

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Кафедра музейно-туристичної діяльності

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
ТУРИСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ
У ЖИТТЄВОМУ ПРОСТОРІ ЛЮДИНИ

здобувача вищої освіти
другого (магістерського) рівня
зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
освітньо-професійної програми «Туризмознавство»
Нургалієва Рустама Маратовича



Допущено до захисту:
завідувач кафедри музейно-туристичної
діяльності,
доктор культурології, доцент



Анатолій ЩЕРБАНЬ

Науковий керівник:
д.держ. упр., проф.



Віктор СТЕПАНОВ

Харків–2024

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Факультет культурології та соціальних комунікацій
Кафедра музейно-туристичної діяльності
Освітній ступінь «Магістр»
Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Освітньо-професійна програма «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри музейно-туристичної
діяльності, доктор культурології,
доцент

Анатолій ЩЕРБАНЬ



« ____ » _____ 2023 року

ЗАВДАННЯ




НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ОСВІТИ

_____ Нургалієва Рустама Маратовича _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Туристична діяльність у життєвому просторі людини», керівник роботи: Степанов Віктор Юрійович, д.держ.упр., проф. кафедри музейно-туристичної діяльності, затверджені наказом ХДАК від « ____ » _____ 2023 року № _____
2. Строк подання студентом роботи на кафедру «28» грудня 2023р.
3. Вихідні дані до роботи: Законодавство України, теоретичні та практичні розробки вітчизняних та зарубіжних авторів за темою роботи, періодичні видання, довідкова інформація з офіційних інтернет-сторінок вітчизняних та зарубіжних туристсько-рекреаційних фірм.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): Розділ 1. Теоретичні засади туристичної діяльності в життєвому просторі людини. Розділ 2. Стан розвитку туристичної діяльності в життєвому просторі людини. Розділ 3. Використання VR та AR у туристичній діяльності людини.
5. Перелік графічного матеріалу (з зазначенням обов'язкових креслень): робота містить рисунки.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада керівника	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	проф. Степанов В. Ю.		
Розділ 2	проф. Степанов В. Ю.		
Розділ 3	проф. Степанов В. Ю.		

7. Дата видачі завдання « ___ » _____ 20__ р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми і подача на кафедру заяви на ім'я завідувача кафедри про обрання теми кваліфікаційної роботи	20.10.2022р	виконано
2.	Оформлення бланку завдання	29.10.2022р	виконано
3.	Подача керівнику розгорнутого плану кваліфікаційної роботи	10.02.2023р	виконано
4.	Написання теоретичної частини роботи	30.04.2023р	виконано
5.	Написання аналітичної частини роботи	10.09.2023р	виконано
6.	Написання рекомендаційної частини роботи	10.10.2023р	виконано
7.	Написання вступу та висновків до кваліфікаційної роботи, їх узгодження з керівником	25.10.2023р	виконано
8.	Подання чорнового варіанту всієї роботи керівнику	01.12.2022р	виконано
9.	Перевірка на плагіат	11.12.2022р	виконано
10.	Подача кваліфікаційної роботи на кафедру з відгуком наукового керівника та рецензією, а також рекомендацією до її захисту	28.12.2022р	виконано

Здобувач



(підпис)
Рустам НУРГАЛІЄВ
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи



(підпис)
Віктор СТЕПАНОВ
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра проведена у вигляді розв'язання завдання щодо концептуального аналізу туристичної діяльності в життєвому просторі людини. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 71 сторінка. Список використаних джерел включає - найменування.

Об'єктом дослідження є туризм як життєвий простір людини.

Предметом дослідження є туристична діяльність у життєвому просторі людини.

Мета роботи полягає в дослідженні туристичної діяльності як соціокультурного явища в життєвому просторі людини та висвітленні впливу інноваційних технологій VR і AR на цей простір.

Практична значущість одержаних результатів полягає в системному аналізі при дослідженні туристичної діяльності як соціокультурного явища в життєвому просторі людини та висвітленні впливу VR та AR на цей простір.

У першому розділі розглянуто життєвий простір людини, зародження туризму в життєвому просторі людини та туристичну діяльність в життєвому просторі людини.

У другому розділі розглянуто туристичну діяльність як соціальну форму руху, вітчизняну та зарубіжну туристичну діяльність у життєвому просторі людини, вдосконалення туристичної діяльності в життєвому просторі людини

У третьому розділі розглянуто огляд технологій ІТ, використання та шляхи вдосконалення технологій VR і AR у туристичній діяльності людини.

Ключові слова: туризм, людина, технологія, життєвий простір, туристична діяльність.

ABSTRACT

The Master's qualification work is conducted in the form of solving a task related to the conceptual analysis of tourist activity in the life space of a person. The work consists of an introduction, three sections, conclusions, and a list of used sources. The total volume of work is a page. The list of used sources includes - titles.

The object of the study is tourism as a life space of a person.

The subject of the study is tourist activity in the life space of a person.

The aim of the work is to study tourist activity as a socio-cultural phenomenon in the life space of a person and to highlight the influence of innovative VR and AR technologies on this space.

The practical significance of the obtained results lies in the systemic analysis in the study of tourist activity as a socio-cultural phenomenon in the life space of a person and highlighting the impact of VR and AR on this space.

The first section considers the life space of a person, the emergence of tourism in the life space of a person, and tourist activity in the life space of a person.

The second section examines tourist activity as a social form of movement, domestic and foreign tourist activity in the life space of a person, and the improvement of tourist activity in the life space of a person.

The third section considers an overview of IT technologies, the use and ways of improving VR and AR technologies in human tourist activity.

Key words: tourism, human, technology, life space, tourist activity.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЖИТТЄВОМУ ПРОСТОРИ ЛЮДИНИ.....	9
1.1. Життєвий простір людини.....	9
1.2. Зародження туризму в життєвому просторі людини.....	15
1.3. Туристична діяльність в життєвому просторі людини	19
Висновки.....	22
РОЗДІЛ 2. СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЖИТТЄВОМУ ПРОСТОРИ ЛЮДИНИ	23
2.1. Туристична діяльність як соціальна форма руху.....	23
2.2. Вітчизняна та закордонна туристична діяльність у життєвому просторі людини	27
2.3. Вдосконалення туристичної діяльності в життєвому просторі людини	31
Висновки.....	36
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	38
3.1 Огляд технологій VR та їхній вплив на туристичну діяльність людини	38
3.2 Використання VR і AR у туристичній діяльності людини.....	46
3.3. Залежність туристичного простору від впливу VR і AR на види туристичної діяльності людини	53
3.4. Вдосконалення використання технології VR і AR у туристичній діяльності людини.....	57
ВИСНОВКИ.....	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	64

ВСТУП

Актуальність теми. В Україні, яка має значний потенціал туристичного призначення, спостерігається підвищений інтерес фахівців до проблем розвитку туристичної діяльності. Це надає можливість наукового обґрунтування теоретичних основ становлення туризму в життєвому просторі людини.

Туристична діяльність (ТД) у життєвому просторі людини відіграє важливу роль як у розвитку суспільства, так і створенні позитивного іміджу країни. Зокрема, в підвищенні її значущості у світовій спільноті й розвитку міжрегіональних та міжнародних зв'язків. Туризм сприяє поширенню знань, збереженню природи, розширює культурний обмін та внесок до розвитку національної економіки.

Крім того, протягом останніх десятиліть інноваційні технології (ІТ), зокрема, віртуальна реальність (VR) та розширена реальність (AR), відіграють значущу роль у туристичній діяльності. Розширення можливостей VR і AR у туризмі надає можливість подорожувати в часі і просторі, дозволяє віртуально відвідувати місця, які раніше були недоступні або дуже віддаленими. Використання технологій VR і AR дозволяє розширити життєвий простір людини щодо можливості вивчення культурної спадщини.

Аналіз досліджень і публікацій. Сучасний розвиток туризму розглядається через призму робіт дослідників, які досліджували об'єкт туризму з різних точок зору. Праці вчених, таких як М. Вебер, Т. Веблен, Ч. Голднер, Д. Джафарі, Е. Дюркгейм, К. Крапф, Р. Макінтош, Т. Парсонс, Б. Рітчі, Р. Спенсер, Дж. Р. Уокер, Дж. Хоманс та інших, стали важливими для розуміння туризму як соціокультурного явища.

Аспекти туризму в суспільному життєвому просторі розглядали науковці: Л. В. Атаман, Л. Д. Божко, М. Б. Биржакова, О. О. Вишневська, С. М. Домбровська, С. І. Дичковський, В. К. Збарський, В. Ф. Кифяк,

М. С. Комаров, А. Л. Помаза-Пономаренко, В. Ю. Степанов, Ф. Ф. Шандор, А. М. Яковлев й ін. Ними відзначено, що туризм у житті людей має низку властивих, які багато в чому зумовлені специфікою галузі, що потребує постійних досліджень.

Мета роботи полягає в дослідженні ТД як соціокультурного явища в життєвому просторі людини та висвітленні впливу VR і AR на цей простір. Відповідно до цієї мети були поставлені наступні завдання:

- проаналізувати поняття життєвого простору людини;
- розглянути зародження туризму в життєвому просторі людини;
- розглянути ТД в життєвому просторі людини;
- проаналізувати стан та розвиток ТД в життєвому просторі людини за участі інноваційних технологій VR і AR;
- розглянути шляхи вдосконалення ТД в життєвому просторі людини.

Об'єктом дослідження є туризм як життєвий простір людини.

Предметом дослідження є ТД у життєвому просторі людини.

Методи дослідження. У роботі використовувались наступні методи: системний аналіз для деталізації та розчленування об'єкта дослідження на складові елементи; синтез для узагальнення різних аспектів ТД; аналогія для порівняння закордонного досвіду з вітчизняним; інформаційне моделювання для дослідження нормативно-довідкових матеріалів; абстрагування для формулювання узагальнених висновків; порівняння для аналізу динаміки ТД; групування для визначення аспектів ринку туризму.

Інформаційну базу дослідження склали законодавчі, методичні документи України, результати особистих спостережень, наукова інформація та матеріали, що пов'язані з застосуванням технологій VR та AR у туризмі.

Практична значущість одержаних результатів полягає в системному аналізі при дослідженні ТД як соціокультурного явища в життєвому просторі людини та висвітленні впливу VR та AR на цей простір.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЖИТТЄВОМУ ПРОСТОРИ ЛЮДИНИ.

1.1 Життєвий простір людини

Досліджуючи ТД у життєвому просторі людини насамперед необхідно зрозуміти поняття «простір людини». Зокрема, категорія «простір» належить до найважливіших, фундаментальних понять, які описують структуру світобудови, що впливає на характер розвитку суспільства та його культуру [9].

Як і час простір давно став предметом «туристичної філософії». У науковій літературі зараз виділяють низку різновидів простору. Наприклад, досліджуються економічний, політичний, соціальний, ідеологічний, науковий, історичний, культурний та інші простори соціуму. Крім того, вивчаються життєвий, фізичний, ментальний, психічний та інші простори людини [33, 34].

На початкових стадіях розвитку людини простір сприймається як реальний географічний простір з усіма його ландшафтними особливостями. Ці особливості надавали вплив на формування комфортного спілкування та на філософські ідеї людей, які там проживали [12]. Простір розуміється як вмістилище тіл, що є результатом філософської рефлексії й таке розуміння простору сформувалося далеко не відразу [20].

Різні народи мають різні норми відстані для комфортного спілкування. Північні народи, як відомо, мають більше простору для спілкування, ніж південні. Це пов'язано із кліматичними та культурними особливостями регіонів [26].

Суттєвим аспектом є постійний розвиток і розширення простору, який здійснюється як через особисту еволюцію людини, так і завдяки прогресу цивілізації та транспортних досягнень (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Розширення простору через еволюцію людини

Важливою характеристикою суб'єктивного простору є його поділ на «свій» і «чужий», на «відомий» і «невідомий» [21]. Такий розділ простору є психологічним і відображає сприйняття території як знайомої або незнайомої. Подорожі туриста завжди включають освоєння «чужого» простору, і це створює дихотомію «свій» і «чужим» у сприйнятті [9].

Відомо, що в стародавніх суспільствах сторони світу відігравали важливу роль не лише як напрямки, але і як території з конкретними природними, економічними та етнічними характеристиками. Ці території не лише визначали соціальний простір даного народу або племені, але й відображали його місце проживання [35].

У архаїчних суспільствах простір мав кілька рівнів. По-перше, це був особистий простір, який містив будинок і житло. По-друге, це було поселення, яке може включати село з оброблюваними сільськогосподарськими територіями або місто. Потім наступав економічний простір, що визначався стійкими ринковими відносинами. Нарешті, був «чужий» світ.

Багато етнографів вивчали «чужі» народи, а ставлення до них часто було неприйняттям і ворожістю. Це можна пояснити тим, що знання про інших людей та їхній спосіб життя були доступні, але не ставали універсальною точкою відліку для порівняння. Знання були наслідком загальної статичності життя та відсутності подорожей та туризму.

Протиставлення «чужого» простору як «ворожого» було характерною рисою ментальності традиційних суспільств. Їхні просторові погляди характеризувалися обмеженістю та зверненістю «всередину». Аналогічно до розділення часу на «сакральний» і «профанний», існувало розділення простору на важливі та не важливі області [12].

Сакральний простір завжди мав свій центр, який символізувався різними способами, такими як світове дерево, священне місто або гора. Шлях до центру простору вважався шляхом до досконалості. У багатьох міфах і сказаннях містяться розповіді про подорожі й походи головних героїв легенд [35].

Поступовий розвиток цивілізацій стародавнього світу призвів до значного розширення простору для народів, які населяли ці імперії. Поява великих імперій, таких як Римська імперія, Перська імперія тощо, сприяла створенню єдиного культурного простору, де існувала єдина мова, пантеон богів, загальна картина світу та господарський устрій. Разом з тим, зародження науки почало філософський аналіз поняття простору як онтологічної категорії [9].

Сучасний туристичний сектор визначається великою мірою просторовими характеристиками місця призначення. Турист, вибираючи своє майбутнє місце перебування, ретельно досліджує його географічне розташування. Ця важлива характеристика включає не лише фізичну адресу, але й контекст, в якому розташоване місце.

Зазвичай туристи обирають готель, враховуючи не лише його клас і розкішність, але й розташування. Розташування готелю у місті або курортній зоні може суттєво вплинути на якість подорожі.

З іншого боку, туристи, що відпочивають, можуть шукати готелі в курортних зонах або біля пляжів для насолоди морем і сонцем. Однак навіть у цьому випадку просторові аспекти мають велике значення. Вигляд з номера готелю може стати ключовим фактором при виборі. Туристи можуть замовляти номери з видом на море, гори, ліс або інші природні об'єкти, щоб зробити свій відпочинок більш комфортним. [26].

Досягненням прогресу є стрімке зменшення відстаней. Це сталося завдяки розвитку транспортних засобів, які дозволяють людям легко та швидко подолати великі відстані. Іншими словами, транспортна доступність стала основою для розвитку туризму як соціальної форми руху в життєвому просторі людини.

Це нове структурне зміщення відкрило перед туристами світ можливостей для подорожей та відкриття нових місць. Тепер туристи можуть відвідувати віддалені регіони, країни та континенти з легкістю, і це відкриває безмежні можливості для культурного обміну, розвитку бізнесу та збагачення життя людей.

Таким чином, просторові характеристики мають величезне значення для сучасного туризму, впливаючи на вибір місця перебування та розширюючи горизонти подорожей завдяки зменшенню відстаней.

В історії туризму просторові характеристики місця завжди відігравали важливу роль. Відомо, що вже у давнину туристи намагалися дізнатися про

місцеперебування свого майбутнього житла. Однак ця проблема не обмежувалася лише вибором готелю. Туристи завжди звертали увагу на розташування номера готелю як у місті, так і в курортній зоні. Крім того, «вигляд із вікна», як правило, також обмовляється або замовляється туристом працівникам турфірми [26].

Просторові характеристики стали важливим аспектом історії туризму завдяки розвитку транспортних засобів. Прогрес у транспорті призвів до стрімкого «зменшення» відстаней, що стало основою для розвитку туризму як соціальної форми руху в життєвому просторі людини.

У минулому подорожі були обмеженими через великі відстані та відсутність швидкого та зручного транспорту. Проте з розвитком залізниць, авіації та автомобільного транспорту стало можливим подолати великі відстані. Це відкрило перед туристами нові горизонти для подорожей та дослідження світу.

Сучасні туристи можуть відвідувати віддалені регіони, країни та континенти з легкістю. Вибір місця перебування став більш відкритим і різноманітним завдяки можливості швидко долати великі відстані. Таким чином, розвиток транспорту сприяв подальшому розвитку туризму та збільшив рух туристів у життєвому просторі.

Просторові аспекти мають значний вплив на розвиток туризму та його вплив на природне та соціокультурне середовище. Зростання туризму може призвести до надмірного використання природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища та руйнування природних екосистем. У виборі туристичних напрямків іноді важливо враховувати екологічні аспекти, щоб уникнути негативного впливу на природу.

Крім того, просторові аспекти туризму охоплюють вивчення культурних особливостей та традицій місцевого населення. Туристи можуть відвідувати місця з історією та культурним спадком, дізнаватися про місцеві звичаї та смаки, а також сприяти розвитку місцевої економіки (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 – Особливості та традиції місцевого населення

Сучасний туризм не може уникнути впливу ІТ та підходів. Просторові аспекти стали об'єктом інновацій, які покликані покращити якість обслуговування та розваг для туристів.

Наприклад, розробка веб-сервісів та мобільних додатків дозволяє туристам швидко знаходити та бронювати готелі, ресторани та екскурсії на місцях. GPS-технології спрощують навігацію в незнайомому місці. VR і AR дозволяють туристам переживати вражаючі історичні події та екскурсії в цифровому форматі.

Таким чином просторові характеристики завжди були важливою складовою історії туризму та сучасного туристичного сектору. Вони визначають вибір місця перебування та впливають на досвід подорожі. З розвитком транспорту та інноваційних технологій просторові аспекти стали ще актуальнішими і сприяють зростанню туризму. Проте важливо зберігати баланс між розвитком туризму та збереженням природи та культурних

цінностей. Просторові аспекти є ключовим фактором для зародження туризму в життєвому просторі людини.

1.2. Зародження туризму в життєвому просторі людини

Аналізуючи туризм в життєвому просторі людини необхідно звернути увагу на різноманітні інтерпретації цього феномена. Зокрема, концепція «туризм» відображається в працях філософів минулих епох, від античності до Нового часу як поняття «подорож» [27]. Важливо зазначити, що антична філософія ще не асоціювалася з туризмом у сучасному розумінні, але вона вказувала на значимість подорожей для людського досвіду. Розглянемо зародження туризму в життєвому просторі людини з урахуванням трансформацій суспільства [26].

До часів становлення Афіні і Риму міграція та подорожі вже були частиною життя. У Стародавній Греції та Римі вільні громадяни могли дозволити собі діяльність, аналогічну сучасному туризму. Розглянемо, як відомі філософи того часу сприймали подорожі [27].

У творах Демокріта знайдено думку про те, що життя в чужих краях вчить цінувати те, що маєш. При цьому відзначалася важливість скромності та вдячності під час мандрувань [2, с. 601–602].

Сенека вважав, що подорожі не вирішують життєвих проблем, але надають нові враження та перспективи. Він підкреслював важливість морального здоров'я та чистоти душі під час мандрівок [29].

Сенека також обґрунтовував, що мандрівки мають бути здійснені у місця, які є здоровими не лише для тіла, але й для душі, та попереджав про небезпеки курортів, які розбещують душу [29].

Таким чином ідеї, що пов'язані з подорожами і мандрами, вже були закладені у філософії та соціальних практиках. Поняття «подорож»,

«мандрівка» чи навіть «бродяжництво» мали своє місце в житті та свідомості людей тих часів (рис. 1.3).



Рисунок 1.3 – Подорожі в античні часи

Розглядаючи туризм як соціально-культурне явище слід врахувати погляди Аврелія Августина, релігійного мислителя раннього Середньовіччя, на існування численних народів. Він розділяв людство на дві категорії: ті, хто живе за плотськими бажаннями, та ті, хто прагне духовності [2, с. 601].

Науковці виявили, що символізм архітектурних образів церков і соборів відігравав важливу роль у формуванні світогляду людей [26]. Подорожі до цих місць сприймалися як шлях до духовного очищення.

Паломництво в Середньовіччі, особливо до Святої Землі, стало настільки популярним, що церква навіть мусила обмежувати ці поїздки. При цьому святий Григорій Нісський звертав увагу на потенційні небезпеки таких мандрів [26].

У XII столітті вчені почали наголошувати на вивченні природи, що сприймалася як шлях до пізнання Бога і власної сутності. У цьому контексті паломництво стало основою релігійного туризму.

Таким чином, хоча у Середньовіччі туризм, який ще не був розглянутий як окреме поняття, ідея паломництва як центрального елемента релігійного туризму заклала фундамент для розуміння важливості подорожей в людському досвіді.

У контексті наукового пізнання, подорожі та мандрівки є ключовими для розуміння навколишнього світу. Згідно з Ф. Беконом, подорожі значно розширили коло знань людей, порівняно з попередніми епохами [6, с. 853]. Ф. Бекон класифікував досліди на два типи: «світлоносні» та «плодоносні». Цим він підкреслював важливість незнання як джерела практичних застосувань [6, с. 853]. У творі Ф. Бекона «Нова Атлантида» розкриваються ідеї, які можна вважати початком туризму та гостинності [7].

Філософ Нового Часу Р. Декарт подорожі вважав шляхом до індивідуальної символіки життя через духовні шляхи паломників [26].

У Новому Часі люди шукають не лише духовності, а й свою власну сутність. Це контрастує з метою середньовічних паломників, які мандрували до священних місць.

Епоха Ренесансу та Нового Часу характеризується переходом від космологічних і теологічних мотивів паломництва до антропоцентричних подорожей, які у меншому масштабі відображають сучасний туризм. Ці подорожі стали для людей випробуванням власних сил, способом саморозвитку та формування особистих переконань (рис.1.4).

Сучасні фахівці з організації туристичної діяльності розуміють, що привабливість туристичних подорожей частково залежить від можливості людини випробувати нові ролі та відчуття. Принципи сценаріїв, схожі на ті, що Вольтер використовував у своїх літературних творах, можна уявити як основу для VR-подорожей [8].



Рисунок 1.4 – Еволюція сучасного туризму

Ж.-Ж. Руссо, видатний мислитель, розглядав подорожі як спосіб пізнання природного та соціального світу [23]. Хоча Руссо не підтримував ідею зникнення культурних відмінностей, він визнавав їхнє значення.

О. Шпенглер у своїй роботі «Занепад Європи» акцентував на різноманітності античної, західної та арабської культур [31]. За О. Шпенглером, культура є організмом, що об'єднується душею і принципом цілісності, віддзеркалюючись у всіх аспектах життєдіяльності, від мови до мистецтва [31, с. 538]. Шпенглер вважає, що культура досягає апогею, коли використовує всі свої можливості. Цей погляд може бути прийнятий чи відхилений, але він відображає глибину культурного впливу на туризм.

Досвід подорожей може сприяти духовному розвитку людини, особливо під час споглядання природного ландшафту. Однак таке споглядання не слід розглядати виключно як форму споживання.

Важливо зазначити, що розуміння туризму як соціально-культурного явища сформувалося поступово, слідуючи за реальністю людського існування. Від простих «поневірянь» до «мандрів» і «паломництва» і, нарешті, до поняття «туризму». У цьому контексті, ТД стала невіддільною частиною життєвого простору людства.

1.3. Туристична діяльність у життєвому просторі людини

Дослідження показують, що туризм у сучасному світі відіграє значну роль у соціально-культурному, економічному та політичному розвитку суспільства. За словами української дослідниці О. О. Полуляхової, туризм динамічно розвивається завдяки відкритості кордонів, прогресу в ІТ та оптимізації фінансових та часових ресурсів. Туризм сприяє взаємодії та обміну між людьми різних культур, дозволяючи їм ознайомитися з культурними та природними скарбами інших країн.

Існує прямий зв'язок між розвитком туризму та підвищенням рівня життя населення. При цьому туризм стає ключовим напрямком державної політики та важливим фактором у підвищенні ефективності економічних процесів [25].

У цьому контексті сучасні технології, такі як VR і AR, мають потенціал збільшити доступність та збагатити досвід туристичних подорожей. Це не лише змінює традиційне сприйняття туризму, але й відкриває нові горизонти для культурного обміну та міжнародного співробітництва.

Розглянемо ключові аспекти туристичної діяльності та її значення в життєвому просторі людини, визначивши базові поняття у цій галузі. Терміни «туризм» та «туристична діяльність» отримали багато тлумачень від науковців, як у вітчизняному, так і в міжнародному контексті.

Туризм можна визначити як особливий вид подорожей та діяльність, спрямовану на обслуговування туристів. Він став ключовою галуззю світової

економіки, вносячи значний вклад у світовий валовий продукт і вважається однією з найбільш ефективних сфер сучасної економіки [13, 28].

На міжнародному рівні існують різні інтерпретації поняття «туризм». В Україні, наприклад, законодавче визначення туризму включає «тимчасовий виїзд особи з місця проживання з різними метами, такими як оздоровлення, пізнання, професійно-ділові та інші цілі, без здійснення оплачуваної діяльності у місці призначення...» [1, ст. 1].

На Міжнародній конференції з туризму (Гаага, 1989) було заявлено, що туризм включає в себе всі види переміщень людей поза межі їх звичного місця проживання та роботи, а також сектор послуг, створений для задоволення потреб, які виникають внаслідок цих переміщень. Це питання також було важливим на Конференції ООН з міжнародного туризму і подорожей у Римі в 1963 році та Конгресі Всесвітньої туристської організації у Манілі в 1986 році, що підкреслює важливість визначення туризму як теоретичної, так і практичної категорії [30].

Статистична комісія ООН у 1993 році визначила туризм як діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях поза межами їхнього звичайного середовища на період, що не перевищує одного року, з різноманітними цілями, включаючи відпочинок та ділові подорожі [18].

Багато фахівців вважають туризм не лише видом подорожей, а й сферою послуг, призначеною для задоволення потреб людей у туристичних поїздках. Це включає в себе широкий спектр підприємницької діяльності [4, 10, 14, 17].

Туризм може бути розглянутий під різними кутами зору. Деякі автори вважають туризм сукупністю взаємовідносин, що відповідає соціокультурному підходу [19, 22, 24]. Інші дослідники вбачають у туризмі систему з численними взаємозв'язками, яка впливає як на національну, так і на світову економіку, акцентуючи на економічному аспекті [5, 12, 15]. Обидва

підходи не конфліктують, а скоріше відображають різні аспекти туризму як багатогранного феномену (рис. 1.5).



Рисунок 1.5 – Туризм як багатогранний феномен

Відзначимо, що туризм характеризується двома ключовими особливостями: перша – це виїзд зі звичного місця перебування, а друга – подорожування з різними цілями, крім заробітку.

Щодо поняття «туристичної діяльності», то воно охоплює організацію та обслуговування подорожей. Цей різноманітний спектр свідчить про складність та різноманітність цієї галузі, яка включає як організаційні, так і виконавчі аспекти туризму.

На думку науковців, поняття «туризм» та «туристична діяльність», необхідно розглядати крізь призму соціальних відносин та взаємодій у суспільстві. Туризм варто сприймати не лише як набір послуг чи економічних

операцій, але і як комплекс соціальних процесів, що впливають на культуру, спосіб життя та міжособистісні зв'язки.

ТД, своєю чергою, демонструє чітку тенденцію до постійного розвитку й самовдосконалення, що стає самостійним і системним елементом суспільства. Це відображається у складності та різноманітності туристичних послуг, а також у тому, як ця галузь формує нові соціальні норми та взаємодії.

Висновки

Туризм у сучасному світі перетворюється на засіб екзистенційного самовираження, де люди шукають не лише фізичного зміцнення чи інтелектуального зростання, а й глибоких вражень. Туризм також стає полем для інноваційних практик, де розвиваються нові соціальні навички. Це не лише про соціальну диференціацію та символічне маніпулювання, а й про складні процеси споживання.

Туризм, як соціально-культурний феномен з гуманітарним аспектом, у життєвому просторі людини розкривається як комплексне явище, що включає соціальні, культурні та економічні виміри.

Сучасні туристи, які відвідують різні країни, часто мають справу зі стереотипними уявленнями про місцеві культури. Для багатьох масових туристів культура країни залишається «річчю у собі», щось віддалене і не повністю зрозуміле. Це дозволяє розглянути стан та розвиток ТД в життєвому просторі людини.

РОЗДІЛ 2

СТАН ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЖИТТЕВОМУ ПРОСТОРИ ЛЮДИНИ

2.1. Туристична діяльність як соціальна форма руху

У дослідженні з'ясовано, що історія людської цивілізації не може обійтися без уваги до значущості масових міграцій людей, включаючи переміщення племен, етносів і народностей. Усе це пов'язано з динамікою цивілізаційного розвитку та служать як важлива соціальна форма руху [10, 11].

Зміни в ментальності людей були повільними. Європейці, які вивчали звичаї, мови, вірування, поведінкові стереотипи корінних народів, почали адаптуватися до них, замість того, щоб прагнути їх знищити. У серці етнічних контактів лежали подорожі, що сприяли швидшому взаєморозумінню і прийняттю традицій, культурних впливів та релігійних поглядів як фундаментальних «законів розвитку».

Початки індивідуальних та групових туристичних подорожей сягають корінням у цивілізаційний період. Вже в давніх цивілізаціях Межиріччя, Єгипту, Китаю, а також у Стародавній Греції та Римі, були популярні такі форми туризму, як паломницький та релігійний, освітній, оздоровчий та спортивний туризм (рис. 2.1).

У XVIII – XIX століттях подорожі з науковими та освітніми метами стали частиною життя суспільства. З кінця XIX століття туризм пройшов кілька етапів розвитку, постійно змінюючись і адаптуючись.

Географічні відкриття Нового часу створили фундамент для популярності масових туристичних маршрутів XX століття. Розповіді

дослідників про нові та невідомі землі зустріли величезний інтерес у публіки, спонукаючи до розвитку туризму.



Рисунок 2.1– Початки індивідуальних та групових туристичних подорожей

У новітній час інтенсивність міжнародних контактів та внутрішніх переміщень значно зросла, що сприяло розвитку наукового, пізнавального та відпочинкового туризму. На початку ХХ століття ці види туризму почали набирати масового характеру. Наприклад, у Голландії значні інвестиції в освіту та науку сприяли трансформації Лейденського університету у провідний науковий центр Європи, відкриваючи нові перспективи для академічного туризму [23–25].

Таким чином подорожі з їх різноманітними формами, мотиваціями та цілями, мали значний вплив на розвиток і динаміку цивілізаційних процесів,

включаючи генезу етносів. Пізніше до цього приєднався і туризм як одна з форм подорожей, заслуговуючи на окрему увагу в контексті сучасних цивілізаційних процесів [15].

Масштаби ТД демонструють зростання: від 25 млн прибутків туристів у 1950 році до майже 600 млн наприкінці століття. Туристична активність розширилася за межі Європи, охоплюючи Азію, Африку, Америку, Австралію, Океанію, Антарктиду та Арктику [24, 25].

Важливо також відзначити якісні зміни, що відбуваються з особистістю під час подорожей. Подорожі сприяють накопиченню історико-культурних знань, підвищенню наукового та духовного потенціалу, поліпшенню психологічного та емоційного стану, а також стимулюють загальний розвиток особистості. Туризм надає можливість збалансувати позитивні та негативні впливи, оскільки в основі його лежить планування та цілеспрямованість. Подорожуючи, людина прагне організувати свій маршрут таким чином, щоб максимально отримати задоволення та користь від туру.

На Стародавньому Сході різні види туризму, включаючи релігійний та паломницький туризм, уже мали розвинену форму. Священні місця притягували численних паломників, що стимулювало розвиток масового паломницького туризму [15, 17].

Подорожі з різноманітними мотиваціями були притаманні кожній з цивілізацій Стародавнього Сходу, як у формі організованих походів (колонізація, військові походи, дипломатичні місії), так і в формі приватних подорожей (паломництво, торгівля, освітні та культурно-розважальні мандрівки).

Коли людство перестало бути зосередженим виключно на виживанні, виникла глибока потреба у знаннях, яку частково задовольняли через подорожі. Подорожування, з одного боку, сприяли розвитку людини, а з іншого – були важливою частиною цього розвитку (рис. 2.2).



Рисунок 2.2 – Подорожі як розвиток людини

Мандрівники на Стародавньому Сході виконували роль важливих інформаційних посередників, що сприяло розвитку країн з політичного та економічного аспектів [18]. З часом, через подорожі, сформувалася унікальна «філософія» ТД, яка відображає її важливість у соціальному русі.

Ще більше можливостей для особистісного розвитку та культурного збагачення в сучасний туризм додають ІТ VR і AR. Вони дозволяють здійснювати віртуальні подорожі та отримувати нові враження без необхідності фізичного переміщення.

Сучасні технології VR та AR надають новий вимір туризму, дозволяючи людям досліджувати історичні та культурні аспекти різних цивілізацій, не виходячи з дому, та продовжують традиції освітнього та культурного обміну, започатковані в минулому.

2.2. Вітчизняна та закордонна туристична діяльність у життєвому просторі людини

Туризм у життєвому просторі людини відіграє значну роль. Фахівець з туризму А. С. Чакан підкреслює, що туристичний сектор має важливе значення для української економіки. Індустрія туризму впливає на розвиток таких галузей, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство та виробництво споживчих товарів, стаючи ключовим напрямом структурних змін в економіці. Сусідні країни забезпечують значні потоки транзитних туристів, чисельність яких очікується зростати щорічно [22, с. 283].

Експерти, аналізуючи майбутні перспективи ТД в Україні, вказують, що туризм інтегрується майже у всі сектори економіки й суспільного життя, займаючи провідне місце у світовій економіці. Цей факт повинен стати ключовим у формуванні нової державної політики в туристично-рекреаційній сфері. Розвиток цієї галузі може мати позитивний вплив на економічний та соціальний розвиток країни. Крім того, стимулювати важливі галузі економіки та сприяти формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені [10, с. 202] (рис. 2.3).

Експерти в галузі туризму наголошують, що перспективний розвиток туристичної індустрії в Україні матиме позитивний вплив на зайнятість населення. Фактори, які будуть сприяти цьому розвитку, включають демократизацію суспільства, політичну стабільність, визначення ключових напрямів економічного розвитку, а також потенційне членство України у ЄС. Усе це сприятиме створенню конкурентоспроможної туристично-рекреаційної галузі, яка відповідатиме потребам як внутрішнього, так і міжнародного туризму, враховуючи природно-кліматичний, рекреаційний, соціально-економічний та історико-культурний потенціал країни [14, с. 17].



Рисунок 2.3 – Перспективи туристичної діяльності

Зростання доходів українців, безперечно, стимулюватиме активізацію ТД, особливо в плані збільшення пропозиції туристичних послуг. Очікується, що майбутнє населення України буде відзначатися вищим рівнем життя, де відпочинок, подорожі, мистецтво та культура стануть центральними складовими дозвілля [11, 12, 15, 17, 18].

Демографічні зміни, матеріальний статус, освітній рівень, тривалість відпусток, професійна зайнятість – все це відіграє важливу роль у розвитку туристичного ринку України. Аналіз вікових груп, які найчастіше подорожують, вказує на активність населення від 30 до 40 років, в той час, як у більш розвинених країнах більш активними туристами є люди старшої вікової категорії (55-60 років) [27].

За даними дослідників, лідерами у категорії міжнародних туристів є економічно розвинені країни, такі як США, Канада, Японія, та держави

Європейського Союзу. Попри старіння населення, жителі цих країн зберігають високу фізичну активність і мають кращі матеріальні можливості. Зайнятість і підвищення доходів на особу, разом зі збільшенням тривалості відпусток та більшою гнучкістю робочого часу, сприятимуть розширенню таких сегментів туристичного ринку, як відпочинкові подорожі, відвідування тематичних парків, культурних подій, ділові поїздки, короткотривалі мандрівки та «вікенд-тури». Збільшення рівня освіти також стимулює інтерес до нових знань і культур, що веде до бажання подорожувати та відкривати нові горизонти [11, 25–27].

Добробут населення виступає як один із ключових чинників, що визначає розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Існує прямий зв'язок між динамікою туристичного ринку, загальним економічним прогресом та особистими доходами громадян. Туризм є чутливою сферою, яка реагує на будь-які зміни в економіці (рис 2.4).



Рисунок 2.4 – Динаміка туристичного ринку

Туризм у Європі трансформувався відповідно до змін у якості та різноманітності потреб туристів. Сучасний європейський туризм, що зазнав великих змін наприкінці 80-х років, характеризується підвищеною інформованістю та автономністю туристів.

Сучасні мандрівники очікують високої якості послуг і товарів, прагнуть отримувати різноманітні враження та досвід, проявляють самостійність у своїх виборах. Вони також звертають увагу на екологічну складову туризму, обираючи такі напрямки, які не завдають шкоди природі та культурній спадщині. Це призвело до спеціалізації пропозицій та розвитку туристичних продуктів [21]. Європейський туристичний ринок характеризується трьома основними потоками туристів.

Перший потік – це туристи, які відвідують історичні, культурні, політичні та економічні центри. Франція, яка є класичною країною туризму, зародила цей потік ще у XVIII столітті, встановивши багатогранні економічні та політичні зв'язки. Поступово цей потік охопив Італію, Швейцарію, Австрію та інші держави.

Другий потік полягає у поширенні відпочинкових поїздок до Середземноморського узбережжя, що призвело до створення напрямку з півночі на південь Європи. ТД тепер охоплює не тільки Францію та Італію з їх довгими узбережжями, а й країни північної Європи та Скандинавії.

Загалом, туризм у Європі переважно зосереджений на взаємних подорожах між європейськими країнами, демонструючи сильні внутрішні європейські зв'язки в цій сфері.

Інтеграція IT VR і AR в європейський туризм може подальше розширити можливості для туристів, дозволяючи їм відвідувати історичні та культурні пам'ятки віртуально, що надасть нового виміру досвіду подорожей.

Додавання IT VR і AR до туристичного сектору може ще більше підсилити цей розвиток, надаючи нові можливості для туристичного досвіду, який трансформує традиційні підходи до подорожей.

Включення VR і AR технологій в туристичну індустрію може додатково підсилити ці зусилля, надаючи нові можливості для створення унікального досвіду туризму, який відповідає високим стандартам якості та інноваційності.

Сучасна політика у сфері туризму спрямована на підвищення якості пропозицій послуг, модернізацію та впровадження ІТ у туристичній індустрії. Особливу увагу приділяється підготовці кваліфікованого персоналу, збереженню та відновленню природного та культурного середовища. Важливу роль відіграє координація дій між урядовими структурами та приватними підприємцями, що працюють над вдосконаленням ТД.

2.3. Вдосконалення туристичної діяльності в життєвому просторі людини

Туристична галузь в Україні демонструє позитивні тенденції до зростання. При цьому існують перешкоди, які стримують її розвиток. Одним із ключових чинників, що обмежують цей прогрес, є недосконалість законодавчої бази, яка страждає від розбіжності та неузгодженості окремих нормативних актів. Крім того, відсутність ефективної державної програми з туризму та брак обґрунтованих методик і механізмів для її впровадження створюють додаткові бар'єри для розвитку галузі [1–9].

Іншою суттєвою перешкодою є декларативний характер більшості чинних програм з розвитку туризму. Ці програми часто обмежуються лише описом стану галузі, основних проблем та наявного ресурсного потенціалу, не надаючи детальних планів дій, визначення джерел фінансування чи критеріїв для оцінки їх виконання. Крім того, відсутність відповідальних осіб за реалізацію цих заходів ускладнює процес контролю та оцінки результатів [11, 12].

Щоб подолати ці виклики, важливо інтегрувати сучасні технології, такі як VR та AR, у розвиток туристичної індустрії. Це може включати створення VR для залучення туристів та підвищення інформативності про українську культурну та природну спадщину. Використання таких технологій може допомогти зробити туристичний продукт більш конкурентоспроможним та привабливим для потенційних відвідувачів.

За інформацією наукових досліджень, ключові аспекти ТД включають розробку та впровадження вдосконаленого законодавчого регулювання. Це означає створення дієвого нормативного поля, яке б регламентувало діяльність туристичних підприємств, у тому числі встановлення механізмів їх об'єднання через партнерські взаємини. Необхідно також оновити процедури ліцензування, сертифікації та стандартизації туристичних послуг, аби вони відповідали міжнародним стандартам, були більш прозорими та об'єктивними, усуваючи чинні обмеження [19, с. 71].

Ще одним важливим напрямком є пріоритетний розвиток регіонів з великим туристичним потенціалом, які зараз обмежені через низьку прибутковість. Це особливо стосується периферійних територій, де зосереджені культурні пам'ятки, музеї, виставкові зали, а також збережені традиції та культура українського народу. Такі зони стимулюватимуть розвиток туризму, зосередженого не тільки на рекреаційних, але й на історико-культурних аспектах [19].

Ефективні адміністративні заходи, спрямовані на покращення стану ТД в Україні, передбачають створення ефективної управлінської структури. Ця структура має складатися з органів управління на різних рівнях, в яких чітко визначаються обов'язки, повноваження та відповідальність.

Потрібно також оптимізувати роботу державних органів, привести їх структуру у відповідність до вимог ринкової економіки. Важливо забезпечити умови для діалогу між державою, громадськими організаціями, місцевим населенням, недержавними організаціями та суб'єктами господарювання

щодо розвитку туризму. Взаємодія цих учасників має сприяти координації та контролю за реалізацією розроблених стратегій і програм [22, с. 281].

Створення вільних економічних зон та територій із пріоритетним розвитком сприятиме активізації інвестиційної діяльності в туристичній сфері. Своєю чергою, це посприє розширенню туристичної інфраструктури, покращенню якості пропонованих послуг, збільшенню обсягу обслуговування туристів і, відповідно, зростанню прибутків ТД (рис. 2.5).



Рисунок 2.5 – Розширення туристичної інфраструктури

На законодавчому рівні потрібно визначити пріоритетні види туризму. Це можливо виходячи з національних ресурсів та традицій, та направити на їх підтримку та розвиток додаткові, в тому числі фінансові, зусилля [20, с. 230].

Останніми роками в Україні відсутня послідовність у державній політиці щодо розвитку туризму. Вчені вказують на ключову проблему: недостатнє фінансування і підтримка туристичної сфери з боку держави. З цієї причини важливим завданням є розробка прозорих механізмів для створення спеціалізованих фондів, призначених для фінансування туризму. Це включає субсидії та дотації для окремих учасників ринку. Надзвичайно важливим є створення умов, що сприяють привабленню коштів від приватних суб'єктів у сфері туризму та залученню інвестицій, як внутрішніх, так і закордонних [28].

Основною стратегічною ціллю у сфері туризму в Україні є розробка та реалізація туристичного продукту, який був би конкурентоздатним на міжнародному ринку і водночас повністю відповідав туристичним потребам українського населення. Основним завданням є забезпечення всебічного розвитку регіонів, враховуючи їх соціально-економічні інтереси, при цьому зберігаючи екологічну стабільність та історико-культурну спадщину. Програма дій, спрямована на досягнення цієї мети, повинна бути інтегрована в загальний процес розвитку ринкової економіки та відповідати політиці структурних реформ. Важливим аспектом також є врахування світового досвіду розвитку туризму для створення сприятливих умов для оновлення та розроблення адекватної нормативно-правової бази [22, с. 286].

Відзначимо, що культурні пам'ятки, музеї та театри виступають ключовими елементами привабливості для туристів, сприяючи створенню потоків як внутрішніх, так і міжнародних туристів. За словами О. С. Височана, необхідно встановити ефективну взаємодію між місцевою владою та бізнесом у сфері збереження культурної спадщини. Це передбачає застосування сучасних методів управління в діяльності музеїв та національних парків, орієнтацію на ринкові умови та співпрацю з представниками туристичної індустрії [13, с. 169].

Розвиток ТД в Україні також залежить від державної підтримки внутрішнього та в'їзного туризму. Важливою умовою є активна інформаційна підтримка України та її регіонів, популяризація туристичних напрямків на внутрішньому та міжнародному рівнях. Це включає розробку державної рекламної програми, активну участь у міжнародних і національних виставках та конференціях, розміщення інформаційних матеріалів, а також розвиток видавничої та поліграфічної діяльності [17].

Врахування потенціалу VR і AR технологій у цих процесах може значно збагатити туристичний досвід, забезпечуючи інноваційні підходи до презентації історичних та культурних об'єктів, а також до покращення інтерактивності та залучення туристів (рис. 2.6).



Рисунок 2.6 – Інноваційні підходи до презентації історичних та культурних об'єктів [7]

Слід зазначити, що в Україні існують позитивні тенденції у фінансуванні туристичної галузі з боку держави. При цьому розподіл та використання цих коштів залишається недостатньо ефективним і прозорим. Це вимагає створення чітких і прозорих механізмів щодо формування фондів і розподілу фінансів. Особлива увага має бути приділена проектам і програмам, які фокусуються на розвитку в'їзного туризму та інноваційних напрямках (сільському, екологічному, культурному, спортивному, екстремальному та соціальному туризму). Важливо також забезпечити відновлення і розвиток туристичної інфраструктури у віддалених районах [10, с. 58].

Ефективне виконання цих напрямків забезпечить створення умов для гармонійного регулювання туристичної діяльності в цілому. Для досягнення цієї мети необхідно систематично проводити контроль і аналіз результатів, виявляючи відхилення від запланованих цілей і вносячи необхідні корективи.

Висновки

У розділі розглянуто ключові аспекти ТД в життєвому просторі людини, акцентуючи на її соціальній ролі, вітчизняних та закордонних тенденціях, а також на шляхах її вдосконалення.

ТД як соціальна форма руху виявилася важливою тематикою в контексті розвитку цивілізацій. Подорожі стимулюють культурний обмін та соціальний розвиток, а також сприяють генезису етносів та їх культурної ідентифікації.

В контексті вітчизняної та закордонної ТД було відзначено, що Україна, як і інші країни, переживає значне зростання туристичної активності, впливаючи на економіку та соціальну сферу. Туризм стає не лише джерелом економічного доходу, а й засобом культурного та інтелектуального збагачення.

Зростання динаміки суспільних процесів стало каталізатором для розвитку ТД. Цей розвиток, своєю чергою, позитивно впливає на

поступальний розвиток суспільства. Завдяки сучасним ІТ, таким як VR і AR, можливості для туристичних подорожей продовжують розширюватися, дозволяючи людям досліджувати нові місця та культури, не залишаючи своїх домівок. Це створює нові горизонти для освітнього та культурного обміну, сприяючи глобальному розумінню та інтеграції.

У сучасному світі, де ІТ стають все більш доступними, ми маємо можливість віртуально дослідити різні культури, зберігаючи їх унікальність та сприяючи глибшому розумінню культурної різноманітності. Реальне занурення в культуру через VR може відкрити новий шлях для глибшого розуміння та досвіду, виходячи за рамки масової культури. Сучасні технології VR і AR можуть допомогти розкрити цей аспект, дозволяючи туристам відчувати та досліджувати різні культури та суспільства на новому рівні.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

3.1. Огляд технологій VR та їхній вплив на туристичну діяльність людини

Діяльність VR революціонізувала багато сфер, і туризм не є винятком. VR технології дозволяють людям відвідувати віддалені або недоступні місця без фізичного переміщення. Це не просто спосіб подорожувати без виходу з дому, але й засіб розширення горизонтів.

VR пропонує імерсивний досвід, що може включати не тільки візуальні та аудіо елементи, але й інші сенсорні стимули. Зокрема, штучний вітер або аромати, що імітують реальні умови місця, яке відвідується. Такий підхід дає змогу користувачам глибше зануритись до досвіду подорожі, відчуваючи присутність в іншому місці.

Розглянемо головні цілі використання VR у туристичній індустрії.

Підвищення доступності подорожей. VR робить подорожі більш доступними, знижуючи вартість та вимоги до часу та фізичних зусиль. Це дозволяє ширшій аудиторії відчути радість від відкриттів та нових вражень.

Експрес-тури. Новий формат туристичного продукту, який пропонує короткочасні, але інтенсивні віртуальні подорожі. Це особливо актуально для зайнятих людей.

Збереження природи та культурної спадщини. VR туризм зменшує навантаження на природні ресурси й історичні пам'ятки та допомагає уникнути шкоди від надмірного туризму.

Інклюзивність. Відкриває нові можливості для людей (інвалідів), військових ветеранів, літніх людей та інших груп, які мають обмежені можливості для традиційного туризму.

Ці цілі відображають різні аспекти впливу VR на туризм, створюючи нові горизонти для індустрії та розширюючи її потенціал. VR-туризм не обмежується віковими чи фізичними бар'єрами, що робить його привабливим для широкого кола цільових аудиторій. Ця універсальність створює унікальні можливості для включення різноманітних груп населення у світ туризму (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Різноманітні групи населення у світі туризму [7]

Основні групи цільової аудиторії на яку ми зможемо сфокусувати наші тури це молодь. Ця аудиторія зацікавлена в інноваціях і шукає енергійні та інтерактивні віртуальні досвіди. VR-тури можуть включати гейміфікацію для створення унікальних історичних чи культурних відкриттів.

Люди з обмеженими можливостями. Для цієї категорії важливим є доступ до місць, які фізично недоступні. VR може надати можливість відвідати історичні пам'ятки, природні резервати без будь-яких бар'єрів.

Військові ветерани та особи з травмами. Віртуальні подорожі можуть бути використані як частина реабілітаційного процесу, що дозволяє ветеранам досліджувати світ без фізичного навантаження.

Літні люди. Віртуальні тури можуть бути адаптовані під потреби літніх людей, з акцентом на культурний та освітній контент та забезпечуючи безпечне й зручне дослідження світу.

Розробка VR-туристичних продуктів для цих аудиторій вимагає стратегічного планування: Індивідуалізація контенту: Створення унікальних досвідів, що враховують специфіку кожної аудиторії. Залучення користувачів: Використання інтерактивних елементів для залучення користувачів та збільшення їхньої зацікавленості. Доступність: Забезпечення легкого доступу до VR-туристичних продуктів для всіх категорій населення, включаючи адаптовані інтерфейси для людей з обмеженими можливостями. Емоційний зв'язок: Створення глибоких емоційних зв'язків через історії та досвіди, що передаються у VR.

Застосування VR у туризмі відкриває нові горизонти для розвитку галузі, роблячи подорожі доступними та привабливими для широкої аудиторії.

В епоху IT VR набуває особливого значення у сфері туризму, пропонуючи унікальні можливості для віртуальних подорожей. Ключ до успіху VR-туризму полягає в детальному підході до вибору обладнання та програмного забезпечення. Від цього залежить залученість користувачів та якість їхнього досвіду. Вартість таких турів, їхня привабливість та ефективність значною мірою визначаються якістю графіки та аудіовізуальних ефектів, інтуїтивністю та легкістю використання інтерфейсу, можливостями

інтерактивності й імерсії, надійністю та безпекою програмного забезпечення, сумісністю з різними VR-пристроями.

Слід відзначити обладнання та програмне забезпечення для функціонування продукту [7].

1. VR-шоломи, наприклад, Oculus Rift, HTC Vive, які забезпечують імерсивний досвід.

2. Трекери руху. Для відстеження рухів користувача та інтерактивності.

3. Гарнітури та контролери. Для більшої залученості та управління віртуальним середовищем.

4. Адаптивні крісла або платформи. Для симуляції руху та більшої реалістичності.

5. Платформи віртуальної реальності. Наприклад, Unity або Unreal Engine для створення VR-середовищ.

6. Спеціалізоване ПЗ. Для розробки віртуальних турів, інтерактивних карт, симуляцій.

7. Інтеграція з соціальними мережами. Для спілкування та взаємодії у віртуальному просторі.

8. Освітні VR-програми. Співпраця з освітніми установами для створення освітніх турів, наприклад, віртуальні екскурсії до музеїв, історичних місць.

Можемо виділити декілька бізнес-моделей використання VR у туризмі:

1. Преміальні VR-тури. Високоякісні віртуальні подорожі з унікальним контентом, преміальним обладнанням.

2. Цільова аудиторія – надання доступних віртуальних турів широкій аудиторії через мобільні додатки. Зокрема, швидке інтернет-з'єднання, висока швидкість та стабільність інтернету для безперебійного віртуального досвіду, облікові записи та безпека.

VR-тур може виявитися значно економнішим у довгостроковій перспективі, особливо якщо врахувати відсутність необхідності повторних

фізичних витрат на кожну подорож. Також віртуальний тур відкриває доступ до віддалених або важкодоступних місць, забезпечуючи новий рівень доступності та інклюзивності в туризмі.

У сучасному світі технологічних інновацій VR відкриває нові горизонти в туристичній індустрії. Використання VR у туризмі не просто вносить новизну у відомі формати подорожей, але й розширює можливості пізнання світу, роблячи недоступне доступним. У цьому контексті, декілька прикладів ілюструють успіх VR-технологій у туристичній сфері.

Галузь використання VR-технологій можемо поділити на декілька напрямків.

Віртуальні екскурсії по музеях. Світові музеї, такі як Лувр у Парижі чи Музей Модернізму у Нью-Йорку, запровадили VR-тури, що дозволяють відвідувачам з усього світу пережити незабутні враження від огляду експонатів без фізичного відвідування музею. Ці віртуальні екскурсії допомагають зберегти історичну спадщину та роблять культуру більш доступною.

VR-подорожі до екзотичних місць. Туристичні агентства розробляють VR-тури в екзотичні місця, як-то Антарктида чи джунглі Амазонки. Це дає можливість користувачам відчувати всю красу і загадковість віддалених куточків планети, недоступних для більшості через фізичні та фінансові обмеження.

Історичні реконструкції. VR дозволяє створювати історичні реконструкції важливих подій чи зниклих цивілізацій. Наприклад, віртуальні тури до стародавнього Риму або зниклих міст Маїв забезпечують глибоке занурення в історію, яке було б неможливим іншим шляхом [2-3].

VR-тури для освітніх цілей. Освітні установи використовують VR для створення віртуальних навчальних екскурсій. Це допомагає студентам краще зрозуміти навчальний матеріал, підвищує інтерес до вивчення нових тем [4].

Терапевтичні VR-подорожі. Віртуальні подорожі також використовуються у медицині та психотерапії, допомагаючи пацієнтам відновлюватися після травм або переживати позитивні емоції, що сприяє їхньому одужанню (рис. 3.2).



Рисунок 3.2 – Використання терапевтичних віртуальні подорожей [7]

Використання VR у туризмі демонструє потенціал технології змінити традиційне розуміння подорожей. Від віртуальних екскурсій по музеям до історичних реконструкцій VR-туризм відкриває нові можливості для дослідження світу, роблячи навчання, розваги та культурні враження доступними для широкої аудиторії.

Розвиток технологій VR набирає обертів, а їх потенціал у туризмі є значним. Віртуальні тури стають доступнішими і реалістичнішими. Вони надають нові можливості для відкриття світу. ІТ дозволяють людям

досліджувати віддалені куточки планети без необхідності фізичної присутності, що знижує витрати та екологічний вплив подорожей. Зростання зацікавленості в VR-туризмі може підштовхнути галузь до інновацій, сприяти розвитку нових бізнес-моделей та залученню широкого кола споживачів.

Нові горизонти для VR-туризму відкривають технологічні прориви у сфері VR. Наприклад, такі як покращення якості зображення, більша інтерактивність та інтеграція з іншими технологіями, зокрема, з доповненою реальністю (AR) та штучним інтелектом (AI). Підвищення реалізму віртуальних подорожей може надати їм нових вимірів, перетворивши віртуальні тури не просто на альтернативу реальним подорожам, а на самостійний інноваційний продукт. Особливий інтерес викликає впровадження елементів гейміфікації, що додає енгейджменту та залученості.

VR-туризм має величезний потенціал для розвитку та внесення змін у туристичну індустрію. Він може не тільки доповнити традиційний туризм, а й відкрити нові можливості для більш широкого кола людей, які, з різних причин, не можуть подорожувати фізично. Завдяки VR, майбутнє туризму обіцяє бути більш доступним, екологічно стійким та технологічно передовим.

У сучасному світі, де цифровізація та інновації відіграють ключову роль у розвитку багатьох сфер життя, туристична індустрія не залишається осторонь цього тренду. Нормування та впровадження цифрових технологій стає новою нормою, що відкриває широкі можливості для підвищення прозорості, доступності та зручності туристичних послуг.

Один з яскравих прикладів успішної цифровізації в Україні – це національний проект «Дія». Перенесення цього досвіду на туристичну галузь, особливо у контексті VR-туризму, відкриває нові перспективи. Це стосується не тільки розвитку віртуальних подорожей, але й підвищення якості обслуговування, збільшення доступності атракцій та покращення взаємодії з туристами. Український досвід у цифровізації може послужити прикладом для інтеграції сучасних технологій у туризмі, відкриваючи шлях

до створення інноваційних, привабливих і доступних VR-туристичних продуктів (рис. 3.3).



Рисунок 3.3 – Інтеграція сучасних технологій у туризмі [7]

Розвиток технологій VR набирає обертів, і їх потенціал у туризмі є значним. Віртуальні тури стають доступнішими та реалістичнішими, надаючи нові можливості для відкриття світу. ІТ дозволяє людям досліджувати віддалені куточки планети без необхідності фізичної присутності, що знижує витрати та екологічний вплив подорожей. Зростання зацікавленості в VR-туризмі може підштовхнути галузь до інновацій, сприяти розвитку нових бізнес-моделей та залученню широкого кола споживачів.

Технологічні прориви у сфері VR, такі як покращення якості зображення, більша інтерактивність та інтеграція з іншими технологіями, наприклад, з доповненою реальністю (AR) та штучним інтелектом (AI), відкривають нові горизонти для VR-туризму. Підвищення реалізму

віртуальних подорожей може надати їм нових вимірів, перетворивши віртуальні тури не просто на альтернативу реальним подорожам, а на самостійний інноваційний продукт. Особливий інтерес викликає впровадження елементів гейміфікації, що додає енгейджменту та залученості.

VR-туризм має величезний потенціал для розвитку та внесення змін у туристичну індустрію. Він може не тільки доповнити традиційний туризм, а й відкрити нові можливості для широкого кола людей, які, з різних причин, не можуть подорожувати фізично. Завдяки VR майбутнє туризму обіцяє бути більш доступним, екологічно стійким та технологічно передовим.

3.2 Використання VR і AR у туристичній діяльності людини

Останнім часом світ технологій VR і AR переживає значний розвиток, що відкриває нові можливості для туристичної індустрії. Інновації в цій сфері постійно вдосконалюються, забезпечуючи більш реалістичні та занурюючі враження. Новітні пристрої, такі як Oculus Rift, HTC Vive, та PlayStation VR, стають все більш доступними та комфортними у використанні.

Застосування VR і AR вже знайшло своє місце не тільки у сфері розваг, але й у медицині, освіті, та роздрібній торгівлі. Це демонструє великий потенціал цих технологій у туризмі, де вони можуть використовуватися для створення інтерактивних турів, навчальних програм, та рекламних кампаній.

Розвиток 5G та інших високошвидкісних технологій відіграє ключову роль у популяризації VR і AR. Вони забезпечують необхідну пропускну здатність та знижують затримки для більш плавного та реалістичного досвіду.

Соціальні та етичні питання, пов'язані з VR і AR, такі як забезпечення приватності даних та вплив на психічне здоров'я, вимагають уваги й відповідних регуляцій для забезпечення безпечного та відповідального використання цих технологій.

По всьому світу ми спостерігаємо успішні приклади використання VR і AR у туризмі, що включають віртуальні відвідування історичних пам'яток, музеїв, та інших популярних туристичних локацій. Ці технології відкривають нові можливості для збереження та презентації культурної спадщини.

З огляду на ці тенденції прогнозується, що майбутнє VR і AR у туризмі буде багатообіцяльним, з новими та інноваційними способами використання цих технологій для створення унікальних туристичних досвідів.

Кожна технологічна система має свої позитивні та негативні сторони, і VR у сфері туризму не виняток. Особливий контекст вносить війна в Україні, що створює додаткові виклики, такі як блекаут, відсутність зв'язку та інші перешкоди, що можуть впливати на доступність та ефективність використання VR.

Розглянемо, що впливає на переваги та обмеження VR у контексті туризму та зупинимось на чинниках, які обумовлені війною в Україні [3, 5]. Війна в Україні впливає на використання VR у туризмі на кількох рівнях:

1. Нестабільність інфраструктури. Перебої з електропостачанням та зв'язком створюють технічні перешкоди для стабільного використання VR.

2. Обмеження доступу до технологій. У воєнний час доступ до новітніх технологій може бути ускладнений через логістичні та економічні труднощі.

3. Зміна пріоритетів споживачів. У воєнний час люди можуть менше цікавитися туризмом, в тому числі і VR-туризмом, орієнтуючись більше на базові потреби та безпеку.

4. Психологічний вплив. Війна може змінити психологічний стан населення, змушуючи їх шукати більш спокійні та втішні форми розваг.

На основі аналізу вищезазначених факторів можна зробити висновок, що переваги та обмеження VR-туризму в Україні вимагають комплексного підходу, який враховує як технологічні аспекти, так і соціально-економічну реальність країни (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Переваги та Обмеження VR-туризму

Переваги VR-туризму	Обмеження VR-туризму
Доступність для широкої аудиторії	Технічні обмеження (необхідність спеціального обладнання)
Охорона навколишнього середовища	Соціальна ізоляція
Освітній потенціал	Обмежена емоційна взаємодія
Персоналізація досвіду	Технічні проблеми (збої обладнання, якість зображення)
Безпека подорожей	Залежність від технологій
Інноваційність	Юридичні та етичні питання
Зменшення туристичного затору	Обмежена реалістичність
Можливості для туристичного маркетингу	Здоров'я та безпека (запаморочення, втома очей)
Економічна вигода (зниження витрат)	Відсутність сенсорних відчуттів
Інтерактивність	Висока швидкість застарівання технологій

У міру того, як VR і AR реальність набирають популярності у сфері туризму, важливо зосередитися не лише на технологічних можливостях, але й на соціальних та етичних аспектах їх використання. Ці технології вносять революційні зміни у способи, якими ми взаємодіємо з інформацією та світом навколо нас, однак це також породжує ряд важливих викликів.

Одним із ключових питань є приватність даних. VR і AR додатки збирають та обробляють значні обсяги особистої інформації користувачів, що ставить питання про захист цих даних та управління ними. Це вимагає чіткого розуміння та дотримання законодавства про захист даних та конфіденційність.

Крім того, вплив VR і AR на психічне здоров'я є іншим критичним аспектом. Постійне використання цих технологій може призводити до психологічних розладів, відчуття ізоляції або навіть залежності. Важливо досліджувати та розуміти ці ризики для забезпечення безпечного використання VR і AR.

Етичні виклики, що пов'язані з VR і AR, не можуть бути ігноровані. Це охоплює питання реалізму зображень, відповідального відтворення культурних та історичних аспектів, та поваги до етичних норм. Соціальні та етичні аспекти, що пов'язані з використанням VR і AR, є критично важливим для повноцінного аналізу цих технологій у контексті туризму.

Розглянемо детальний огляд ключових аспектів.

Приватність даних сфокусована в зборі та обробці персональних даних через VR і AR додатки. Це ставить питання про приватність і захист інформації. Важливо розглянути, як забезпечується конфіденційність інформації користувачів, особливо при обробці даних про рухи, вибір, і взаємодії в віртуальному просторі.

Вплив на психічне здоров'я спирається на дослідження, що показують, що тривале використання VR може впливати на психічне здоров'я, викликаючи симптоми, такі як головний біль, запаморочення, відчуття ізоляції. Важливо досліджувати, як VR і AR впливають на сприйняття реальності користувачами, особливо при частому використанні (рис. 3.4).

Потенційна залежність від віртуальних світів VR і AR може призвести до формування нездорової жади до віртуальних світів, особливо якщо вони стають заміною реальним взаємодіям та активностям. Обговорення способів запобігання та лікування таких форм залежності є важливим аспектом відповідального використання цих технологій.

Етичні виклики як наприклад, використання VR і AR в контексті реалізму зображень, зокрема, при відтворенні історичних або культурних подій, осіб, історичних діячів тощо. Важливо враховувати, як VR і AR можуть

впливати на відображення культур, історії, та етичні норми у віртуальних досвідах. Не слід забувати про можливе паплюження силуету померлих та родичів.



Рисунок 3.4 – Вплив VR і AR на реальність [7]

Ці аспекти відображають важливість відповідального підходу до розробки та використання VR і AR технологій, з акцентом на захист прав і добробуту користувачів, а також на врахуванні соціальних та етичних норм. Вони є невід'язною частиною розвитку та впровадження цих технологій в туристичній індустрії.

AR (Augmented Reality) – це технологія, яка накладає віртуальні об'єкти на реальне оточення, дозволяючи користувачам сприймати їх одночасно з реальним світом (рис. 3.5).



Рисунок 3.5 – Розширена реальність [7]

AR не замінює реальність, а розширює її, додаючи до неї цифрові елементи. Це відмінно від VR, яка повністю занурює користувача в вигаданий світ [7]. Головна відмінність між AR і VR полягає у тому, що AR доповнює реальність, тоді як VR її замінює. AR використовує камери смартфонів або спеціальні окуляри для відображення віртуальних об'єктів у реальному світі. VR, своєю чергою, потребує спеціального обладнання, яке занурює користувача у повністю віртуальне середовище.

Одним із захопливих застосувань AR є можливість «відновити» історичні пам'ятки, які були зруйновані часом або війною. За допомогою AR туристи можуть бачити не тільки реальні руїни чи залишки архітектурних об'єктів, але й віртуально відтворену повністю збережену структуру. Це створює унікальний освітній та емоційний досвід, надаючи можливість зазирнути в минуле і побачити історію такою, якою вона могла бути у свої кращі часи.

AR надає неоціненні можливості для збереження та популяризації культурної спадщини. Ця технологія може відігравати важливу роль у відновленні та збереженні історичних місць, особливо в регіонах, які постраждали від військових конфліктів або природних катастроф. З її допомогою можна створити цифрові копії об'єктів культурної спадщини, що дозволяє зберегти їх для майбутніх поколінь, незалежно від фізичного стану оригіналу.

Використання AR у туризмі відкриває нові горизонти для відвідувачів. Технологія дозволяє їм не тільки відчувати присутність в історичному місці, але й глибше зрозуміти його історичне та культурне значення.

Ми повинні відповісти, чому проєкт такі як *Aftermath VR: Euromaidan*, *Rocket City*, *ARTEFACT* важливі? [1-4]. Більша залученість до соціально важливих подій допоможе у формуванні обізнаності в соціумі. Такі проєкти створюють колаборацію інноваційних технологій, соціального пориву, туризму та жаги до збереження коріння українців. Ці платформи використовують різні медіа, щоб розповісти захватну, змістовну та цілісну історію. Вона контекстуалізує революцію для глядачів, коли вони взаємодіють із віртуальним простором, де насправді відбувалися історичні події. Це є чудовим прикладом для інших візуальних оповідачів і документалістів, які шукають нові способи розповідати важливі історії.

Це важливо для ентузіастів віртуальної реальності, геймерів і розробників, які досліджують нові рубежі цього середовища. VR та AR – це більше, ніж просто розвага. Його також можна використовувати для навчання та покращення розуміння глядачем події на більш інтуїтивному рівні, ніж традиційні медіа [5]. Журналістам, активістам демократії та тим, хто переймається питаннями прав людини, вкрай важливо вчитися на наших техніках сторітелінгу та використовувати подібний підхід для взаємодії з аудиторією щодо важливих питань зі свого регіону світу [1].

3.3. Залежність туристичного простору від впливу VR і AR на види туристичної діяльності людини

В епоху цифрової трансформації, роль маркетингу в туризмі набуває нових горизонтів, особливо з появою інноваційних технологій, таких як VR і AR. Ці технології відкривають нові можливості не тільки для створення унікальних та занурюючих досвідів, але й для значного покращення маркетингових стратегій у галузі туризму.

Одним з ключових аспектів є здатність VR і AR зменшувати час, необхідний для отримання зворотного зв'язку від клієнтів. Інтерактивні технології дозволяють збирати відгуки в реальному часі, надаючи компаніям можливість швидко реагувати на потреби та побажання своїх клієнтів (рис. 3.6).



Рисунок 3.6 – Зворотний зв'язок VR і AR з клієнтами [7]

Крім того, VR і AR сприяють обробці великих обсягів даних, які можуть бути використані для глибшого розуміння поведінки споживачів та

їхніх переваг. Ця інформація є надзвичайно цінною для планування ефективних маркетингових кампаній та створення персоналізованих пропозицій.

Крім збору та аналізу даних, VR і AR надає можливість для більш креативного та емоційно зарядженого маркетингу. Використання цих технологій у рекламних кампаніях та промоційних заходах дозволяє створювати незабутні враження, що сприяє підвищенню впізнаваності бренду та залучення нових клієнтів.

У цьому розділі ми розглянемо, як саме VR і AR змінюють підходи до маркетингу в туризмі, включаючи створення інтерактивних турів, персоналізацію клієнтського досвіду, ефективні рекламні стратегії, покращення навігації та інформування, соціальне залучення, аналітику даних, та підвищення лояльності клієнтів.

Формування маркетингової стратегії включає створення інтерактивних турів та Вражень через VR і AR, а саме використання VR для створення віртуальних турів дозволяє користувачам «відвідувати» місця, не виходячи з дому. Це особливо актуально для віддалених або важкодоступних локацій. AR-приложения можуть доповнювати реальні тури, надаючи інтерактивну інформацію про історичні місця, арт-об'єкти та інші атракції.

Покращення клієнтського досвіду та персоналізація AR може забезпечити персоналізовані рекомендації та навігацію в реальному часі, підвищуючи задоволеність клієнтів. Наприклад, показувати інформацію про ресторани або магазини, що знаходяться поблизу.

Ефективні рекламні кампанії, наприклад, VR-реклама може включати повноцінні віртуальні «екскурсії» до готелів або курортів, що допомагає потенційним клієнтам краще зрозуміти, що вони отримають. AR-реклама може використовувати геолокаційні функції для надання рекламних пропозицій, коли користувачі знаходяться поруч з певними місцями.

Використання AR для покращення навігації та інформування здебільшого це навігаційні AR-додатки можуть показувати шлях до визначних пам'яток. Крім того, давати вказівки на місцевому транспорті та надавати іншу корисну інформацію в режимі реального часу.

Соціальне залучення та поділ вражень скупі з інтеграцією з соціальними мережами дозволяє користувачам VR і AR ділитися своїми враженнями. Це може сприяти вірусному маркетингу та залученню нових клієнтів.

Аналітика та збір даних сконцентровано на VR і AR технології котрі можуть збирати дані про переваги користувачів, що допоможе у вдосконаленні маркетингових стратегій, пропозицій та вдосконаленні продуктів.

Підвищення лояльності клієнтів саме забезпеченням унікального та персоналізованого досвіду за допомогою VR і AR може зміцнити лояльність клієнтів до бренду або дестинації, створюючи позитивні емоційні зв'язки.

Аналіз впливу VR і AR на різні види туризму виявив, що ці технології надають значні можливості для інновацій та збагачення туристичного досвіду. Вони пропонують унікальні способи занурення в культурні, історичні, екологічні та гастрономічні аспекти, дозволяючи користувачам взаємодіяти з місцями та досвідами, які можуть бути недоступні через географічні або фізичні обмеження (табл. 3.2).

Однак, разом зі значними перевагами, VR і AR також несуть певні виклики та потенційні ризики. Зокрема, проблеми з приватністю даних, вплив на психічне здоров'я та потенційне зменшення реальних відвідувань, що може впливати на місцеву економіку. Також важливо враховувати, що віртуальні враження не завжди можуть повністю замінити реальний досвід.

З урахуванням цього, важливо знайти баланс між використанням цих новітніх технологій та збереженням автентичності та оригінальності туристичних досвідів. Такий підхід вимагає уважної розробки та

впровадження VR і AR додатків з урахуванням етичних норм, екологічної стійкості та соціальної відповідальності.

Таблиця 3.2

Вплив VR і AR на різні види туризму

Види Туризму	Позитивний Вплив VR і AR	Негативний Вплив VR і AR
Культурний туризм	Дозволяє зануритися в історію та культуру без фізичного втручання в історичні місця.	Може сприяти зменшенню реальних відвідувань, що впливає на місцеву економіку.
Екотуризм	Зменшує негативний вплив на заповідні території, сприяючи саморегуляції природи.	Вимагає значного обсягу оцифрування даних, що може спричинити тимчасовий вплив на довкілля.
Агротуризм	Віртуальні тури по фермах та сільських господарствах без необхідності фізичного відвідування.	Може не повною мірою передати досвід взаємодії з природою та фермерським життям.
Гастрономічний туризм	AR-меню можуть допомагати візуалізувати страви та напої перед замовленням.	Втрачається безпосередній досвід смакування та відчуттів від їжі.
Здоров'язберігаючий туризм	Дозволяє познайомитись з оздоровчими програмами та процедурами віддалено.	Не замінює фізичного відчуття оздоровлення та реального контакту з оздоровчими локаціями.

У підсумку, VR і AR мають потенціал значно трансформувати сферу туризму, пропонуючи нові, захоплюючі та інноваційні способи дослідження світу, одночасно стикаючись з викликами, які потребують уважного та відповідального підходу.

3.4. Вдосконалення використання технології VR і AR у туристичній діяльності людини

У сучасному світі інновації відіграють ключову роль у формуванні туристичної привабливості та конкурентоспроможності. Освітня програма «Стріткод», що ініційована громадською організацією «Історична Платформа», є яскравим прикладом того, як цифрові технології можуть бути застосовані для збагачення культурно-історичного досвіду та підвищення обізнаності серед мешканців і гостей міста (рис. 3.7).

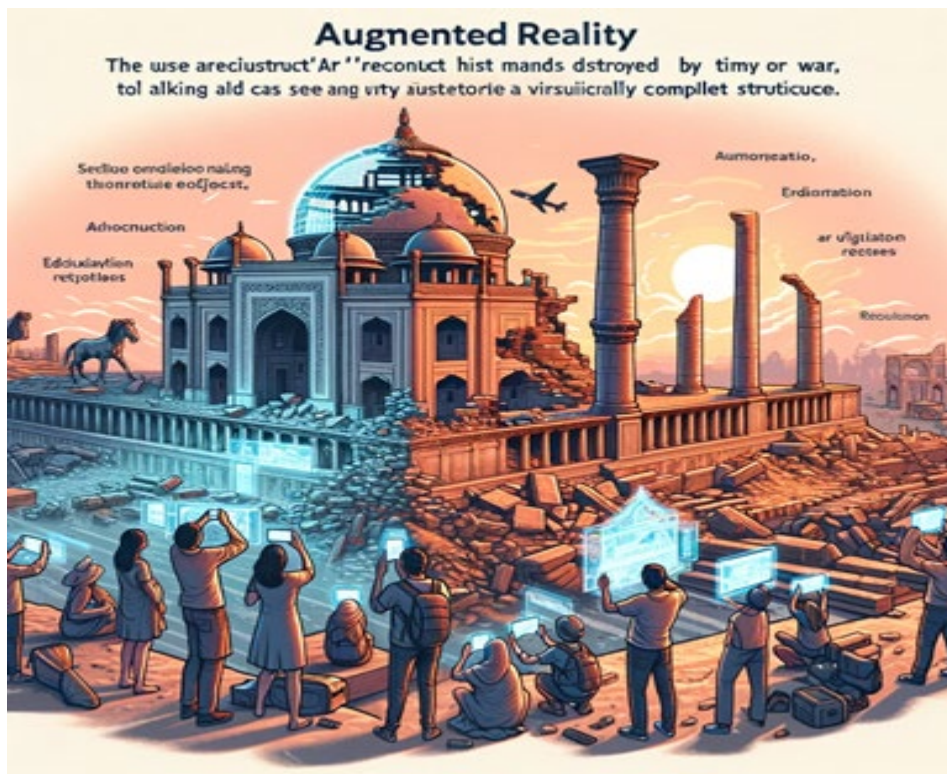


Рисунок 3.7 – Інноваційна освітня програма «Стріткод» [7]

Цей підхід втілює концепцію «міста як музею», де кожен крок може розкрити нову сторінку історії. Впровадження таких інноваційних рішень у туризмі відкриває широкі перспективи для підвищення інтересу туристів,

стимулювання освітнього та культурного туризму, а також розвитку місцевих громад.

У цьому контексті рекомендації щодо впровадження новітніх технологій у туризм можуть стати фундаментом для розвитку сучасних та конкурентоспроможних туристичних продуктів. Ці рекомендації включають застосування інтерактивних технологій, освітніх програм, цифрових інструментів для персоналізації досвіду, а також розробку стратегій для залучення та утримання інтересу туристів. Проект «Стріткод» слугує вдалим прикладом того, як технології можуть використовуватися не тільки для комерційних цілей, але й для підвищення культурного й історичного значення місцевості, роблячи туристичний досвід більш змістовним та освітнім.

Проект "Стріткод" є важливою ініціативою у сфері культурної освіти та історичного просвітництва в Україні. Цей проект прагне заповнити прогалини в історичній пам'яті українців, розповідаючи про видатних постатей та визначні події, пов'язані з вулицями українських міст. Проект надає громадськості доступ до інформації через QR-коди, розміщені на вулицях, що ведуть на сайт з детальними біографіями та історіями людей, чий імена носять ці вулиці.

Ідея проєкт виникла у засновниці Наталі Демідової, яка прагнула більше дізнатися про історичні постаті, чий імена носять вулиці її рідного міста. Проєкт має на меті не тільки освітити громадськість, але й сприяти декомунізації історичної свідомості та захисту від російської пропаганди й маніпуляцій. Проєкт «Стріткод» функціонує на волонтерських засадах, залучаючи істориків, копірайтерів, ілюстраторів та дизайнерів для створення контенту. Цей підхід демонструє відкритість до співпраці та бажання залучати фахівців та ентузіастів до участі у проєкт, що сприяє поширенню історичних знань та підвищенню історичної свідомості в суспільстві.

Проєкт вважається формою неформальної освіти та спрямований на «оздоровлення суспільства через експертне подання інформації» [7]. В

майбутньому планується розширення проєкту шляхом додавання елементів розважального просвітництва, таких як екскурсійні маршрути, тести, відео- та аудіоконтент, а також використання доповненої реальності для збагачення історичного досвіду.

Цей проєкт є значним кроком у зміцненні історичної свідомості та культурної освіти серед громадян України. Він робить важливий внесок у формування національної ідентичності та історичного розуміння.

Механіка створення контенту для проєкту «Стріткод» включає декілька ключових етапів, які поєднують історичні дослідження, креативний підхід, технологічні інновації та активну участь громадськості. На початку формування образу постаті команда істориків та дослідників проводить глибоке вивчення історії та значення конкретних вулиць та постатей, на честь яких вони названі (рис. 3.8).



Рисунок 3.8 – Створення контенту для проєкт «Стріткод» [7]

Це включає збір інформації з архівів, книг, наукових праць, та інших авторитетних джерел. Потім переходимо до розробки контенту на основі зібраних даних копірайтери та інші контент-мейкери розробляють тексти, які будуть легкими для сприйняття широкою аудиторією.

Ці тексти повинні бути інформативними, цікавими та зрозумілими для людей без спеціальної історичної освіти. Ілюстратори та дизайнери створюють візуальні матеріали, що супроводжують тексти. Це може включати фотографії, ілюстрації, інфографіку, що допомагають краще зрозуміти контекст та атмосферу описуваних подій. Для кожної вулиці розробляється QR-код, який веде на вебсторінку з інформацією про історичну постать або подію, пов'язану з цією вулицею. Ці QR-коди розміщуються на табличках біля вулиць або будівель. Встановлені QR-коди дозволяють мешканцям і туристам легко отримати доступ до історичних відомостей.

Для промоції проєкту використовуються соціальні медіа, партнерства з місцевими організаціями, музеями та бізнесами. Команда проєкту планує розширити формат «Стріткоду» за допомогою інтерактивних елементів, таких як віртуальні екскурсії, тести, відео та аудіоконтент, а також використання доповненої реальності, що створить прецедент наявності цифрового туристичного продукту. Проєкт «Стріткод» демонструє, як сучасні технології можуть бути застосовані для оживлення історії та культури в міському просторі, роблячи освіту доступною та цікавою для широкої аудиторії.

При можливості надання даних та при підключенні зацікавлених сторін, ми зможемо підняти рівень обізнаності не тільки у великих містах. Крім того, зможемо створити унікальну мапу історичних здобутків українців у цифровому всесвіті. Задля покращення цифрового продукту також можна використати інтеграцію VR і AR технологій. При цьому будуть розроблені інтерактивні віртуальні тури для знакових місць та атракцій, що дозволять потенційним відвідувачам відчувати місця до реального візиту, також можливо

використати AR для збагачення реальних турів інформацією та візуальними елементами, які покращують досвід подорожей. Також можна персоналізувати тури під індивідуальні замовлення клієнта, що буде дуже корисно профільним діячам, які хочуть безпосередньо ознайомитись з літературою, архітектурою або будь-якою іншою сферою діяльності.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі надано розв'язання завдання щодо концептуального аналізу туристичної діяльності як соціокультурного явища в життєвому просторі людини та висвітленні впливу інноваційних технологій VR і AR на цей простір.

Історично, туризм завжди був пов'язаний із культурним та інтелектуальним розвитком суспільства. Від давньосхідних міфів до творів античних авторів, подорожі розглядалися як важливий елемент людського досвіду та пізнання світу. У цьому контексті, сучасний розвиток туризму, особливо з використанням VR і AR, відкриває нові горизонти для взаємодії з культурними та природними об'єктами, роблячи їх більш доступними та привабливими для широкого кола людей.

Важливість вдосконалення туристичної діяльності виявилася у необхідності розвитку ефективної інфраструктури та законодавчої бази, що відповідає сучасним стандартам. Особлива увага приділяється створенню сприятливих умов для інвестування в галузь, розвитку внутрішнього та міжнародного туризму.

Загалом, усвідомлення соціальної та економічної ролі туризму в сучасному світі відкриває шляхи для його подальшого розвитку та інтеграції у життєвий простір людини. Важливість цієї сфери для України полягає у її здатності сприяти соціальному та економічному розвитку країни, зміцнюючи її позиції на світовому ринку та підвищуючи якість життя її громадян.

Туризм, як соціокультурне явище, сприяє міжкультурному обміну, взаєморозумінню та розвитку міжнародних відносин. Застосування VR і AR в туризмі може підвищити глобальну привабливість України як туристичного напрямку, створюючи позитивний імідж країни та сприяючи її інтеграції у світову спільноту. Ці технології також можуть виступати як ефективний

інструмент стратегічного маркетингу та брендингу, презентуючи Україну в новому, інноваційному світлі.

Технології VR і AR дозволяють створювати унікальні віртуальні подорожі, де користувачі можуть відвідувати історичні пам'ятки, природні резервати, або навіть віддалені куточки світу, не залишаючи свого дому. Це не тільки збільшує доступність туризму для різних соціальних груп, але й сприяє збереженню природних та культурних ресурсів, зменшуючи навантаження на популярні туристичні місця. Важливо, що ці технології також відкривають нові можливості для освітніх та наукових досліджень, дозволяючи глибше вивчати та аналізувати історико-культурну спадщину.

Розуміння просторових характеристик туризму та їх еволюції у контексті технологічних інновацій є ключем до створення сталої та збалансованої туристичної індустрії, яка зберігає культурні та природні цінності, сприяючи при цьому соціальному та економічному розвитку країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

РОЗДІЛ 1

1. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. База даних «Законодавство України». ВР України. URL: http://kodeksy.com.ua/pro_turizm
2. Антологія світової філософії у 4 томах, 1969. С. 601-602.
3. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму : навч. Посібник, 2-ге вид., переробл. та доповн. Київ : Альтерпрес, 2008. 288 с.
4. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Л.: ІРД НАН України, 2006. 288 с.
5. Безносюк В. Туризм і його місце в соціально-економічному розвитку України. *Регіональна економіка*, 2001. № 1. С. 232-235.
6. Бекон Ф. Новий Органон. Антологія світової філософії. Відродження, 2001. С. 852.
7. Бекон Ф. Нова Атлантида. Антологія світової філософії. Відродження, 2001. С. 908.
8. Вольтер. Вірші та проза. 1987. С. 159-165.
9. Вишневська О. О. Туристичне країнознавство : підручник / О.О.Вишневська, А. Ю. Прафіненко, В. І. Сідоров. Х. : ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2011. 594 с.
10. Герасименко В. Г., Галасюк С. С. Управління національним туризмом у контексті міжнародного досвіду. *Вісник ДІТБ*, 2008. № 12. С. 19–24.
11. Головашенко О. В. Туризм як форма соціальної активності людини: соціально-філософський аналіз : автореф. дис. ... канд. філософ. наук. : 09.00.03. Запоріжжя, 2002. 18 с.

12. Домбровська С. М., Білотіл О. М., Помаза-Пономаренко А. Л. Державне регулювання туристичної галузі України: монографія. Х. : НУЦЗУ, 2016. 196 с.

13. Кручек О.А. Туризмологія: процес формування теорії туризму. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Сер.: Філософські науки*, 2010. Вип.8. С. 139–166.

14. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф., Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. К. : Знання, 2011. 334 с.

15. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Чернівці : Зелена Буковина, 2003. 312 с.

16. Красавцева Л. Ю. До проблеми визначення понятійного поля туристичної діяльності [Електронний ресурс]. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2014. № 2. С. 157–162. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nzizvru_2014_2_32.pdf

17. Любимцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти), 3-є вид., перероб. та доп. К. : Альтерпрес, 2005. 436 с.

18. Мармуль Л. О., Сарапіна О. А. Організаційно-економічний механізм функціонування туристично-рекреаційних підприємств: монографія. К.: ННЦ "Ін-т аграр. екон.", 2006. 180 с.

19. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 198с.

20. Марков В. Світ людини та людина у світі. Антропоморфний універсум. Рига: 1995.

21. Марущак Т. Міжнародні готельні ланцюги як організаційна форма функціонування підприємств готельного господарства // Вісник КНТЕУ. 2002. № 1. С 93–98.

М, Розд.2)

22. Напрями розвитку туристичної галузі [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2008_11
23. Руссо Ж.-Ж. Педагогічні твори: у 2-х т. т.1. Педагогіка. 1981. С. 505-506.
24. Пазенок В. С. Туризмологія : концептуальні засади теорії туризму : монографія / Керівник проекту В. С. Пазенок, В. К. Федорченко. Київ : ВЦ «Академія», 2013. 368 с.
25. О. О. Полуляхова. Формування механізму страхування послуг, пов'язаних з туристичною діяльністю : дис....канд.екон.наук : 08.00.08. Суми, 2016. 193 с.
26. Степанов В. Ю. Туризм в умовах суспільних трансформацій [моногр.] / В. Ю. Степанов. — Харків : ТОВ «Естет Прінт», 2023. — 168 с.
27. Степанов В. Ю. Зацева М М. Туризм як соціально-культурне явище в умовах суспільних трансформацій. *Вісн. Нац. ун-ту цивільного захисту України. Сер. Державне управління* : зб. наук. пр. Харків, Вид-во НУЦЗУ, 2021. Вип. 1 (14).
28. Степанов В. Ю. Туризм як універсальний соціальний інститут. *Вісн. Нац. ун-ту цивільного захисту України. Сер. Державне управління.*: зб. наук. пр. Харків, Вид-во НУЦЗУ, 2022. Вип. 2 (17).
29. Сенека Л. А. Моральні листи до Луцилію. Антологія світової філософії. Античність, 2001. С. 690-726
30. Федорченко В. К. Гаагська декларація з туризму. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні, 2002. (Сер. «Туризм і право». Станом на 1 травня 2002 р.). С. 63–68.
31. Шпенглер О. Захід сонця Європи. 1993. С. 538.
32. Algra K. Concepts of Space in Greek Thought. Leiden. NY, Köln, 1995.
33. Earman J. World Enough and Space-Time. Cambridge (MA), 1989.
34. Sorabji R. Matter, Space and Motion. Theories in Antiquity and Their Sequel. NY, 1988.

35. Quingley C. The Evolution of Civilization: An Introduction to Historical Analysis. Indianapolis: 1961. P. 146–147.
36. Middleton J. Lugbara Religion. Ritual and Authority among an East African People. London, 1960. P. 236–237.
37. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. База даних «Законодавство України». ВР України. URL: http://kodeksy.com.ua/pro_turizm
38. Стратегія розвитку туризму і курортів : розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 р. № 1088-р. URL: <http://www.kmu.org.ua>.
39. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження КМУ від 16.03. 2017 № 168-р.
40. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>
41. Про затвердження плану заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3 лютого 2021 р. № 84-р.
42. Про затвердження Державної цільової програми підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу : Постанова Кабінету Міністрів України від 14.04.2010 № 357 [Електронний ресурс]. Режим доступу:
43. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/357-2010-п> – Назва з екрана.
44. Про затвердження Державної цільової програми підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців у сфері європейської інтеграції та євроатлантичного співробітництва України на 2008 – 2015 роки : постанова Кабінету Міністрів України від 05.11.2008 № 974 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/974-2008-п> . Назва з екрана.
45. Про затвердження Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011-2022

роках : Постанова Кабінету Міністрів України від 29.06.2011 № 707 [Електронний ресурс].

46. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/707-2011-п/conv> . Назва з екрана.

47. Про затвердження Програми розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004-2010 роках : Постанова Кабінету Міністрів України від 12.05.2004 № 612 [Електронний ресурс].

48. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/612-2004/conv>. – Назва з екрана.

49. Про заходи щодо вдосконалення координації діяльності органів виконавчої влади у сфері зовнішніх зносин : Указ Президента України від 18.09.1996 № 841/96 [Електронний ресурс].

50. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. К. : Знання України, 2002. 358 с.

51. Биркович В. І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України. *Статистика України*. 2006. № 3 (34). С. 83–84.

52. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг: навч. посібник. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Х.: ХНУМГ, 2013. 202 с.

53. Височан О. С. Системний підхід до формування та узагальнення проблем туристичної галузі України. *Вісник Донецького університету економіки і права*. 2011. № 1. С. 165–171.

54. Гук Н. А. Розвиток регіональної системи міжнародного туризму в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Гук Наталія Андріївна ; Київ. нац. універ. ім. Шевченка. К., 2008. 21 с.

55. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. Чернівці.: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
56. Козловський Є. В. Проблеми формування інвестиційної політики в галузі туризму. Стратегія реформування системи державного управління на засадах демократичного врядування: Матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю. Київ, 31 трав. 2007 р. К.: Вид-во НАДУ, 2007. Т.2. С. 165–167.
57. Лебедєва О. А. Концепція розвитку сектора туристичних послуг України в умовах державно-приватного партнерства. *Економічний простір*. 2010. – № 44/1. – С. 91-96.
58. Майстро С.В, Домбровська С.М.. Особливості державного управління рекреаційним туризмом України : монографія. Харків, 2017. 198 с.
59. Михалюк А. В. Проблеми формування позитивного іміджу України на міжнародній туристській арені. Стійкий розвиток міст : матеріали всеукр. наук. конф. ХНАГХ. Х., 2010. 250 с.
60. Папірян Г. А. Маркетинг в туризмі : підручник. К. : Фінанси і статистика, 2001. 289 с.
61. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу / І. В. Смаль. Ніжин: Вид-во Ніжин. держ. ун-ту ім. Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
62. Чкан А. С. Державне регулювання сферу туризму в Україні. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Економічні науки*, 2012. № 2(18), Том 3. С.276–290.
63. «Current Travel & Tourism Indicators», СТІ 4/1989, WTO, Madrid, January, 1990.
64. «Regional Breakdown of World Travel & Tourism Statistics: 1980-1984», WTO, Madrid, 1985.
65. «Interaational Tourism Overview», WTO, Madrid, 1996.
66. Buhalis D. Best Practice in Accessible Tourism: Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism: Aspects of Tourism Series (Vol. 53) /

Dimitrios Buhalis, Simon Darcy, Ivor Ambros. – Channel View Publications, 2012.
– 379 p.

67. Buhalis D. Tourism distribution channels: practices, issues and transformations / Dimitrios Buhalis, Eric Laws. – Cengage Learning EMEA, 2001.
378 p.

68. Ritchie B. W. Managing educational tourism Aspects of Tourism Series (Vol. 10) / Brent W. Ritchie, Neil Carr, Christopher P. Cooper. – Channel View Publications, 2003. – 283 p.

69. Наслідки VR: Євромайдан Йосипа Сивенького — Kickstarter

70. Українська студія запустила збір коштів документальний VR-фільм про події на Майдані / NV

71. Кишенькове місто – Львів. AR виставка. | UCU Center

72. ARTEFACT - Арт-проект за участю міжнародних та українських митців, що єднає медіа, digital та арт.

73. Virtual Museum of War Memory (kyivregiontours.gov.ua)

74. Олексій Фурман, New Cave Media — про Aftermath VR та нові формати сторітелінгу – Blog Imena.UA

75. Sensorama (sensoramalab.com)