

Міністерство освіти і науки України
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет»
імені академіка Степана Дем'янчука
Природничо-географічний факультет
Кафедра географії і туризму

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ БАКАЛАР**

**ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ У
ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ**

Виконала:

студентка природничо-географічного
факультету

спеціальності 242 Туризм

Гончарук Мирослава Іванівна

Науковий керівник:

к.геогр.н., доцент

Яроменко Оксана Володимирівна

Рецензент:

к.геогр.н., доцент

Кушнірук Юрій Степанович

Національний університет водного

господарства та природокористування

Рівне-2021

УДК 004.358. 911.3.

ГОНЧАРУК М. І.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Розкрито теоретико-методологічні засади вивчення віртуального туризму. Висвітлено сутність поняття «віртуальний туризм» та передумови його розвитку. Види віртуальних екскурсій та їх роль у розвитку туристичної індустрії. Розглянуто можливості створення віртуальних турів. Охарактеризовано віртуальні екскурсії музеями як елемент туристичної привабливості. Охарактеризовано віртуальні тури в Україні. Визначено перспективи розвитку віртуального туризму в Україні та здійснено SWOT-аналіз застосування віртуальних екскурсій у туристичній галузі.

Ключові слова: віртуальний туризм, віртуальна екскурсія, віртуальний тур, інформаційні технології, індустрія туризму.

GONCHARUK M. I.

PROSPECTS OF USING VIRTUAL EXCURSIONS IN THE TOURIST INDUSTRY OF UKRAINE

Theoretical and methodological principles of studying virtual tourism are revealed. The essence of the concept of "virtual tourism" and the prerequisites for its development are highlighted. Types of virtual tours and their role in the development of the tourism industry. Possibilities of creation of virtual tours are considered. Virtual tours of museums as an element of tourist attraction are characterized.

Virtual tours in Ukraine are described. Prospects for the development of virtual tourism in Ukraine have been identified and a SWOT analysis of the use of virtual tours in the tourism industry has been carried out.

Key words: virtual tourism, virtual excursion, virtual tour, information technologies, tourism industry.

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП..... | 4 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ..... | 7 |
| 1.1. Сутність поняття «віртуальний туризм» та його види..... | 7 |
| 1.2. Віртуальні екскурсії, їх види та роль у розвитку туристичної індустрії...10 | |
| 1.3. Створення віртуальних турів..... | 16 |
| Висновки до розділу 1..... | 22 |
| РОЗДІЛ 2. ВІРТУАЛЬНІ ЕКСКУРСІЇ В ТУРИСТИЧНІ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ..... | 23 |
| 2.1. Передумови розвитку віртуального туризму..... | 23 |
| 2.2. Віртуальні екскурсії музеями як елемент туристичної привабливості...25 | |
| 2.3. Віртуальні тури в Україні..... | 31 |
| Висновки до розділу 2..... | 33 |
| РОЗДІЛ 3. ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ..... | 34 |
| 3.1. Перспективи розвитку віртуального туризму в Україні..... | 34 |
| 3.2. SWOT- аналіз застосування віртуальних екскурсій у туристичній галузі..... | 39 |
| Висновки до розділу 3..... | 44 |
| ВИСНОВКИ..... | 45 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 47 |
| ДОДАТКИ..... | 53 |

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Стрімкий розвиток інноваційно-інформаційних технологій, креативної індустрії, виклики пандемії у сучасному світі мотивують до поширення нових видів туризму. У туристичній сфері виникає потреба у формуванні аспектів позитивного іміджу міста, області чи регіону в умовах сучасності. У структурі попиту відбувається зміщення пріоритетів зі «стандартних» турів на нові. Зростає конкуренція в боротьбі за потенційного туриста-клієнта. Саме це спонукає до розкриття нових тенденцій та стратегій у розвитку туристичного бізнесу. Тенденцію до розвитку ми розглядаємо як тренд, як щось нове й популярне. Вважаємо, що на сьогодні в Україні на високому рівні заявили про себе соціальні мережі та мобільні технології. Як і в інших сегментах бізнесу, так і в туризмі спостерігаємо бурхливий розвиток цього тренду. Водночас турист став мобільнішим. Тому дослідження аспектів розвитку віртуального туризму та визначення перспектив розвитку віртуальних екскурсій є своєчасним.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Робота пов'язана з науковою тематикою кафедри географії та туризму МЕРУ імені академіка Степана Дем'янчука «Мінеральні та рекреаційні ресурси Рівненщини: економіко-географічні та туристичні аспекти» (№018U001569).

Віртуальний туризм незважаючи на свою новизну стає актуальним як у дослідженнях вітчизняних так і закордонних вчених. Серед українських дослідників проблематику розвитку віртуального туризму досліджують Є. Борисов, В. Буй, Н. Самохвал та інші. Предметом досліджень постають переваги розвитку віртуального туризму, особливості зростання доступності туристичних атракцій у віртуальному середовищі тощо. Однак визначення ролі віртуальних екскурсій у туристичній індустрії потребують вивчення.

Мета і завдання дослідження. Мета даного дослідження полягає в аналізі просторового поширення та організації віртуальних екскурсій в Україні та визначенні пріоритетів їх використання у туристичній діяльності.

Для досягнення мети в роботі вирішувались наступні **завдання**:

- висвітлити сутність поняття «віртуальний туризм»;
- розкрити класифікацію екскурсій. Віртуальна екскурсія;
- окреслити особливості організації віртуальних екскурсій та віртуальних турів в Україні;
- визначити переваги та недоліки віртуальної екскурсії;
- окреслити перспективи використання віртуальних екскурсій у туристичній індустрії України.

Об'єктом дослідження є віртуальні екскурсії як складові туристичної привабливості.

Предметом дослідження є віртуальні екскурсії та перспективи її використання у туристичній індустрії України.

Методи дослідження. Для досягнення мети застосовано метод системного аналізу, історико-хронологічний підхід, методи генералізації та класифікації. В роботі застосовано метод SVOT-аналізу. Інформаційною базою служили Інтернет-ресурси (в тому числі офіційні сайти), статистичні матеріали та літературні джерела з даної тематики.

Наукова новизна. Здійснено аналіз розвитку віртуального туризму та визначено пріоритети застосування віртуальних екскурсій у туристичній індустрії України.

Практичне значення. Віртуальний туризм розглядаємо як тренд XXI століття. Результати вивчень можуть бути застосовані у туристичній індустрії України та на рівні адміністративно-територіальних областей. При обґрунтуванні цільових програм розвитку туризму на регіональному та національному рівнях, для популяризації віртуальних турів, при розробці туристського продукту.

