраще відповідає створена штучно віртуальна реальність. Віртуальний туризм підміняє собою і справжню подорож, і реальний туризм. Така «туристська подорож» є більш комфортною, зручною і безпечною, оскільки вона здійснюється в межах будинку. «Віртуальна подорож» відкриває грандіозні

простори культурного простору, причому єдиним засобом пересування в просторі подорожей є комп'ютерна миша.

Залежно від цілей відвідування мережі, можна виділити різні види віртуального туризму: освітній, пізнавальний, розважальний, науковий, екзотичний. В якійсь мірі можна говорити про формування туристського віртуального співтовариства.

Для забезпечення впевненості туриста в тому, що він потрапить саме в те заповітне місце, про яке розповідав оператор і для забезпечення своєї конкурентоспроможності увага туристичного бізнесу прикута до віртуальних технологій, що стрімко розвиваються.

Віртуальний туризм, безумовно, має свої привабливі сторони, серед яких безпека займає чи не провідне місце і які, в тому чи іншому вигляді, визнаються практично всіма дослідниками [15, с. 113; 20, сс. 133-134; 6, с. 138]:

1. Безпека – один з основних аспектів. Очевидно, що під час подорожі по мережі менше ризиків, ніж за умови реальної подорожі. Проте, можливість зустрітися з серйозною небезпекою все ж є. Наприклад, якщо не дотримуватися правил безпеки в інформаційній мережі «Інтернет» і безпричинно залишати особисті дані. У будь-якому випадку, віртуальний тур не ставить під пряму загрозу життя і здоров'я тим більше, коли йдеться про воєнні дії чи надзвичайні ситуації.

2. Доступність, як альтернатива класичній подорожі, особливо для людей з обмеженими можливостями, що, безумовно, сприяє їхній соціальній реабілітації. Але перелік тих, кому віртуальний туризм надає шанс відвідати недоступні території, є куди ширшим. Наприклад, це і незаміжні європейські жінки, для яких ускладнено доступ до ряду мусульманських країн; і підлітки, які не можуть перетинати кордон без супроводу батьків; і люди, обтяжені сімейними зобов'язаннями, що

не дозволяють вільно переміщатися по світу: матері з грудними дітьми, багатодітні батьки та ін.

3. Комфортабельність та економність. Набагато дешевше і більш зручно здійснювати подорож, залишаючись вдома, аніж у транспортному засобі (навіть і підвищеної комфортності). При цьому відбувається суттєва економія не тільки грошей, але й часу, оскільки віртуальні тури не вимагають «зборів у дорогу», до того ж в будь-який момент таку подорож можна перервати і потім, за бажанням, продовжити в зручний час. Крім того, безконтактний спосіб знайомства з регіоном є комфортним для тих, хто не володіє іноземними мовами, оскільки не передбачає прямої вербальної комунікації з корінним населенням і дозволяє таким чином уникнути труднощів, пов'язаних з незнанням мови та нестачею інформації про регіон перебування.

З обґрунтованістю, а отже з переконливістю, наведених переваг віртуального туризму навряд чи можна не погодитись. Хоча ще донедавна вважалося, що маючи багато сильних сторін, віртуальний туризм характеризується певними обмеженнями його можливостей і є лише додатком до традиційного реального туризму, що розширює можливості останнього. При цьому, в якості аргументації згадувалося, що віртуальний туризм не в змозі забезпечити усіма п'ятьма відчуттями (запах, дотик, смак, звук і зорове сприйняття) одночасно так, як це забезпечують традиційні види туризму; у віртуальному туризмі акцент робиться на візуальному сприйнятті, в той час, як для багатьох людей важливим є відчуття на дотик; що «картинка» у віртуальному просторі, навіть, якщо мова йде про 3D-зображення, не є стовідсотково ідентичною тому, що люди спостерігають насправді; є суттєва відмінність з точки зору емоційного сприйняття реальності. Але, навіть висновок про нездатність віртуального туризму цілком і повністю замінити традиційний, все одно, як правило,

супроводжувався обережним припущенням про те, що це лише питання часу [15, сс. 113-114].

