

# ЕКОНОМІКО-СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Тези доповідей  
IV Міжнародної науково-практичної конференції  
*(21 вересня 2022 року, м. Львів)*

За загальною редакцією  
Наталії ПАВЛЕНЧИК

Львів  
ЛДУФК ім. Івана Боберського  
2022

УДК 330.34:796.011  
Е 45

Рецензенти:

доктор економічних наук, професор

**Ф. Горбонос**

(Львівський університет бізнесу та права);

кандидат економічних наук, доцент

**В. Дудюк**

(Національний лісотехнічний університет України)

Рекомендувала до друку вчена рада  
Львівського державного університету фізичної культури  
імені Івана Боберського  
(протокол № 9 від 23.06.2022 року)

**Е 45 Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування** : тези доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (21 вересня 2022 року, м. Львів) / за заг. ред. Н. Павленчик. – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. – 272 с.

ISBN 978-617-7336-98-2

У тезах доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції висвітлено результати досліджень пріоритетів і перспектив розвитку економіки України в умовах глобалізації та євроінтеграції; соціально-економічних засад менеджменту та маркетингу в галузі фізичної культури та спорту, рекреації і реабілітації; сучасних викликів, тенденцій та доміант інноваційного розвитку сфери обслуговування; актуальних проблем розвитку сфер фізичної культури, реабілітації та обслуговування в ринкових умовах; проблем та перспектив інноваційного розвитку галузі фізичної культури та сфери обслуговування, а також соціально-гуманітарних проблем сучасності.

Для студентів, аспірантів, науково-педагогічних працівників галузей економіки, фізичної культури та сфери обслуговування.

УДК 330.34:796.011

Автори несуть повну відповідальність за зміст своїх матеріалів.

ISBN 978-617-7336-98-2

© Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського, 2022

## ТУРИСТИЧНІ ТРЕНДИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

*Наталія Чорна*

*д-р іст. наук, професор*

*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ (Україна)*

Туристична галузь – одна із найбільш динамічних галузей світового господарства – в умовах пандемії COVID-19 продовжила свій розвиток, і наразі їй притаманна низка новацій, про які кілька років тому, здається, ніхто і не думав.

Головними трепел-трендами, на наш погляд, стали:

- відпочинок у місцях, розташованих неподалік від дому, так званий «мікротуризм». Так, якщо у звичних умовах туристи здебільшого цікавляться незвіданими краями та прагнуть до чогось нового і незвичного, в умовах жорстких карантинних обмежень та труднощів перетину кордону в поле їх зору дедалі частіше потрапляли розташовані «за рогом вулиці» місця. Кількох днів стало цілком достатньо, щоб ознайомитися з місцевими пам'ятками історико-культурної спадщини, взяти участь у майстер-класі, спробувати нових страв і просто перезавантажитися;
- відпочинок на лоні природи. Зелений туризм, який упродовж кількох останніх десятиліть набув неабиякої популярності в багатьох країнах Європи та світу і на початку 2000-х рр., за інформацією ЮНВТО, забезпечував 10–20% сукупних доходів туристичної індустрії, в умовах карантинних обмежень перетворився на непогану альтернативу закордонному відпочинку. Традиційно попит на зелений відпочинок демонструють жителі великих міст, втомлені темпом життя у ньому, сім'ї з маленькими дітьми, а також всі ті, хто не уявляє свого життя від близького контакту з природою. В умовах пандемії та у зв'язку з суттєвим зменшенням особистих фінансів, прихильників такого відпочинку побільшало в рази;
- глемпінг, або гламурний кемпінг, – туризм, покликаний задовольнити потребу у відпочинку на природі: у максимально близькому контакті з нею та в максимально комфортних умовах. Не потребуючи прокладання комунікацій та виконання складних будівельних робіт, глемпінг уможливорює відпочинок у важко доступних місцинах, чим не може не привертати увагу втомлених щоразу швидшим темпом життя містян;
- bleisure-туризм – туризм, який передбачає поєднання роботи з відпочинком. Особливо популярний у покоління «мільеніалів», народжених

у період від 1981 до 2000 рр., більша частина роботи яких часто пов'язана з використанням портативних комп'ютерів. Цей вид туризму передбачає часту зміну місць розташування та відвідування великої кількості визначних місць за маршрутом слідування. Міжнародні корпорації можливість подорожувати дедалі частіше використовують як чинник підвищення лояльності персоналу [1]. У період карантинних обмежень, позначених переведенням великої кількості працівників на дистанційний режим, можливістю bleisure-туризму значно розширилися. Особливо часто «цифрових кочівників» можна побачити в екзотичних країнах, на березі моря чи океану;

- повільний туризм. Як продовження філософії повільної їжі (slow-їжі), що перебуває в опозиції фаст фуду, повільний туризм пропагує насолоду від проживання миті шляхом максимального занурення в місцевий колорит та передбачає неспішні прогулянки нетуристичними маршрутами міст та невеликих містечок, довге споглядання за перехожими, сидячи за чашкою кави чи келихом вина на терасі ресторану, неспішні розмови з місцевими жителями;
- авторські тури. Подібно повільного туризму, основними їх споживачами є так звані бувалі туристи, які втомилися від розрекламованих та названих «обов'язковими до відвідування» всесвітньо відомих атракцій, і потребують відбірного відпочинку. Пропоновані потужними туроператорами пакетні тури з таким завданням впоратися не можуть, але авторські тури легко його розв'язують. Подорожі невеликими групами можуть бути абсолютно різні за тематичною спрямованістю та складністю, але завжди максимально орієнтовані на смаки та уподобання туристів. Ціни авторських турів, природно, є вищими за ціни туристичного мас маркету, але і задоволення вони спроможні подарувати в рази більше;
- віртуальні подорожі. Упровадження карантинних обмежень та скорочення доходів громадян за умови наявності в останніх необхідних технічних можливостей сприяли до зростання популярності віртуальних подорожей. Так, наразі зовсім не обов'язково їхати до Лувру, щоб побачити Венеру Мілоську, чи вистояти неабияку чергу до музею Ван Гога в Амстердамі, щоб зробити фото на фоні його всесвітньо відомих ірисів. Віртуальні подорожі спроможні суттєво зекономити час та гроші і неможливе, по суті, зробити можливим. Щоправда, на рахунок емоцій, що їх спроможні забезпечити віртуальні подорожі, можна серйозно посперечатися;
- бронювання турів в останній момент. Беручи до уваги той факт, що завчасно заброньований тур може не відбутися через посилення

карантинних обмежень, а також з огляду на те, що гарячі тури можуть суттєво зменшити вартість відпочинку, туристи дедалі частіше почали керуватися таким підходом до планування останнього [2].

Таким чином, попри колосальні збитки, що їх зазнала туристична галузь у зв'язку з пандемією COVID-19, перспективи її розвитку не викликають жодних сумнівів чи заперечень. Безсумнівно, туризм більше ніколи не буде таким, як був у доковідний період. Туризм буде іншим, але обов'язково буде.

### **Список використаних джерел**

1. Трэвел-тренды: как изменились путешествия в 2021 году [Электронный ресурс]. – URL <https://www.championat.com/lifestyle/article-4493587-trendy-turizma-2021-glempingi-slow-turizm-virtualnye-tury-i-drugie-trevel-tendencii.html>
2. Тренды 2021: как пандемия изменила предпочтения туристов [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourweek.ru/articles/world/314962>

<i>Андрій Голод, Марія Базюк</i> СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ГАРАНТУВАННЯ БЕЗПЕКИ ДЕСТИНАЦІЙ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ .....	181
<i>Лілія Іванова, Ольга Вовчанська</i> МАРКЕТИНГОВІ ОСОБЛИВОСТІ ЧЕМПІНГУ ЯК НЕТРАДИЦІЙНОГО ВИДУ ТУРИЗМУ .....	184
<i>Алла Кізюн, Аліна Паламарчук</i> ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА ЗАГАЛЬНА СУТНІСТЬ КОМУНІКАЦІЙ В ТУРИЗМІ .....	187
<i>Павло Кучер, Роман Скабара, Лідія Тимошенко</i> ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИРОДОХОРОННИХ ОБ'ЄКТІВ ЗАХІДНОГО ПОЛІССЯ УКРАЇНИ З ВИКОРИСТАННЯМ ДОСВІДУ РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩІ .....	190
<i>Софія Мельниченко</i> ДИНАМІКА ВІДВІДУВАННЯ МУЗЕЇВ ТУРИСТАМИ В УКРАЇНІ .....	193
<i>Петро Перерва</i> РОЗВИТОК РИНКУ ПОСЛУГ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ .....	196
<i>Петро Перерва</i> ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ .....	199
<i>Дмитро Петришин</i> РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ТА ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ .....	202
<i>Марія Філь</i> КРАФТОВА ПРОДУКЦІЯ ДЛЯ ТУРИСТИЧНИХ ТУРІВ В УКРАЇНІ .....	204
<i>Наталія Чорна</i> ТУРИСТИЧНІ ТРЕНДИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 .....	207

## **СЕКЦІЯ 6**

### **Соціально-гуманітарні проблеми сучасності .....** 210

<i>Тамара Білошапка, Тетяна Насонова</i> ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ МОВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТА.....	211
--	-----