Особистий внесок дослідника. Визначено пріоритети використання віртуальних екскурсій у туристичній індустрії України.

Апробація результатів дослідження. За результатами роботи взято участь у конференції та опубліковано тези: Ярошенко О. Гончарук М. Тенденції розвитку віртуального туризму в Україні. Регіон – 2021: суспільно-географічні аспекти: матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців (м. Харків, 15 квітня 2021 року). Гол. ред. колегії Л.М. Немиць. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. С. 141–143.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність поняття «віртуальний туризм» та його види

В умовах інформаційного розвитку, посилення процесів глобалізації, виникає новий вид туризму, який передбачає «новий простір для відвідування» – віртуальний. Саме наприкінці ХХ початку ХХІ ст. завдяки розвиткові інформаційних технологій почала формуватися віртуальна реальність. У ХХІ ст. значному поширенню віртуального туризму сприяла світова пандемія [6].

Вперше поняття «віртуальний тур» було вжито у 1994 р. Адже саме з метою відновлення зовнішнього вигляду замку Дадлі у Великобританії, який був зруйнований в XV ст. британський інженер Колін Джонсон розробив віртуальний тур, що стало початком зародження нового у туристичній індустрії. Отже, історія віртуального туризму розпочиналась з музеїв. На сьогодні термін «віртуальний тур» у літературі представлений «як спосіб реалістичного відображення тривимірного багатоелементного простору на екрані». А віртуальна екскурсія – «це мультимедійна фотопанорама, в яку можна помістити відео, інфографіку, текст, посилання» [13].

Розкриємо різні трактування поняття «віртуальний туризм».

Віртуальний туризм тлумачать, як вид без подорожі, без фізичного переміщення, віртуальний туризм – це вид туризму без подорожі, подорож без фізичного переміщення – переміщення, яке відбувається в уяві, а DESTИНАЦІЯ знаходиться у зображенні, а не у географічній локації (згідно із Stephen Wearing) [13].

«Віртуальний тур – спосіб реалістичного відображення тривимірного багатоеlementного простору на пласкому екрані. Елементами віртуального туру, зазвичай, є сферичні панорами, з'єднані між собою інтерактивними посиланнями-переходами. (...) Він створює в глядача «ефект присутності» – яскраві зорові образи, що запам'ятовуються» [19].

Отже, віртуальний туризм, є одним із видів туризму, що виник завдяки сучасним інформаційним комп'ютерним технологіям, електронним засобам комунікацій та можливостям Інтернету. Функціями віртуального туризму виступають: інформаційна, функція візуалізації, збутова, функція мотивації, іміджева, рекламна, розважальна, релаксаційна, рекреаційна.

Віртуальний туризм передбачає віртуальні екскурсії та віртуальні тури віртуальні знайомства, де звичайна реальність заміщується віртуальною. Передувало такому виду туризму популярні телерадіопередачі, що знайомили з цікавими туристичними місцями.

Становлення та розвиток інформаційного співтовариства зумовлюють можливість створення й просування нової культури, яка базується на взаємодії не з реальними предметами і відчуттями буття, а з їх спеціально розробленими моделями, графічними зображеннями (зокрема пейзажними) та віртуальними образами. Можна сказати, що віртуальність – це найсуттєвіша характеристика сучасної соціальної реальності [10].

Інформаційні технології достатньо ефективно можуть замінити людині пряме спілкування з природними, історичними, архітектурними й іншими духовними і реальними об'єктами дійсності. Усі ці процеси зумовили виникнення нового виду туризму – віртуального.

Згідно з програмою ЮНЕСКО «Інформація для всіх», що здійснюється під егідою ООН, на сьогодні сформувалося так зване світове «інформаційне суспільство», яке функціонує на основі інформаційних технологій та надає інформаційні послуги в глобальному масштабі. У світі близько 3 млрд.

користувачів Інтернету, життя котрих більше набуває віртуальності, а заглиблення в on-line – масштабності [39].

Теоретичні основи віртуальної реальності сформульовано наприкінці 1970-х рр. ХХ ст. У деяких дослідженнях Заходу вкінці ХХ ст. акцентувалася увага на посиленні попиту на види туризму з новим досвідом туристичної практики, зокрема віртуальний. Ряд дослідників зазначають, що з підвищенням рівня знань і якості товарів та послуг більшість підприємств наближають свою організаційну структуру до віртуальної. Виникають ряд запитань, зокрема стосовно доступності інформації з туристичних регіонів завдяки віртуальному туризмові та розгляду останнього як його нової, не фізичної форми [52].

У сучасному інформаційному суспільстві виникає ще можливість подорожувати, застосовуючи інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ). Інформаційно-комунікаційні технології, що можуть застосовуватися в індустрії туризму можуть включати, як апаратне забезпечення (наприклад, механічні та електронні пристрої), програмне забезпечення та комп'ютерні мережі. Віртуальний туризм передбачає застосування гаджетів.

Існують різні чинники, які впливають на віртуальний туризм, але передусім постають два головні питання: електронна готовність (E-Readiness) та сумісність мережі й віртуального туризму. Майже не дослідженим на сьогодні є культурологічний аспект віртуального туризму.

Віртуальний туризм є досить різностороннім і відмінним від інших видів туризму. Даний вид туризму передбачає як звичайне відвідування сайтів з фотографіями, статтями та відео, стеження за онлайн-щоденниками, участь у віртуальних турах (екскурсія містом чи музеєм) так і занурення у «віртуальну реальність») [3].

На сьогодні, відвідувачі віртуальної реальності можуть за допомогою аудіовізуальних способів спілкуватися з іншими онлайн-мандрівниками,

пізнавати нову інформацію тощо, тим самим сприяти розширенню знань та набувати новий досвід. Узагальнимо особливості віртуального туризму [2]:

- подолання меж часу і простору. Адже віртуальний туризм дає можливість для відвідувачів з'являтися в одній частині світу маючи територіальну прив'язку до іншої;

- інтерактивність, що передбачає так звану «комунікацію» між суспільством (особою) і технологічними засобами (комп'ютерами, телефонами тощо);

- високі технології. Віртуальний туризм є результатом поєднання туризму з інформацією і технологіями віртуальної реальності, а отже даний вид туризму не може існувати без високих технологій;

- економія та доступність. Віртуальний туризм робить подорож дешевшою і доступнішою для різних верств населення;

- різносторонні відчуття. Відвідувачі віртуальних турів мають можливість специфічного сприйняття зображення, звуків тощо [2].