І останнє зауваження є цілком зрозумілим, бо ймовірність, більшою чи меншою мірою, завжди присутня при прогнозуванні. Але сьогоднішній стан справ дозволяє, на нашу думку, погодитись (знов-таки з певною часткою обережності) з тим, що у віртуальних турів є великі шанси стати кінцевим самоцінним продуктом споживання. Тим більше, що вже відомі факти, які свідчать на користь цього. Наприклад, в Диснейленді (Орlando, США) є атракціон, що симулює подорож над різними природними ландшафтами на висоті пташиного польоту з використанням відеоряду і різних спецефектів, від ароматів і звукового супроводу до ілюзії вітру, швидкість і напрямок якого регулюються в залежності від картинки на екрані.

Виходячи із вищевикладеного, можна зробити наступні висновки з дослідження та перспективи подальших розвідок. Пандемія коронавірусу призвела до серйозних глобальних соціально-економічних наслідків, які настільки суттєво змінили життя, що, мабуть, вперше вислів «Світ ніколи не стане колишнім» набув практично загального визнання. Одним із чи не найзначніших проявів цих змін стали жорсткі заходи у вигляді локдаунів та карантинів, що обмежують фізичне спілкування та переміщення людей. Не складає серйозних труднощів уявити собі, як це відобразилося на туризмі, що традиційно визначається як просторове переміщення, а саме як «тимчасовий виїзд особи з місця проживання» [13]. За таких обставин серйозного переосмислення вимагає розуміння або самого цього соціального феномену у його традиційному значенні, або того, що позначається поняттям «віртуальний туризм», адже останнє, означаючи уявне подолання меж часу і простору, заперечує фізичне пересування.

Зважаючи на істотні переваги віртуального туризму, він, за умов спричиненого пандемією жорсткого лімітування практично всього суспільного життя, є одним з найбільш перспективних трендів туризму в цілому і туристичної індустрії зокрема. Це з достатньо високою ймовірністю дозволяє очікувати подальшого нарощування темпів розвитку віртуального туризму. Суто гіпотетично можна навіть очікувати повного заміщення традиційного туризму віртуальним. Але саме останнє припущення потребує детального аналізу.

Подальший розвиток віртуального туризму, безумовно, передбачатиме зростання його привабливості. Але «привабливості» у якому розумінні? Якщо прагнути до значної або, навіть, до повної чуттєвої ідентичності віртуальної та справжньої реальності, то це, безперечно, буде супроводжуватись удосконаленням матеріально-технічної складової, а, отже, й зростанням вартості, що, у свою чергу, позначиться на доступності віртуальних подорожей. Та й у плані їх безпечності не можна впевнено гарантувати, що повне занурення у віртуальну реальність не вплине негативно на людську психіку. Ці та подібні питання, безумовно, потребують подальшого дослідження.

Список використаних джерел:

1. Атаманчук З.А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 94-99.
2. Божко Л.Д. Віртуальний туризм: нові віяння часу. *Культура України*. 2015. Вип. 49. С. 151-160.
3. Великочий В.С., Дутчак О.І., Шикеринець В.В. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г.М., 2015. 254 с.
4. Гринів О. Філософія туризму: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. Львів: ПАІС, 2017. 200 с.

5. Діденко А.В. Філософські проблеми туризму. URL: <http://infotour.in.ua/didenko.htm> (дата звернення: 09.03.2021).

6. Егорова Е.Н. Віртуальний туризм як новий напрямок діяльності туристичних організацій. *Colloquium-journal*. 2020. № 9 (61). С. 137-138.

7. Логунцова І.В. Індустрія туризму в умовах пандемії коронавірусу: виклики та перспективи. *Державне управління*. Електронний вісник. 2020. № 80. С. 49-65.

