

Проблеми формування віртуального туризму для українського ринку

Віртуальний туризм, як інноваційний напрям цифрової економіки, набуває все більшого значення у глобальному туристичному просторі. Він поєднує елементи інформаційних технологій, культури, освіти та маркетингу територій, створюючи нові можливості для представлення туристичних дестинацій. В умовах війни та обмеження фізичних подорожей його розвиток в Україні стає не лише доцільним, але й стратегічно важливим. Однак формування цього сегмента супроводжується низкою бар'єрів, які стримують інтеграцію віртуального туризму в економічну систему держави.

Серед ключових викликів, що гальмують розвиток віртуального туризму, варто виокремити **інституційну та нормативно-правову незабезпеченість**. В Україні поки відсутня національна стратегія розвитку цифрового туризму, законодавчі механізми сертифікації віртуальних екскурсій, захисту авторських прав на цифрові копії культурних об'єктів, а також фінансові стимули для підприємств, що впроваджують VR-технології у сфері туризму. Це призводить до невизначеності, низької інвестиційної привабливості та відсутності міжнародної інтеграції.

Не менш суттєвим є **економічний фактор**. Умови воєнного стану, інфляція, скорочення бюджетного фінансування та зниження платоспроможності населення перешкоджають впровадженню високотехнологічних проєктів у сфері туризму. Для більшості суб'єктів галузі віртуальні продукти залишаються другорядним напрямом через відсутність швидкої окупності інвестицій.

Серйозною проблемою виступає **технічна та інфраструктурна недостатність**. Створення якісних VR/AR-продуктів потребує високоточного обладнання, сучасного програмного забезпечення, 3D-сканерів, дронів, VR-гарнітур, а також фахівців, здатних ними користуватись. Багато регіональних музеїв і туристичних об'єктів не мають таких ресурсів, що негативно впливає на якість контенту.

Існує **низька інтеграція віртуальних турів із реальними туристичними маршрутами**. Віртуальні продукти часто функціонують автономно, без підтримки туроператорів, готелів чи транспортних компаній. Відсутність комплексного підходу знижує ефективність просування дестинацій.

Також спостерігається **психологічна інерція** — сприйняття віртуального туризму як розваги або тимчасової заміни реальних подорожей. Це стримує його позиціонування як інструменту просування культури, освіти та національного бренду. Додатково негативно впливає **низький рівень популяризації** серед населення, адже відсутні системні кампанії з інформування про можливості віртуальних подорожей.

Брак кадрів з міждисциплінарною підготовкою є окремим викликом. Розробка віртуальних турів потребує фахівців, які поєднують компетенції у туризмі, ІТ, дизайні, маркетингу та культурології. Наразі в системі вищої освіти відсутні відповідні освітні програми, що готує таких спеціалістів.

Крім того, актуальними залишаються проблеми **монетизації, інформаційної безпеки, регіональної нерівномірності та відсутності єдиного національного цифрового порталу**, який би об'єднував усі українські віртуальні тури. Через це користувачі не мають зручного доступу до контенту, а український віртуальний продукт поступається міжнародним аналогам за якістю, масштабом і маркетинговою підтримкою.

Попри складнощі, віртуальний туризм має значний потенціал як **інноваційний інструмент розвитку внутрішнього туризму**. В умовах війни він виконує освітню, пізнавальну й патріотичну функції, дозволяючи мільйонам українців пізнавати культурну спадщину навіть без фізичного переміщення.

Перспективним напрямом є **вихід на міжнародний ринок** через створення якісних VR-турів замками, музеями, історичними центрами. Це може стати елементом **цифрової культурної дипломатії**, що формує позитивний імідж України у світі.

Віртуальні тури відкривають нові можливості **інклюзивності** — доступ до туристичних ресурсів для людей з інвалідністю, школярів, студентів, літніх осіб. Такий підхід узгоджується з європейськими принципами універсального дизайну та прав людини.

Розвиток віртуального туризму також стимулює **креативну економіку** — створює попит на фахівців у 3D-моделюванні, відеопродакшені, дизайні, гейміфікації, AR/VR-технологіях. Це сприяє розвитку малого бізнесу, стартапів і партнерських проєктів між туризмом і ІТ-сектором.

Важливу роль може відіграти **державна політика цифрової трансформації туризму**. Підтримка Міністерства культури, Держтуризму, а також міжнародних партнерів (UNESCO, USAID, GIZ, EC) дозволить реалізовувати масштабні цифрові ініціативи, спрямовані на оцифрування культурної спадщини.

Окремим вектором є **післявоєнна реабілітація туристичної інфраструктури через VR-реконструкцію зруйнованих об'єктів**. Створення цифрових копій пам'яток Маріуполя, Харкова чи Чернігова стане не лише актом збереження культурної пам'яті, але й способом міжнародної комунікації.

Не менш перспективними є напрями **гейміфікації туристичного досвіду** (інтерактивні квести, віртуальні пригоди), **освітні програми на основі VR-турів**, а також **інтеграція з метавсесвітами**, що дозволить створювати цифрові копії українських міст і музеїв у глобальних онлайн-просторах.

Отже, формування віртуального туризму в Україні є складним, але стратегічно важливим напрямом розвитку національної туристичної галузі в умовах цифрової трансформації. Віртуальні подорожі не лише відкривають нові можливості для промоції культурної спадщини, але й сприяють популяризації країни на міжнародній арені, розвитку внутрішнього туризму та створенню нових форм взаємодії між туристом і дестинацією.

Попри низку системних бар'єрів — нормативно-правову неврегульованість, нестачу фінансування, відсутність єдиного цифрового порталу, технічну та кадрову недостатність — віртуальний туризм має суттєвий потенціал для інтеграції у структуру сучасної цифрової економіки. Його розвиток може стати каталізатором для зростання суміжних галузей — ІТ, освіти, культури, медіа, маркетингу, архітектури та історико-культурної спадщини.

У післявоєнний період віртуальний туризм може відіграти важливу роль у відновленні та репрезентації зруйнованих або пошкоджених об'єктів, залученні уваги світової спільноти до культурних цінностей України, а також у мобілізації інвестицій для їхньої реставрації. Крім того, він створює умови для інклюзивного доступу до туристичних ресурсів, зокрема для людей з інвалідністю або тих, хто з різних причин не може подорожувати фізично.

Подальший розвиток галузі вимагає державної підтримки, зокрема розроблення національної стратегії цифрової трансформації туризму, створення єдиного національного порталу віртуальних турів, удосконалення системи захисту цифрового контенту та авторських прав. Важливо також налагодити співпрацю між університетами, ІТ-компаніями, туристичними операторами та культурними інституціями, що сприятиме формуванню нового покоління фахівців із міждисциплінарними компетенціями.

Таким чином, віртуальний туризм в Україні має всі передумови для становлення як повноцінного сегмента туристичної індустрії, що поєднує інноваційні технології, креативність, культурну спадщину та соціальну місію. Його розвиток відповідає цілям сталого розвитку, сприяє підвищенню міжнародної конкурентоспроможності України та формуванню позитивного національного іміджу у світі.

Список використаних джерел:

1. Горбатов Д. Віртуальний туризм як освітній і культурний ресурс: аналітична записка // Науковий вісник ХДУ. – 2023. – № 2(14). – С. 48–53.
2. Пітеніна І. Цифрові продукти в туризмі: український контекст // Економіка та держава. – 2023. – № 11. – С. 32–36.
3. Шевченко І. Регіональний підхід до віртуального туризму в Україні // Гуманітарний журнал. – 2021. – № 3. – С. 60–65.
4. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). Digital Futures for Tourism: Report 2023 – Дата звернення: 22.05.2025. – URL: <https://www.unwto.org/digital-tourism>