Таким чином, суспільство застосовуючи сучасні технології, здійснює чи подорож чи екскурсію до туристичних атракцій, але не у реальному просторі, а у віртуальному уявному.

1.2. Віртуальні екскурсії, їх види та роль у розвитку туристичної індустрії

Однією із провідних та динамічних галузей ХХ сторіччя визнано туризм. за швидкі темпи зростання. Проте, нестабільна політична ситуація, складність соціально-економічного становища України та світова пандемія, у зв'язку поширення Covid-19 спричинила «застій» у туристичній сфері. Тому в умовах жорсткої конкуренції туристичні фірми, організатори туристичних подорожей змушені шукати нові форми конкурентної боротьби.

Саме застосування інноваційних технологій є на часі. Вони дозволяють знижувати собівартість продукту, збільшувати прибуток, стимулювати нові потреби, формувати сприятливий імідж виробника нових продуктів, а також ведуть до освоєння та захоплення нових ринків, у тому числі й зовнішніх. Таким чином, сучасні види подорожей зазнали безліч змін та отримали нових форм, зокрема, серед користувачів Інтернету усього світу набирають популярності віртуальний екскурсії та тури.

Віртуальні екскурсії дають можливість відкрити рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України. Туристичні об'єкти, атракції чи туристичні дестинації стають доступнішими всім користувачам Інтернету без будь-яких істотних додаткових витрат. Для туристів відкриваються нові можливості для здійснення їх мрій подорожей. Але турист у віртуальній екскурсії виступає пасивним глядачем [48].

Віртуальні подорожі до визначних історичних, культурних та архітектурних пам'яток та об'єктів природно-заповідного фонду можна переглянути на багатьох веб-сторінках Інтернету представлених у вигляді описаних екскурсій з численними фото та відео матеріалами. Віртуальний досвід допомагає наблизитися до реальності.

Розкриємо сутність поняття «екскурсія».

Під екскурсією (від лат. «excursio» в значенні прогулянка, поїздка, похід) розуміють колективне відвідування музею, пам'ятного місця, виставки інше; поїздка, прогулянка з освітньою, науковою, спортивною або розважальною метою.

Екскурсії можуть бути як самостійною діяльністю, так і частиною комплексу туристичних послуг. Розглянемо типологію екскурсій.

Екскурсії поділяються за змістом [6;18]:

- 1) оглядова екскурсія, як правило включає багато тематик з використанням історичного та сучасного матеріалу. Даний вид екскурсії базується на демонстрації різноманітних об'єктів: пам'яток історії та

культури, будівель та споруд, природних об'єктів, місць знаменитих подій, елементів благоустрою міста тощо. В оглядових екскурсіях події висвітлюються широко планово та розкривають загальне уявлення про місто, край, область, державу в цілому;

2) тематична екскурсії поділяються на: історичні (історико-краєзнавчі), археологічні, етнографічні, військово-історичні, історико-біографічні, екскурсії до історичних музеїв, промислові, природничі та екологічні, мистецтвознавчі, літературні, архітектурно-містобудівні;

3) навчальні екскурсії розглядаються як форма навчальної роботи для різноманітних груп екскурсантів (туристів) (екскурсія-консультація, екскурсія-демонстрування, наукова екскурсія для спеціальної аудиторії) [6;18]:

Віртуальна екскурсія – це подорож тривалістю до 24 год., яку особа здійснює у віртуальному просторі та реальному часі з метою дистанційного пізнання світу, що надає можливість людині сприймати віртуальні об'єкти як реальні, використовуючи інформаційний туристичний ресурс (3d-панорами), та під час здійснення якої єдиним способом пересування є комп'ютер [14].

Класифікації віртуальних екскурсій подано у таблиці 1.1.

Характерними рисами (традиційної) класичної екскурсії, є наочне зорове сприйняття (показ об'єктів), цілеспрямованість показу (наявність певної теми), наявність екскурсантів (у даному випадку Інтернет-користувачів), тривалість до 24 год, притаманні їй віртуальним подорожам. У віртуальних екскурсіях не має потреби у кваліфікованому екскурсоводі, оскільки турист-екскурсант сам обирає об'єкти для демонстрації та визначає маршрут подорожі [4, 11].

Віртуальні екскурсії в 3D – це фотореалістичний спосіб демонстрації об'ємного простору, з допомогою 3D-зображення, що оточує глядача сферою в 360° і дає змогу отримати більший об'єм необхідної візуальної інформації.

Віртуальна 3D сферична панорамна екскурсія є незвичайною подорожжю, що дозволяє яскраво відчувати ефект особистої присутності. При цьому можна не відходячи від комп'ютерного столика буквально заглянути в будь-яке приміщення, реально пройтись вулицями міста в далекій країні, оглянути визначні місця та багато іншого [13].

Таблиця 1.1.

Класифікації віртуальних екскурсій*

| Віртуальні екскурсії | Види |
|-----------------------------------|---|
| За складом та кількістю учасників | індивідуальні, колективні, для місцевого населення, туристичні, дорослих та школярів, з урахуванням особливостей сприйняття |
| За місцем проведення | міські, заміські, виробничі, музейні, комплексні |
| За формою проведення | екскурсія-масовка, екскурсія-прогулянка, екскурсія-лекція (більше розказується ніж показується), екскурсія-концерт, екскурсія-постанова, екскурсія-ігра |

*Складено за [13].

Просування у межах віртуальної екскурсії формує віртуальний тур.

Види віртуальних турів представлено у таблиці 1.2.

Зауважимо, що головною перевагою віртуальних турів є їх доступність для будь-якого користувача мережевих технологій і відсутність необхідності будь-яких істотних додаткових витрат. Цільова аудиторія для таких віртуальних турів є надзвичайно широкою, зокрема малозабезпечені верстви населення та люди з обмеженими властивостями.

Таблиця 1.2.

Поняття «віртуальний тур»*

| Види віртуальних турів | Трактування |
|--|---|
| Віртуальний тур | послідовність декількох об'єднаних панорамних фотографій, дає можливість візуально переміщуватись у процесі перегляду туру (віртуальної екскурсії) із застосуванням спеціальних переходів, взаємодіяти з об'єктами, що є частиною зображення, з метою отримання додаткової інформації |
| Віртуальний тур з точки зору досягнення результату | спосіб зображення форми об'єкту та його якостей, що базується на технології, яка дозволяє туристу взаємодіяти з зображенням, тобто в результаті дії на зображення змінювати його, властивості об'єктів, що є його частиною, і отримувати зворотний зв'язок у режимі реального часу дозволяючи зберегти інтерактивний погляд |
| Віртуальний тур в маркетингу | дозволяє показати потенційному споживачу його товар або послугу створюючи ілюзію присутності в місці перегляду, викликаючи яскраві зорові образи. |

*Складено за [19].