8. Міжнародний туризм. Матеріал з Вікіпедії. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC (дата звернення: 09.03.2021)

9. Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи / за заг. ред. Н. Пророк. Київ: ОБСЄ Координатор проектів в Україні, 2018. Т. 1. 208 с.

10. Пазенок В.С. Філософія: навч. посібник. Київ: Академвидав, 2008. 280 с.

11. Панова І.О. Туризм під час пандемії: наслідки та перспективи. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 226-232.

12. Півнюова Л.В. Перспективи трансформацій туристичної сфери в умовах пандемії. *Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Черкаси, 16-17 квітня 2020 р.). URL: https://tourlib.net/statti_ukr/pivnyuova.htm (дата звернення: 06.03.2021)

13. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Редакція станом на 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 19.03.2017).

14. Світлична В.Ю., Кравцова С.В. Подолання стагнаційних процесів підприємствами туризму шляхом диверсифікації напрямів їх діяльності. // *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Економічні

науки. 2020. №11. URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/economic2020/11/6582> (дата звернення: 07.03.2021)

15. Сидоренко Г.Ю. Віртуальний туризм: кінець традиційному туризму? *Наукові записки Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка. Географічні науки*. 2013. Вип.4. С. 112-114.

16. Стрижак О.О. Вплив пандемії коронавірусу COVID-19 на туристичну галузь. *Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі* : матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 19-20 травня 2020 р.). URL: https://tourlib.net/statti_ukr/stryzhak.htm (дата звернення: 06.03.2021)

17. Сущенко О.А., Кравченко В.В. Становлення віртуального туризму як напряму розвитку інформатизації діяльності туристичного підприємства. *Комунальне господарство міст*. 2018. Випуск 140. С. 19-24.

18. Фенько А.Б. Туризм як показник соціального статусу. *Социс*. 2007. № 2. С. 124-131.

19. Филиппова Е.В. Туризм як феномен епохи постмодерна. *Теорія та практика суспільного розвитку*. 2013. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-kak-fenomen-erohi-postmoderna> (дата звернення: 12.03.2021)

20. Шамликашвили В.А. Віртуальний туризм як новий вид туризму. *Креативна економіка*. 2014. № 10 (94). С. 128-138.

21. Tightened Travel Restrictions Underline Current Challenges for Tourism. Official internet-portal of the World Tourism Organization. March 8, 2021. URL: <https://www.unwto.org/news/tightened-travel-restrictions-underline-current-challenges-for-tourism> (last access: 13.03.2021)

22. Tourism Back to 1990 Levels as Arrivals Fall by More than 70%. Official internet-portal of the World Tourism Organization. December 17, 2020. URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-back-to-1990-levels-as-arrivals-fall-by-more-than-70> (last access: 04.03.2021)

Юхновська Юлія Олександрівна – п. 2.1, п. 2.3, п. 3.1; доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту та туризму, комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради

Позднякова-Кирбят'єва Елліна Генадіївна – п. 1.3, п. 1.5; доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри соціальної роботи, комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради

Діденко Анастасія Володимирівна – п. 1.2, п. 2.4; кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та туризму, комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради

Захарова Світлана Геннадіївна – п. 3.2; кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу, Університет ім. Альфреда Нобеля, м. Дніпро

Кравець Олена Валеріївна – п. 1.2; кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, Класичний приватний університет

Куредя Ніна Миколіївна – передмова, п. 1.1, п. 2.2; кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та туризму, комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради

Леощенко Дмитро Іванович – п. 1.4; кандидат філософських наук, доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін, комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради

Мосасєв Юрій Володимирович – п. 1.3, п. 1.5; кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи, комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради

Прочан Анна Олександрівна – п. 3.3; кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та туризму, комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради

Риженко Олексій Миколайович – п. 2.1, п. 3.1; кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та туризму, комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради

Омельчак Ганна Володимирівна – п. 3.4. старший викладач кафедри менеджменту та туризму, комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради