

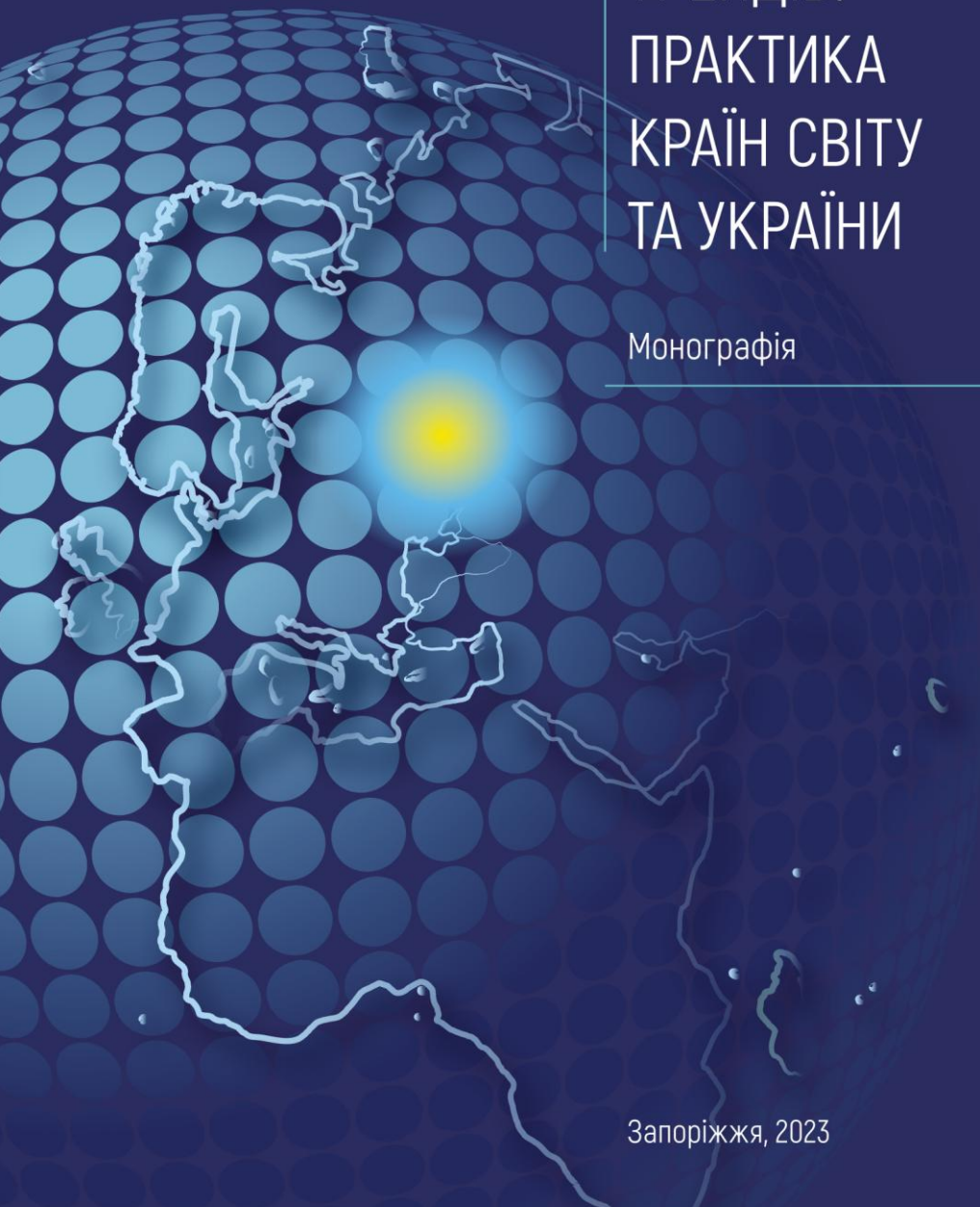
КЗВО «ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА
НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА
АКАДЕМІЯ» ЗОР

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

підлягають приватизації : наказ Міністерства фінансів України, Фонд державного майна України. Редакція від 19.02.2013. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01/sp:head:max100> (дата звернення 06.11.2022).

15. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 23.08.2022).

16. Vensim PLE. URL : vensim.com

17. Risk and Crisis Management in Tourism Sector: Recovery from Crisis in the OIC Member Countries. COMCEC coordination office. 2017. 180 p. URL : https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/02/Risk_and_Crisis_Management_in_Tourism_Sector.pdf (дата звернення 23.11.2022)

1.3 Соціологія туризму як механізм аналізу сучасних та майбутніх тенденцій міжнародного та національного туризму

***Анотація:** Соціологія туризму є частиною соціологічного дискурсу і посідає своє місце в рамках галузевих соціологічних теорій. Одним з головних завдань соціології туризму є дослідження соціальних процесів, що відображаються в туристичній індустрії. Зазвичай, вони проявляються через наявні тенденції та відіграють роль своєрідних маркерів. Індустрія туризму, з одного боку, має тисячолітні традиції, а з іншого – лише починаючи з другої половини ХХ століття вона набула масовості для всіх прошарків населення і стала повноцінною індустрією, до якої залучені мільйони людей по всьому світу. На сьогодні не існує жодної країни світу, де туризм відсутній взагалі. Навіть така закрита для світу країна як північна Корея має окремі елементи туристичної інфраструктури. Розвиток все нових ніш на рівні національного та міжнародного туризму спонукає соціологів до нових теоретичних і емпіричних досліджень, які є необхідними*

як для розвитку індустрії туризму, так і для оцінки відображення соціальних процесів в рамках функціонування туризму як соціального інституту.

Соціологія туризму є одним з напрямів галузевих соціологій, які утворилися в рамках соціологічної науки в 20-х роках ХХ століття, коли один з класиків соціологічної думки Р. Мертон для подолання загальної методологічної соціологічної кризи, що виникла в другій декаді ХХ століття, запропонував «теорію середнього рівня» [1]. Особливість зазначеної теорії полягає в переведенні фокусу соціологічних досліджень з макрорівня, де суспільство досліджувалося як єдине ціле з усією соціальною структурою, соціальною динамікою та соціальною статикою на рівень «середній» (так його назвав сам Р. Мертон, сьогодні прийнято цей рівень називати інституціональним). В рамках протосоціології як і нарівні перших вчених, що зробили значний внесок у розвиток соціології в другій половині ХІХ та на початку ХХ століття, існував тренд на створення універсальних соціологічних теорій. В рамках робіт О. Конта [2], Г. Спенсера [3], Е. Дюркгейма [4], представників класичної німецької соціологічної школи (Ф. Тьоніс [5], Г. Зімел [6], М. Вебер [7]) та основоположників американської соціології (П. Сорокін [8] та Т. Парсонс [9]) були запропоновані соціологічні теорії, що описували як структуру суспільства, так і взаємодію між його елементами. З початком ХХ століття значна кількість вчених усвідомила складність та високий рівень динамічності соціальних процесів, характерних для того часу, і неможливість тогочасних соціологічних теорій пояснити актуальні соціальні проблеми та запропонувати актуальні соціальні технології для їх вирішення. Саме під час цієї кризи вже згаданий Р. Мертон і запропонував зосередитися на дослідженнях окремих соціальних інститутів.

«Соціальний інститут – це своєрідна форма людської діяльності, заснована на чітко розробленій системі правил і норм відповідно до соціального статусу та ролі, а також на розвинутому соціальному контролі за їх здійсненням» [10]. Зазначений підхід, з часом, став одним з головних у соціологічній думці і сьогодні прийнято розрізняти чотири основні розділи соціологічної науки: теорія та історія соціології; методологія соціологічних досліджень; соціальні інститути та галузеві соціології. Розділ «галузеві соціології» і став інституційним вираженням соціологічної теорії середнього рівня, запропонований Р. Мертоном в рамках структурно-функціонального методологічного підходу.

Туризм є важливим елементом суспільних відносин, усталеною соціальною практикою, що має тисячолітню історію. Хоча достатньо довгий час туризм не розглядався як окремий вид соціального інституту, а лише як частина рекреації. Тобто, як елемент індивідуального чи групового відпочинку. В другій половині XX століття була сформована інфраструктура туризму як глобального соціально-культурного явища, що сприяло мультиплікації нових соціологічних досліджень в сфері туризму. Як свідчить Соляник С., туризм слід розглядати в рамках соціології та соціальної філософії не тільки як соціальний інститут, але і як «соціоетичний чинник соціального життя і є частиною сфери духовно-практичної активності індивідів» [11, с. 5]. Соціоетичність туризму витікає з того, що сьогодні це не просто соціальний інститут, а настільки поширене соціальне явище, що почав впливати на духовну сферу великої кількості людей.

Та все ж в рамках соціології туризм розглядається як соціальний інститут і дослідники досліджують закономірності його розвитку. На думку Н. Зацепіної, «у рамках соціологічного підходу сфера туризму розглядається як інструмент подолання суперечностей, конфліктів у політичній, міжнаціональній, релігійній та

інших сферах соціуму» [12]. На нашу думку, подібний підхід є здебільшого соціально-філософським і в рамках соціології туризму досліджуються окремі елементи туристичної сфери.

На думку С. Горського, туризм, в рамках соціології, прийнято розглядати як соціальний феномен [13]. Поняття про подорожуючу людину сформувалося за часів Т. Гоббса [14], проте феномен масового туризму виникає з середини ХХ століття після Другої Світової Війни в Європі та США, коли почав формуватися середній клас через підвищення загального рівня життя та розширення фінансових можливостей значної кількості населення. Саме цей аспект можна назвати поворотним як у розвитку туризму, так і соціології туризму.

В період глобалізації суттєво розширився соціальний функціонал туризму, що дало можливість соціологам досліджувати туризм комплексно, з використанням різноманітних соціологічних методів як на локальному, так і на регіональному і глобальному рівнях. Потім почали проводитися транскордонні соціологічні дослідження сфери туризму.

Перші дослідження в сфері туризму були спрямовані на дві основні сфери: рекреаційний та оздоровчий туризм. Зазначені види туризму мають свою багаторічну історію та традиції, що дозволило соціологам та представникам інших наук проводити ретроспективні дослідження. Важливим емпіричним елементом співпраці соціології та туризму є проведення соціологічних досліджень в сфері оцінки попиту на той чи інший вид туристичних послуг та рівень вдовolenості туристичними послугами клієнтами туристичних агенцій. На жаль, сьогодні подібних досліджень проводиться недостатньо.

Сьогодні соціальний функціонал туризму можна диференціювати наступним чином:

- туризм перетворився на статусний вид послуг та елітну соціальну практику. Сьогодні, для більшості

європейців та представників країн Північної Америки, централізовані туристичні поїздки до морського узбережжя є умовою підтвердження їх соціального статусу. Тобто, представник середнього класу повинен два рази на рік відвідати курортні міста та містечка. Засновниками цього тренду на європейському континенті можна вважати італійців та французів, які в 50-60-их роках ХХ століття запровадили моду на масове відвідування морських курортів. Потім цей тренд став загальноєвропейським, але популярність саме в Італії та Франції на початковому етапі була зумовлена тим, що в цих країнах був нерівномірний розподіл рекреаційних ресурсів. І це призвело до того, що жителі промислово розвиненої півночі Італії (особливо це стосується Мілану та Турину) почали масово подорожувати до містечок півдня Італії з метою відпочинку. Подібна історія була і во Франції. Люди, які проживали в місцях з найвищим рівнем життя в центрі країни, не мали можливості відпочивати в рамках свого узбережжя на морі. В той час авіасполучення ще було достатньо дорогим і орієнтувалося на невелику групу пасажирів, тому у більшості випадків європейська транспортна інфраструктура не давала можливості швидко пересуватися в рамках європейських країн. Крім того, до створення «шенгенської зони» подорожі європейськими країнами вимагали оформлення туристичних віз. Саме тому період з 50-70 років ХХ століття – це період розквіту внутрішнього туризму. І тільки після створення Шенгенської зони у 1985 році, коли європейські кордони розкрилися, активізувався туризм по всій території країн Західної Європи. Саме після цього туризм в Європі став настільки поширеною практикою, що почав впливати на соціальний статус особи. В певних соціальних групах та страхах відвідування тих чи інших туристичних локацій перетворилося на соціальний ритуал та частиною самоідентифікації. Зазначений тренд набув особливого поширення в рамках зимового гірськолижного туризму.

«У тридцятих роках минулого століття відкрилася нова ера в розвитку зимового туризму. Гірські лижі стали популярним видом масового відпочинку і туризму. Причиною такого гірськолижного буму стала поява канатних доріг і підйомників. З тих пір гірськолижний туризм став одним з найбільш затребуваних видів зимового відпочинку практично на всіх континентах. Гірськолижні курорти у Франції, Австрії, Швейцарії, Туреччині, Балканських країн, США, Японії, Нової Зеландії, Філіппін і навіть країн екваторіальної Африки за сезон приймають десятки мільйонів туристів» [16]. Через велику вартість спорядження та віддаленість самих туристичних локацій достатньо довгий час 80% відвідувачів зимових курортів були представниками вищого класу. У 70-80-роках XX століття горнолижний туризм став доступним для представників середнього класу на локальному рівні, коли для власного населення в країнах, де була можливість розвивати саме гірськолижні курорти, почали створювати локації з невисоким рівнем комфортності. В той же час в країнах соціалістичного табору (СРСР, НДР, Чехословаччині, Польщі, Угорщині та Болгарії) почали масово будувати невеликі гірськолижні локації для того, щоб продемонструвати власну спроможність реалізувати проекти, що раніше були доступними лише для заможних країн, які сповідували капіталістичну модель суспільного устрою. Тому створення недорогих гірськолижних курортів для широких мас стало ідеологічною складовою боротьби між країнами капіталістичного та соціалістичного таборів. Як бачимо, зазначене протистояння суттєво розширило інфраструктуру як активного зимового відпочинку, так і гірськолижного туризму зокрема. Цікаво, що після геополітичних змін на європейській політичній карті у 90-роки XX століття саме туристи з країн капіталістичного табору склали питому вагу гірськолижних курортів в країнах вже не існуючого соціалістичного табору.

Спочатку це було пов'язано з цікавістю, а потім – через конкурентність цін та співвідношення цін та якості. Зазначене ідеологічне протистояння в сфері туризму сприяло започаткуванню трьох туристичних трендів, які є актуальними і донині. Особливістю першого тренду є те, що новостворена інфраструктура для активного зимового відпочинку розширила можливості проведення європейських змагань із зимових видів спорту і тому в кінці XX та початку XXI століття такі зимові види спорту як біатлон, фрістайл, лижні перегони, гірськолижний слалом, сноубординг, санний спорт, бобслей, скелетон, суттєво підвищили власний рівень популярності та в рази збільшилась кількість змагань із зазначених видів спорту. Тому локації для активного зимового відпочинку отримали додаткові інвестиції для розвитку зі сторони інвесторів та меценатів, які опікуються розвитком зимових видів спорту та організацією змагань. Особливістю другого тренду полягає у підвищенні статусу туристичних локацій країн північної та центральної Європи, які не мають теплої морської узбережжя. Особливістю третього тренду полягає в тому, що після того, як більшість європейських рекреаційних та туристичних локацій стали доступними для широкого кола осіб, актуалізувався процес покращення побутового комфорту туристів. На початку XXI століття зазначений тренд поширився і на туристичні локації на інших континентах. Сьогодні існує попит на високий рівень побутового комфорту за відносно невелику ціну під час туристичних подорожей. Зазначена тенденція перетворилась на фактор самоідентифікації для представників вищого та середнього класу. Особливої популярності високий рівень побутового комфорту, під час відпочинку, набув в епоху тотальної візуалізації соціальних практик. І тому сьогодні інформаційне супроводження та візуалізація процесу споживання, у значній кількості випадків, стає більш популярною.

– туризм, через високий рівень поширення серед широких верств населення по всьому світові, почав виконувати соціалізаційну функцію. Якщо в XIX та першій половині XX століття про важливі історичні чи природні пам'ятки люди могли дізнатися з книжок, газет, журналів, листівок та трансляції перших телевізійних репортажів та художніх фільмів, то з початком епохи доступних міжнародних та внутрішніх подорожей в рамках великих країн значна кількість осіб почала пізнавати світ та засвоювати соціокультурні норми суспільства та інших країн світу через туристичні подорожі. Туризм дав можливість формувати реальне уявлення про окремі міста та країни світу з їх соціальним устроєм під час безпосереднього перебування в них. В той же час в кінці 90-их років XX століття ця тенденція почала втрачати свою актуальність через глобальність туристичних подорожей та формування специфічної туристичної інфраструктури. Особливістю цього туристичного бренду є те, що в країнах, які формують значну частину власного державного бюджету за рахунок туристичного бізнесу, почали формувати туристичні маршрути за мовним принципом та через винаймання персоналу, що володіє мовами туристів, які будуть користуватися послугами тієї чи іншої туристичної агенції. Через неможливість підготувати в короткий строк достатню кількість обслуговуючого персоналу, який володіє мовою, актуальною для туроператора в тому чи іншому туристичному сегменті, безпосередні туроператори почали вербувати студентів та представників інших соціальних груп з країн, де локалізовані потенційні клієнти актуального для туроператора напряму. Тому сьогодні в готелях Болгарії, Єгипту та Туреччини здебільшого працюють українці, росіяни, білоруси та представники інших країн, що мають схожу мову. Нівелюванням соціалізаційного тренду в сучасному туризмі є і те, що велика кількість туристичних локацій сьогодні зводяться

до високого рівня комфортності в готелях з невеликою кількістю екскурсій. І, навіть з дітьми, під час сімейного відпочинку займаються аніматори, які є носіями їх рідної мови. Зазначений фактор стає на заваді соціокультурним пізнанням дітей. В той же час соціалізаційна складова туризму в ХХІ столітті модернізувалась за рахунок нових форм туризму з акцентуацією на знайомство з місцевими традиціями та особливостями місцевої флори і фауни. Тому можна засвідчити боротьбу двох підходів до організації та споживання туристичних послуг пасивного з високим рівнем комфорту в готелі. Здебільшого такий формат відпочинку є характерним для морських курортів, де більшість туристів не виходять навіть на пляж, користуючись лише готельним басейном. В той час високий рівень пізнання соціокультурних норм є характерним для активних форм туризму. Опосередковано роль агентів соціалізації в рамках туристичного сектору почали виконувати travel-блогери. В. Салмін вважає, що в сучасному світі блогери формують новий контекст туристичних послуг [17]. Тобто, блогери в інформаційному суспільстві почали формувати соціальні контексти та їх інтерпретувати. Для людей, які не були долучені до інформаційного поля та контексту конкретної інформації, думка блогера стає відправною точкою пізнання та засвоєння знань в цій сфері. Тому сьогодні для дітей і молоді блогери стають агентами соціалізації. Іспанський соціолог Мануель Кастельс ще в період формування блогінга, як соціального явища, в 1996 році зазначав «критичним моментом в генерації travel-контенту цифровими кочівниками є саме «підключення, а не рух» [18, р. 18]. Тобто, завдання travel-блогера – знаходитися на постійному інформаційному зв'язку зі своїми глядачами у тому числі шляхом формування спільного зі своїми глядачами соціокультурного поля, в рамках якого і відбувається передача знань про ті чи інші туристичні локації та їх соціокультурні особливості. Саме тому такої

популярності та поширеності набули сьогодні travel-блогери та їх контент.

– туристичні практики сьогодні набувають політичного функціоналу. Якщо, починаючи з середини ХХ століття, фактором світової політики стали письменники і драматурги (варто згадати Е. Хемінгвея, Г. Маркеса та В. Гавела) журналісти (варто згадати Г. Гонгадзе, Б. Вудворда та К. Бернастайна) та музиканти (Д. Ленона, Б. Ділана та К. Майне), то сьогодні політичного змісту набувають подорожі блогерів та travel-блогерів. Свою роль travel-блогери відіграють і у висвітленні роботи інфраструктури під час військових дій. Саме такими матеріалами став відомий український блогер А. Птушкін. Зазначений блогер висвітлює у своїх матеріалах роботу українських залізничників під час військових подій [19].

Відомий український журналіст Р. Скрипін, який почав свою журналістську кар'єру ще за радянських часів, зараз веде один з найпопулярніших політичних відеоблогів країни, а під час відпусток, разом з друзями та колегами, реалізує travel-проект гумористичного характеру і з відповідною назвою #ДПВТ (дурне поїхало в турне) [20]. Подорожі Р. Скрипіна мають більше культурологічний та соціотерапевтичний зміст. Тобто, політичний блогер, зі своїми колегами, подорожують країнами Європи та окремими населеними пунктами України. Зміст подорожей зводиться до коментарів про рівень тих чи інших туристичних локацій, міської інфраструктури, доріг та особливостей поведінки місцевих жителів та перспектив їх трансформації у майбутньому. Згаданий соціотерапевтичний ефект в рамках подорожей Р. Скрипіна має вираження в його екстраполяційних промовах з приводу вирішення соціально-психологічних проблем окремих народів та жителів міст, що мають історичні корені. Будучи родом з полтавщини, Р. Скрипін постійно обіграє певні полтавські та слобожанські соціокультурні наративи та жорстко

критикує радянську спадщину в сфері містобудування і побудови соціальних взаємовідносин. Зазначений приклад в українській блогосфері є одиничним саме в сенсі політизації, хоча, за загальносвітовою тенденцією в Україні, тисячі людей пробують вести travel-блоги як на українських, так і закордонних туристичних локаціях. Через насиченість цього ринку та високу конкуренцію серед travel-блогерів більшість з них мають маленьку аудиторію, ведуть свій блог як хобі і тому суттєво не впливають на політичні події як в Україні, так і за її межами.

З вищенаведеного можна зробити висновок, що на сьогодні, в рамках соціології туризму, більшість досліджень спрямовані на виявлення особливостей традиційних форм туризму. До таких ми відносимо рекреаційний туризм на океанському та морському узбережжях та інших водоймах. Іншою значною формою традиційного туризму у свідомості більшості громадян є гірський туризм, тобто, відпочинок в гірських локаціях. Якщо зважати на ринок українського внутрішнього туризму, то іншим важливим блоком після морського туризму (сюди ми включаємо і туристичний відпочинок на великих і малих річках та озерах) є гірський туризм, який ми диференціюємо на гірськолижний туризм, альпінізм та пасивний відпочинок в гірській місцевості. Додати до цього списку можна сільський туризм та етнічний туризм. Останні дві форми не тільки стають популярними, але й отримують підтримку від держави та міжнародних благодійних фондів та амбасад. Так, в 2018 році USAID, разом з громадською організацією «Спілка сільського зеленого туризму», були навіть створені методичні рекомендації з приводу організації та функціонування садиб зеленого сільського туризму [21]. Ця форма туризму була розрахована на гірську місцевість, але, як показав досвід, що в 2020 році в умовах пандемії «COVID-19» популярність сільського зеленого туризму суттєво зросла

навіть в степах Херсонщини [22]. Хоча, загалом, ми скептично ставимось до масового розвитку сільського зеленого туризму по всій країні через те, що більшість українців та туристів із-за кордону вважають високий рівень комфортності неодмінною складовою якісного відпочинку. Тому сільський зелений туризм буде розвиватися як нішевий продукт і буде популярним через запит на підвищення екологізації у всіх сферах суспільного буття. В той же час присутність садиб зеленого сільського туризму саме в гірських районах набуває популярності в карпатських та закарпатських локаціях.

Тема зимового туризму на території України не була актуальною достатньо великий проміжок часу. Так, з радянських часів були побудовані достатньо відомі, в рамках країни, лижні комплекси у Яремчі та Ворохті, але вони мали локальне значення. Хоча представники бізнесу та інші туристи з великими фінансовими статками відвідували польські, швейцарські та австрійські зимові курорти. З появою у 2000 році курортного комплексу Буковель на території Івано-Франківської області популярність зимового та гірськолижного туризму суттєво зросла [23]. Буковель сьогодні перетворився не просто на популярний гірськолижний курорт, а на культове місце. Сьогодні в Україні не має більш популярної туристичної локації, ніж Буковель, незалежно від пори року. Зазначений курорт перетворився на символ заможності та статусності. В той же час в рамках цієї локації можна зустріти представників великого бізнесу та чиновників найвищого рангу. Тобто, курортна зона перетворилась на місце політичної, бізнесової та соціальної комунікації найвищого рівня. Соціальне значення курорту Буковель українське суспільство змогло оцінити під час зимового локдауну 2021 року, коли ця локація була єдиним в країні місцем для активного відпочинку [24].

Високе соціальне значення курорту Буковель не є унікальним явищем у світовому чи навіть європейському

контексті в розрізі не тільки туристичної галузі, але й соціальної. Серед подібних зимових курортів можна відмітити американський Аспен в штаті Колорадо, італійську Коротину, швейцарський Давос, французькі Шамоні та Куршавель і австрійський Кютцбюель [28]. Зазначені курорти, як і Буковель в Україні, відіграють роль помпезних та елітних курортів та місця статусного відпочинку. Головним недоліком Буковелі на сьогодні є відсутність у світовому календарі із зимових видів спорту, оскільки зимові курорти використовують для залучення додаткових відвідувачів, спортивні змагання з лижних перегонів, біатлону, бобслею, сноуборду, стрибків з трампліну, хокею, гірського слалому, тощо. Поки що Буковель не може, через відсутність технічних можливостей, організовувати змагання подібного штибу.

До актуалізації гірськолижного відпочинку в країні карпатський край асоціювався з оздоровчим туризмом. Головними локаціями в цьому регіоні були Трускавець та Моршин. Доповнював картину оздоровчого туризму з використанням мінеральних вод Миргород. Зазвичай, зазначені туристичні маршрути використовувалися не тільки пацієнтами, які мали бажання пройти курс лікування з використанням мінеральних вод, а й велика кількість туристів, які хотіли помилуватися краєвидами Карпатських гір та подихати «чистим повітрям», брак якого, останнім часом, відчувається у багатьох регіонах нашої країни. Більшість потенційних туристів цієї категорії переорієнтувалась на відпочинок в Буковелі через престижність та наявність розгалуженої мережі розваг.

Важливим трендом сучасного туризму є його диференціація за вузькопрофільними напрямками, серед яких можна виділити подієвий туризм, медичний туризм, секс-туризм, освітній туризм, релігійний туризм, екскурсійний туризм, екстремальний та інші види туризму. Всі зазначені форми вузькопрофільного туризму базуються на відсутності в певному регіоні тих чи інших послуг, які

задовольняють ту чи іншу категорію населення і тому починають формуватися туристичні тури та маршрути. Бувають випадки, коли туризм, для певних соціальних груп і навіть народів, є єдиною можливістю відвідати ті чи інші важливі для себе локації. В Україні є два таких місця: перше – це угорські та словацькі історичні міста на Закарпатті [25] та культові місця єврейських хасидів на території Умані [26]. Тому туризм сакральними місцями своєї нації є важливим елементом історичної пам'яті.

В майбутньому є висока вірогідність розвитку нетрадиційних форм туризму, таких як кулінарний туризм, б'юті-туризм та інші форми туризму, які сприятимуть задоволенню попиту громадян країни, де зазначені послуги є в дефіциті.

Повномасштабне вторгнення на територію України російських загарбників нанесло велику шкоду всім сферам української економіки. Не оминула зазначена тенденція і туристичну галузь. Сьогодні в різній мірі знищені сотні туристичних об'єктів в різних регіонах України. Для їх відновлення необхідні колосальні ресурси, але, на нашу думку, український туризм буде розвиватися разом з відновленою економікою, а тому соціологічні дослідження в сфері туризму будуть важливим елементом розвитку туристичної індустрії.

Враховуючи все вищезазначене, можемо зробити наступні висновки. Туризм є соціальним інститутом і в рамках галузевих соціологій існує окремий напрямок, присвячений туризму під назвою «соціологія туризму». В рамках соціології туризму досліджується взаємовплив суспільних відносин та практик на туризм та навпаки. Соціологічні дослідження в сфері туризму допомагають туроператорам та іншим суб'єктам туристичної індустрії визначати попит на туристичні послуги. Крім виконання зазначеної функції, соціологи займаються осмисленням функціонування та розвитку туризму як соціального феномена, так і соціальної інституції. Зважаючи на світову

пандемію «COVID-19», дослідження в сфері соціології туризму сприятимуть віднайденою технологій активізації туристичних практик до докарантинного періоду.

Список використаних джерел:

1. Robert King Merton. Social Theory and Social Structure. Simon and Schuster, 1968. 702 p
2. Auguste Comte (préf. Patrick Dupouey). Cours de philosophie positive [Première et Deuxième leçons]. Paris: Nathan, coll. «Les Intégrales de Philo», 1989. 128 p.
3. Spencer H. The Study of Sociology. London: Henry S. King and Co. 65. Cornhill, and 12. Paternoster Row, 1873. 424 p.
4. Émile Durkheim. Critical Assmentsess of Leading Sociologists. London, 1996. 240 p.
5. Ferdinand Tönnies: Soziologische Schriften 1906–1909. Herausgegeben von Arno Bammé. Profil: München/Wien, 2016. 156 p
6. Georg Simmel. Sociologische und psychologische Untersuchungen. EA Leipzig, 1890.
7. Господарство і суспільство / Макс Вебер; пер. з нім. М. Кушнір. Київ: Всесвіт, 2013. 1112 с.
8. Pitirim Sorokin. Social and Cultural Dynamics (1937–1941). Cincinnati: American Book Company, 1937–1941. 4 vols.
9. Parsons T. Essays in sociological theory; pure and applied. Free Pre, 1949.
10. Структурно-функціоналістська парадигма в дослідженнях соціальних інститутів. *Вісник Національного авіаційного університету* : Зб. наук. праць. Вип. 2 (16). Київ: НАУ, 2012. С. 48-51.
11. Соляник С. Ф. Туризм як соціоестетичний чинник суспільного життя : автореф. дис. ... канд. філософ. наук : 09.00.03. Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2010. 20 с.

12. Зацепіна Н. Туризм як соціальний інститут. *Соціальні виміри суспільства*. 2013. Вип. 5. С. 708-715.

13. Горський С. В. Соціологія туризму. *Соціологія: навчальний посібник*. К., 2003.

14. Гоббс Т. Левіафан, або Суть, будова і повноваження держави церковної та цивільної. Київ: Дух і Літера, 2000. 600 с.

15. Гентон К. Шенген – крихітне селище, яке знищило кордони. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-tra-46459374>.

16. Історія розвитку гірськолижного туризму. URL: http://ni.biz.ua/17/17_11/17_116863_istoriya-razvitiya-gorno-lizhnogo-turizma.html

17. Салмін В. Тревел-блогінг як інструмент виявлення якості туристичних послуг. Туристичне регіонознавство : матеріали науково-практичного семінару кафедри міжнародного туризму та країнознавства Національного авіаційного університету : збірник тез. Київ : НАУ, 2022. С. 84-86.

18. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture: Volume I. The Rise of the Network Society. Malden, MA, Blackwell Publishers Inc., 1996. P.18

19. Копилов М. Тревел-блогер Антон Птушкін зняв сюжет про роботу залізниці в умовах війни. URL: <https://www.railinsider.com.ua/trevel-blogger-anton-ptushkin-znyav-syuzhet-pro-robotu-zaliznyczi-v-umovah-vijny/>

20. Небанальні подорожі Україною: #ДПВТ від Скрипіна та команди. URL: <https://www.0532.ua/news/2941970/nebanalni-podorozi-ukrainou-dpvt-vid-skipina-ta-komandi>

21. Сільський зелений туризм – від роз'єднаних садиб то територіальних кластерів. URL: https://issuu.com/ukraineards/docs/szt-book_web.

22. Сільський зелений туризм. Тренд туристичного сезону 2020. URL: <https://khoda.gov.ua/s%D1%96lskij-zelenij-turizm--trend-turistichnogo-sezonu-2020>.

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. Крालюк 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.