За доступністю до віртуальної екскурсії є також знайомство з експонатами віртуальних екскурсій. Саме чинники доступності та дешевизни стали визначальними для вже численних версій різних віртуальних музеїв. Віртуальні музеї представлені як інтегративна культурна форма, що характеризується структурною і функціональною різноманітністю.

Віртуальні екскурсії, це нова технологія безконтактної інформаційної взаємодії користувача з середовищем, комп'ютерна система, яка забезпечує певні візуальні та звукові ефекти. Віртуальні екскурсії як інформаційний ресурс мають сутність медіа: це і засіб масової комунікації, і нова форма видавництва. Крім того, виступають як значущий елемент сучасного

культурно-дозвілєвого середовища, що сприяє розвиткові творчих здібностей, культурному обміну та спілкуванню користувачів [5].

Як перевагу розглядаємо безоплатний доступ експонатів природної чи історико-культурної спадщини й мистецьких досягнень України та світу.

Рейтинг відвідуваності сайтів та сторінок віртуальних екскурсій надзвичайно високий. Їх можна розглядати як канал поширення культурних цінностей і долучення населення до культури, що створює великі перспективи для розвитку віртуального туризму [4].

Таким чином, віртуальний туризм передбачає існування віртуальних екскурсій та віртуальних турів, які здатні насамперед значно розширити коло потенційних споживачів турпродукту, роблячи доступними туристичні об'єкти для різних категорій населення, а також викликати неабиякий інтерес у потенційних інвесторів не лише туристичної сфери, а й у інших галузях сучасної індустрії.

У залежності від відвідувачів у «онлайн-аудиторії» розвиваються освітній, пізнавальний, розважальний, науковий, екзотичний та інші види туризму, що дозволяє за допомогою віртуальних екскурсій або турів розширювати потенційних туристів-клієнтів, оновлювати й старі віртуальні тури та екскурсії. Віртуальні екскурсії, разом з іншими технологіями, на сьогодні мають цілий ряд переваг для розвитку як туристичного продукту. Можливість бути лідером у боротьбі за клієнта в умовах поширення пандемії у світі та створити свій більш сприятливий імідж, та передусім, доступність для будь-якого користувача мережі Інтернет та відсутність необхідності будь-яких істотних додаткових витрат. Завдяки цим перевагам, в Україні, на базі інтерактивних панорам створюються екскурсії та тури, а також презентації окремих територій, що сприяє розвитку віртуального туризму.

Користувачі мережі Інтернет на сьогодні залишаються популярною аудиторією в туризмі загалом. Це є підтвердженням того, що віртуальний туризм в Україні в тренді, і це стало вимогою часу. Працюють агентства, які

просуваються переважно в соцмережах, а також в угрупованнях туристів. Це пояснюється тим, що фанати соцмедіа подорожують набагато частіше за тих, хто не залучений в різних інтернет-інтерактивах.

Віртуальні екскурсії є досить таки доступним для різних категорій населення. Але орієнтований передусім на аудиторію «мобільного» туриста урбанізованих міст, сільських поселень та іноземних громадян. Звичайною практикою для туристів стало інтерактивне бронювання, мобільні путівники та поради зарубіжних друзів з планування подорожі до країни, що засвідчує про вагомість віртуальних екскурсій у розвитку туризму.

1.3. Створення віртуальних турів

Методика створення віртуальних турів вимагає спеціальних сервісів. Найбільш популярним у світі є сервіс «360 Cities» це галерея 3D-панорам з усього світу. На «360 Cities» можна знайти панорами-чемпіони величезних розмірів (лідером є вид Лондона на 320 гігапікселів). Збільшення зображення можливо навіть до окремих пішоходів, які йдуть по вулиці на роботі або стоять на зупинці в очікуванні автобуса.

На «360Cities» представлені різноманітні повітряні, наземні і підводні пейзажі, будинки і будівлі, вулиці та парки, внутрішній інтер'єр популярних публічних місць і закладів [51]. 360Cities має корисний режим сполучення з картою Google Maps і розвинену навігацію. Наявні такі розділи як, «Популярні місця» та «Популярні панорами». Відповідно панорама має можливість додавання на будь-який сайт.

Зауважимо, що українськими аналогами даного сервісу є «PanoVision» і «City360», які орієнтується виключно на туристичні об'єкти України, що сприяє розвитку віртуальних екскурсій.

Розглянемо можливості створення віртуальних екскурсій на Портал «PanoVision». Даний портал являє собою структурований інтернет-каталог

віртуальних турів по різних об'єктах, виконаних з використанням технології панорамної фотозйомки та спрямованих на продаж панорам. Портал налічує понад 15 000 панорам і по праву вважається одним із найбільших в Україні. Всі панорами розподілені за основними напрямками: Харків, Київ, Карпати, Крим, Одеса, Дніпро, Запоріжжя. Перевагами для відвідувачів порталу є те, що вони отримують можливість в будь-який час випробувати ефект присутності на реальному об'єкті, будь-то об'єкт житлової або комерційної нерухомості, готель, ресторан, торговий чи розважальний центр, заочно відвідати будь-яке масовий захід або пам'ятку [51].

Проте, найбільшим в Україні є спеціалізований портал «City360». Він дає змогу представити віртуальні тури об'єктів житлової або комерційної нерухомості, чий асортимент трохи ширше, ніж на порталі «PanoVision». Також на цьому порталі надана інша географія віртуальних турів. Головними напрямками є Дніпро, Донецьк, Кривий Ріг, Харків і Туреччина [15].

В Україні віртуальні подорожі ще не набули широкого використання і вони як маркетинговий мультимедійний засіб залучення споживачів потребують постійного розширення і запровадження.

Українські Інтернет-ресурси, на яких пропонуються віртуальні екскурсії, представлені у таблиці 1.3.

Впровадження віртуальних 3D-екскурсій у сфері туризму на сьогодні є найбільш перспективним інноваційним напрямком Інтернет-технологій для популяризації туристичних об'єктів.

Таблиця 1.3.

Інтернет-ресурси, на яких пропонуються віртуальні екскурсії в Україні

| | |
|---|--|
| Web-сайти професійних фотостудій та веб-студій | розробляють 3-d панорами і представляють як зразки власних робіт (фотостудії «Grades Photo», «StudiaFoto», «Virtual-tour», «Prosite5», «3D-panoramas», «Все для Вашого бізнеса - ForBiz»); |
| Web-сайти безпосередньо самих виробників туристичних послуг | готелів, ресторанів, музеїв. |
| Web-сайти, на яких зібрано віртуальні тури по багатьом містам України | проектів є «3dmaps.com.ua» та «Україна 3d», «Карпати в 3D» |
| | |

Складено автором за : [51]

А також виступає популярним маркетинговим інструментом для багатьох закладів готельно-ресторанного господарства, музеїв та інших об'єктів комерційної нерухомості в індустрії туризму; ефективним інструментом візуалізації туристичних ресурсів для потенційних споживачів туристичних послуг; альтернативою традиційному туризму для людей, які не мають можливості подорожувати [2].

Всі перераховані застосування можуть варіюватися туристичним підприємством в міру необхідності. Віртуальний туризм підміняє собою і справжню подорож і реальний туризм. Така «віртуальна туристична подорож» комфортна і зручна, безпечна, так як вона здійснюється в межах будинку і розширює горизонти культурного простору. Впровадження туристичним підприємством віртуальних систем викликає повагу з боку потенційних клієнтів за інформованість, взаємну економію часу, в той час як

продавці турів можуть займатися удосконаленням безпосередньо сервісних послуг [3].

Завдяки застосуванню віртуального туру в бізнесі, фірма може заслужити репутацію сучасного підприємства, яке використовує сучасні інноваційні технології, що полегшують спілкування і взаєморозуміння з потенційними клієнтами. Також віртуальний тур може служити як реклама та залучати нових клієнтів, оскільки саме завдяки впровадженню цих технологій, рівень сервісу покращиться, а це автоматично впливає на поліпшення розвитку компанії в цілому [8, 5].

Вдало створений віртуальний тур робить запропонований виробником туристичний продукт унікальним, презентабельним та привабливим для споживачів. Віртуальні тури вже набули популярності у якості прогулянок музеями світу, проте такі прогулянки можна влаштовувати й містом, завдяки такій послугі як Street View, яка доступна у Google Maps.

Google Street View демонструє знімки виконані камерами, вмонтованими на автомобілі. Наразі бази знімків «Street View» охоплюють тільки окремі райони найбільших міст, однак систематично доповнюються. Ця система, крім того, пристосована для взаємодії з мобільними пристроями і може слугувати свого роду електронним провідником, своєрідним екскурсійним гідом.

Новинкою інноваційних технологій стали 3D-екскурсії, які також можливо відвідати, сидячи біля комп'ютера. Такі екскурсії проводяться за допомогою програми, яка створює ефект повного занурення у 3D-реальність. Графіка віртуальних об'єктів показу знаходиться на найкращому рівні, яка створюється за моделями креслення і безліччю фотографій об'єктів.

Крім того, все більшої популярності набувають у туристів нові види екскурсій в стилі гри, які мають назву «Spy-games». Це гра, яка складається з ланцюга певних послідовних завдань. Суть такої гри в тому, щоб учасники відшукували на певній місцевості ті чи інші пункти, в яких знаходиться

якийсь знак або предмет, який надає підказку учаснику, аби він зміг рухатися далі. Не відстає у своєму розвитку та набуває обертів «геокешинг» – надзвичайно цікава та захоплююча гра-екскурсія. Метою цієї гри є пошук різних схованок учасниками за допомогою GPS приймачів, з одночасним ознайомленням з туристичними об'єктами, розташованими на маршруті [51].

Також стрімкого розвитку серед туристів набувають і сучасні інтерактивні екскурсії. Такі екскурсії своєю манерою проведення більше схожі на якусь захоплюючу пригоду або ж чарівну казку. Такі екскурсії є більш цікавими та поширеними серед аудиторії школярів або маленьких дітей. Така екскурсія проходить у формі гри, під час якої юні екскурсанти отримують безліч цікавої та нової інформації. Тривалість інтерактивної програми займає близько 1-1,5 годин, під час якої екскурсантам говорять, що вони потрапили у незвичайну країну, де царює казкова фея або володарює страшний дракон. Такий метод подання інформації сприяє тому, що інформація, яка подана в такому форматі запам'ятовує краще, ніж інформація, яка прослуховується під час шкільних уроків за тією ж темою. [8, 51].

Ще один інноваційний метод проведення екскурсій, який на сьогодні користується великою популярністю та попитом, називається «квест-екскурсія». Квест-екскурсія – це екскурсія без традиційних гідів, занурення в атмосферу часу, комбінація екскурсії та пошуку пригод. В такій екскурсії поєднуються сама екскурсія з елементами квесту та виконання завдань, які пропонуються екскурсоводом. Такі квест-екскурсії можуть бути звичайними, наприклад, оглядова квест-екскурсія, або ж з додаванням певної тематики [51].

Це може бути пригодницька квест-екскурсія з додаванням розповіді про вигаданих героїв чи подій, за допомогою яких учасники квесту зможуть дослідити об'єкти показу. Досить цікавими є детективні квест-екскурсії, які покладають в свою основу дослідження об'єктів з елементами детективного

опису, в ході якого виникає вигаданий злочин та його розслідування. Також це може бути історичний квест, який буде складатися з історичних об'єктів показу з вигаданим або заснованим на реальних подіях сюжетом.

Ще одним видом інноваційної екскурсії, яка знайшла своє життя в музеях, отримала назву «Food-екскурсія» – це екскурсія в мультижанровому форматі, який надає можливість екскурсантам відвідати цікаву виставку, почути небанальну екскурсію та випити філіжанку кави в музейній кав'ярні. «Food-екскурсія» – це об'єднання історії, культури та гастрономії в рамки єдиного проекту, який створює нове враження про музейне дозвілля [51].

З метою визначення переваг та недоліків у розвитку віртуального туризму нами у третьому розділі здійснено SVOT-аналіз. Вивчення сильних і слабких сторін, можливостей і перешкод на шляху його розвитку дасть можливість визначити стратегічні перспективи у розвитку віртуального туризму та виокремити особливості «впровадження» віртуальних екскурсій у туристичну індустрію країни.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Віртуальний туризм, є одним із видів туризму, що виник завдяки сучасним інформаційним комп'ютерним технологіям, електронним засобам комунікацій та можливостям Інтернету.

Нами у першому розділі розкрито сутність поняття «віртуальний туризм» та теоретичні основи віртуальної реальності. Розкрито історико-хронологічні аспекти розробки віртуального туру, що став початком його впровадження у туристичній індустрії. Історія віртуального туризму розпочиналась з музеїв.

Висвітлено поняття «екскурсія» та «віртуальна екскурсія». Подано класифікацію екскурсій. Окреслено відмінності класичної та віртуальної екскурсії. Розкрито роль віртуальних екскурсій у розвитку індустрії туризму.

Названо види віртуальних турів та розкрито їх трактування.

Головною перевагою віртуальних турів є їх доступність для будь-якого користувача мережових технологій і відсутність необхідності будь-яких істотних додаткових витрат. Цільова аудиторія для таких віртуальних турів є надзвичайно широкою, зокрема малозабезпечені верстви населення та люди з обмеженими властивостями.

Найбільш популярним у світі є сервіс «360 Cities» це галерея 3D-панорам з усього світу. Визначено Інтернет-ресурси, на яких пропонуються віртуальні екскурсії в Україні. Серед яких, Web-сайти професійних фотостудій та веб-студій, Web-сайти безпосередньо самих виробників туристичних послуг, Web-сайти, на яких зібрано віртуальні тури по багатьом містам України

Методика створення віртуальних турів вимагає спеціальних сервісів.

РОЗДІЛ 2

ВІРТУАЛЬНІ ЕКСКУРСІЇ В ТУРИСТИЧНІ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

2.1. Передумови розвитку віртуального туризму

Однією з вагомих характеристик сучасної соціальної реальності є віртуальність.

«Віртуальність» розглядається як характеристика сучасної соціальної реальності, а інформаційні технології достатньо ефективно можуть замінити людині пряме спілкування з природними, історичними, архітектурними й іншими духовними і реальними об'єктами дійсності [26]. Це зумовило виникнення нового виду туризму – «віртуального».

Сфера туризму є однією із тих сфер, що ідеально пристосувалася для впровадження сучасних інформаційних технологій. Завдяки розвитку мережі Інтернет відкрилося надзвичайно багато можливостей у туристичній галузі. Тому вважаємо, що Інтернет створив передумови для появи такого інноваційного та парадоксального явища в туризмі як віртуальний туризм.

Багато фахівців туристичної індустрії впевнені, що розвиток віртуального туризму стане одним з напрямів туристичної індустрії. На сьогодні віртуальні тури у індустрії туризму слугують, передусім, засобами реклами і просування. Ці технології вже давно використовуються, наприклад, у готельному бізнесі.

До прикладу, Казакова Н.Ф., досліджуючи напрями реалізації 3D турів, зазначає, що турист, рекреант, завдяки віртуальному туризму, може по ньому прогулятися, відвідати майбутній номер, оцінити, наскільки він комфортний, і це варто розглядати як переваги даного виду туризму [26].

У туристичній індустрії, окрім готельного бізнесу, затребувані, передусім, віртуальні тури по комерційних об'єктах: автосалонах, клубах,

ресторанах, а віртуальні подорожі по визначних пам'ятках поки що створюють любителі-ентузіасти [7].

Основними мотивами рекреантів, туристів до подорожі, є прагнення отримати нові враження, відволіктися, змінити звичну атмосферу. Але віртуальні екскурсії не в змозі задовольнити ці потреби. Віртуальні подорожі можуть замінити реальні лише за умови нестачі вільного часу, коштів або через проблеми зі здоров'ям. У таких випадках людина може хоча б віртуально відвідати ті місця, в яких ніколи не була особисто.

Віртуальний туризм, часто називають в такій інтерпретації як 3d-екскурсія, 3d-панорама, 3d-тур, хоча кожен з цих елементів, має свої особливості окремо. Розвиток віртуального туризму обумовлений наявністю системи комп'ютерних комунікацій, під впливом яких змінюється сприйняття світу [9], а також формуванням віртуальної культури, під впливом якої народжується новий тип туриста з особливими потребами та особливою поведінкою.

Віртуальні тури, це он-лайнні або оф-лайнні презентації, які дозволяють потенційним клієнтам оглядати будь-який об'єкт. У залежності від типу такого туру, це можуть бути широкоформатні або циркулярні (360°), а також панорами об'єктів будь-якого розміру (експонати музеїв та картинних галерей тощо).

Тому, інновації в екскурсійній діяльності передбачають розроблення, створення нових туристичних маршрутів, проектів тощо, із застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій, а також прогресивного досвіду в області управління й маркетингу, впровадження яких дозволить підвищити рівень зайнятості населення, забезпечити зростання його доходів, прискорити соціально-економічний розвиток і поліпшити туристичний імідж країни, регіонів, міст тощо [2]. Інновації у проведенні екскурсій можна умовно поділити на два основні напрями:

1) з використанням нових форм і методів (проведення індивідуальних, інтерактивних, костюмованих екскурсій, квест-екскурсій, тощо);

2) з використанням ІТ-технологій (мультимедійні технології, каталогізація об'єктів туристичної атракції, віртуальні музеї, віртуальні екскурсії, в тому числі 3-D екскурсії, використання роботів-екскурсоводів, QR-кодів тощо) [3].

В останній час, в умовах пандемії, великої популярності серед туристів набули віртуальні екскурсії. Це екскурсії які змодельовані за допомогою комп'ютера. Віртуальний тур – не лише спосіб заощадження власного капіталу екскурсанта, а й додаткова реклама туристичного продукту для його виробника.

2.2. Віртуальні екскурсії музеями як елемент туристичної привабливості

Аналіз територіального представлення віртуального туризму в Україні, засвідчує, про появу в країні щороку нових віртуальних екскурсій та турів, які стають все більш реалістичними. Це допомагає ефективніше просувати національний турпродукт, відповідно збільшувати туристичний потік до країни.

Найбільший попит мають віртуальні екскурсії музеями країни, що являють собою інтегративну культурну форму, яка характеризується структурною і функціональною різноманітністю.

Віртуальні музеї є найбільш поширеним об'єктом віртуальних екскурсій та являють собою інтегративну культурну форму, що характеризується структурною і функціональною різноманітністю. Оскільки, віртуальні музеї розглядаємо як [44].

1) нову технологію безконтактної інформаційної взаємодії користувача з музейним середовищем, комп'ютерна система, яка забезпечує певні візуальні та звукові ефекти;

2) інформаційний ресурс, що мають сутність медіа: це і засіб масової комунікації, і нова форма видавництва. Крім того, віртуальні музеї – значущий елемент сучасного культурно-дозвілєвого середовища, що сприяє розвитку творчих здібностей, культурному обміну та спілкуванню користувачів [44].

Віртуальні музеї надають відвідувачам безплатний доступ до культурної спадщини й світових мистецьких досягнень. Рейтинг відвідуваності сайтів та сторінок віртуальних музеїв надзвичайно високий: вони є каналом поширення культурних цінностей і долучення населення до культури. Водночас, віртуальний туризм, віртуальне відвідування музеїв створюють відчуття звільнення від фізичного тіла, відтворюючи «тілесність» як нову форму у віртуальному просторі, що для багатьох стає буденністю.

До послуг туристів в Україні пропонуються віртуальні екскурсії музеями у різних областях країни (Таблиця 2.1.).

- Національний музей народної архітектури та побуту України у Пирогові;

- Музей просто неба «Мамаєва слобода»;

- Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини;

- Музей просто неба «Резиденція Богдана Хмельницького»;

- Музей народної архітектури та побуту «Шевченківський гай»;

- Музей просто неба «Запорізька січ».

Таблиця 2.1.

Перелік віртуальних екскурсій музеями України*

| Адміністративно-територіальна область | Назва об'єкту віртуальної екскурсії |
|---------------------------------------|---|
| Волинська | Будинок-музей Ігоря Стравінського Музей Волинської ікони Меморіальний музей В'ячеслава Липинського |
| Дніпропетровська | Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д.І. Яворницького |
| Івано-Франківська | Церква Святого Духа в Рогатині Коломийський музей народного мистецтва Гуцульщини та Покуття |
| Київська | Історико-меморіальний музей М. Грушевського Національний музей «Чорнобиль» Музей Гетьманства Національний військово-історичний музей України Історико-археологічний музей «Прадавня Аратта - Україна» |
| Львівська | Музей-меморіал «Тюрма на Лонцького» Музей скла Музей визвольної боротьби Юрія Микольського Музей модерної скульптури Михайла Дзиндри |
| Полтавська | Державний історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви» Музей-садиба Івана Котляревського у Полтаві |
| Рівненська | Дубенський замок Острозький замок Музеєм Уласа Самчука Музей історії Острозької академії |
| Чернівецька | Музей історії та культури євреїв Буковини |
| Чернігівська | Будинок Генерального судді Василя Кочубея Музей археології Цитадель Батуринської фортеці Палац Кирила Розумовського |

*Складено автором за: [35]

Перелік музеїв, що пропонують віртуальні екскурсії не є великим, виходячи з багатой історико-культурної спадщини України. Найбільше віртуальних екскурсій здійснюється музеями Київської області (Рис. 2.1.).

Отож, сьогодні потрапити до музею, відвідати виставку чи подивитися виставу, можна не виходячи з дому. Функцію «телепорту» відіграє Інтернет в умовах карантину. На сайті [best-tour.od.ua /](http://best-tour.od.ua/) пропоновані Онлайн-екскурсії в Україні.

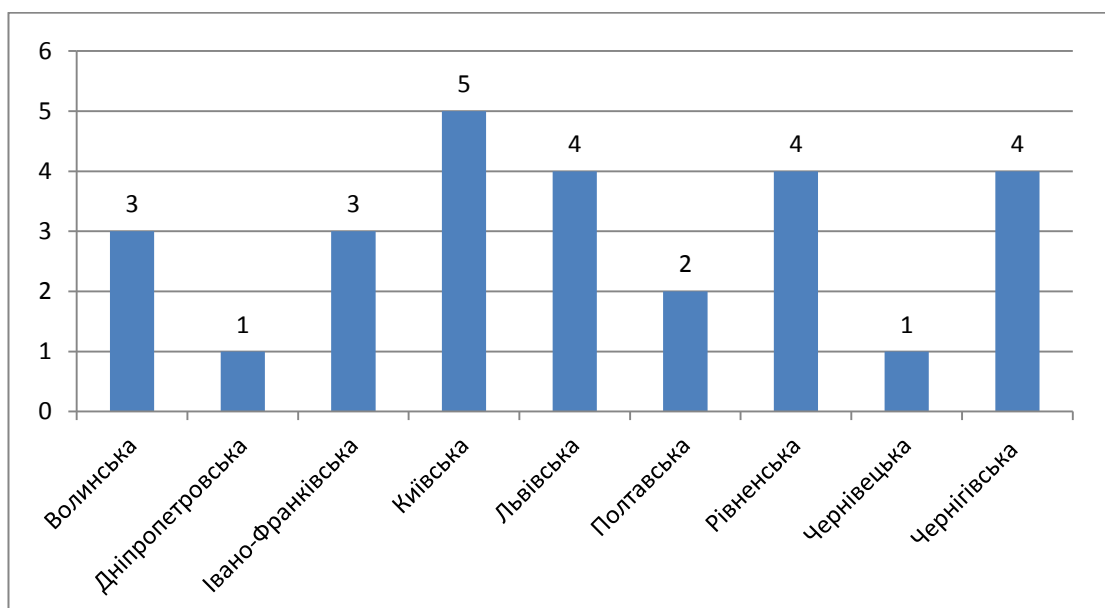


Рис. 2.1. Кількість віртуальних екскурсій за адміністративно-територіальними областями України

В Україні є віртуальні тури українськими музеями просто неба (скансенами). Представлені сім автентичних музеїв, кожен з них являє собою віртуальну подорож, під час якої можна перенестися на століття назад і доторкнутися до минулого. Музеї-скансени або «музеї під відкритим небом» які можна відвідати віртуально в Україні це [34]:

- Національний музей народної архітектури та побуту в м. Ужгород;

До послуг туристів в Україні віртуальні екскурсії замками, фортецями, історико-культурними заповідниками. Розкриємо потенціал даних туристичних атракцій для розвитку віртуальних екскурсій.

До послуг туристів, може бути запропонована віртуальна екскурсія Острозьким замком, який розташований на території Рівненської області. Замок знаходиться у старовинному м. Острог, розташований на вершині 20-метрового пагорба над долиною р. Вілії. Замок збудували на місці дерев'яного укріплення зруйнованого монголо-татарами в 1241 р., він був резиденцією князів Острозьких. На сьогодні території Острозького замку розташований Острозький краєзнавчий музей, який є популярний серед туристів, та входить до складу Острозького історико-культурного заповідника [23] (Додаток А).

Замок в місті Дубно, був збудований у 1492 р. князем Костянтином Острозьким в 1492 році. На сьогодні до послуг туристів не лише нічні екскурсії замком, але є можливість здійснення віртуальної екскурсії Дубенським замком. Він є найбільш відвідуваним об'єктом Рівненщини (Додаток Б) [24].

Віртуальна екскурсія заповідником «Поле Полтавської битви» дає можливість пізнати історію України. Адже саме заповідник «Поле Полтавської битви» відтворює епізод битви між військами великого князя литовського Вітовта і ординського хана Темір-Кутлуя, Полтавської битви 1709 року.

У м. Полтава знаходиться садиба основоположника сучасної української мови Івана Котляревського. Саме тут він прожив усе своє життя і створив знамениту «Енеїду», п'єси «Наталка Полтавка» і «Москаль-чарівник». Віртуальна екскурсія музеєм-садибою Івана Котляревського в Полтаві є можливою до послуг туристів.

Будинок Василя Кочубея в Батурині, що на Чернігівщині почали будувати при першому гетьмана Лівобережної України Дем'яні

Многогрішному як приміщення для Генерального Суду. У 1700 році він перейшов у його власність, тоді ж Кочубей і переїхав туди разом зі своєю численною родиною. Віртуальна екскурсія на сьогодні дозволить нам «прогулятися» будинком Генерального судді Василя Кочубея [23].

Волинь славиться музеєм Волинської ікони, що знаходиться у м. Луцьк. У залах музею представлено понад сто пам'яток іконопису, які дають для туриста унікальну можливість, віртуально познайомитися зі своєрідністю художньої мови і внутрішнього світу волинського малярства XVI – XVIII століть, побачити твори декількох поколінь іконописців, духовно збагатитися та ширше пізнати історико-культурні та сакральні особливості Історичної Волині.

Віртуальна екскурсія Національним військово-історичним музеєм, що розпочав свою роботу в 1998 р. має велику кількість експонатів, серед яких експонати Київського військово-історичного музею та Музею історії військ Київського Червонопрапорного військового округу [35]. Загалом експозиція музею охоплює історію військової справи на території України з того часу, коли в причорноморських степах жили войовничі скіфи, і до сьогоднішнього дня і є доступною для віртуального туриста.

Літературно-меморіальний музей Григорія Сковороди, що розташований в будівлі колишнього Переяславського колегіуму в місті Переяслав Київської області, теж пропонує віртуальну екскурсію. Музей має статус пам'ятника архітектури та містить експозиції присвячені життю і творчій діяльності видатного уродженця України [35].

Завдяки віртуальним екскурсіям, туристичні об'єкти стають доступнішими для різних категорій населення, а місто, село чи національний природний парк – привабливішим для потенційних інвесторів.

2.3. Віртуальні тури в Україні

Прикладами найбільш популярних Інтернет-ресурсів, де представлені віртуальні тури є, подорож Україною у 3D форматі.

Віртуальні тури в Україні, це подорожі Карпатами, подорож музеями України он-лайн, подорож містами України (Львів, Миколаїв, Луцьк та ін.) тощо. Цікаво знати, що віртуальний тур «Дерев'яні Церкви Карпатського Регіону» дає можливість дізнатися більше про кожен з церков, що є доступними в режимі «Street View» і на Картах Google, що дає можливість прокласти до них маршрути. Завдяки 360-градусним панорамам можна оглянути будівлі церков та ознайомитися з їх інтер'єром [27].

До прикладу, 3D-проект «Віртуальний Луцьк», представляє собою інтерактивний путівник, в якому є можливість подорожувати містом, розглядаючи в деталях ті чи інші об'єкти. Створено близько 100 панорам музеями, вулицями, парками та іншими туристичними об'єктами міста. Зокрема, замком Любарта і його Музеєм дзвонів, Музеєм книги, Музеєм Лесі Українки та однойменною вулицею, Музеєм Волинської ікони, Красназавчим музеєм та ін. Унікальними є панорамні знімки з висоти 100 метрів. Важливим є те, що тур «Віртуальний Луцьк» розміщено на сайті Луцької міської ради та на сайті «Візит Луцьк», що сприяє рекламуванню продукту. З метою підняття іміджу даного туристичного продукту, який є безперечно в тренді запропонована й англomовна версія віртуального туру, що сприяло значному попиту на даний вид туризму серед іноземних туристів. Інтерфейс сайту пропонує відвідувачам різні маршрути [32].

Вважаємо, що віртуальний туризм дещо самостійно забезпечує собі рекламу. Основними каналами, якими інформація направляєтся групам громадськості, є Інтернет (включаючи сайти, блоги й форуми), засоби масової інформації, спеціальні заходи, особисті зустрічі, посередники (туристичні агентства), соціальних мережі й звичайно мобільні технології.

Кращі 3D тури по Україні дозволяють познайомитися з визначними пам'ятками Києва і Чернівців, а також побувати в Одеській, Харківській, Дніпропетровській, Запорізькій, Черкаській та Вінницькій областях.

На нашу думку, віртуальний туризм в Україні можна розглядати як тренд XXI століття. Він сприяє підвищенню іміджу туристського регіону, визначає орієнтир у формуванні туристичних потоків, нових надходжень й інвестицій в розвиток певної території. В сучасних реаліях віртуальний туризм в Україні, має усі шанси максимально задовольнити потреби як внутрішнього, так і іноземного туриста.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Однієї з вагомих характеристик сучасної соціальної реальності є віртуальність, тому нами у другому розділі висвітлено особливості розвитку віртуальних екскурсій територією України.

Інформаційні технології можуть замінити людині пряме спілкування з природними, історичними, архітектурними й іншими духовними і реальними об'єктами дійсності. На сьогодні в Україні пропонувані віртуальні екскурсії музеями, що територіально розташовані у різних областях країни.

Віртуальні музеї надають відвідувачам безплатний доступ до культурної спадщини й світових мистецьких досягнень. Найбільше таких віртуальних екскурсій пропують музеї Волинської, рівненської, Київської, Львівської, Полтавської, Чернівецької та Чернігівської областей.

В Україні є віртуальні тури українськими музеями просто неба (скансенами).

До послуг туристів віртуальні екскурсії замками, фортецями, історико-культурними заповідниками. Нами розкрито потенціал даних туристичних атракцій для розвитку віртуальних екскурсій.

Прикладами найбільш популярних Інтернет-ресурсів, де представлені віртуальні тури є, подорож Україною у 3D форматі. Віртуальні тури в Україні, це подорожі Карпатами, подорож музеями України он-лайн, подорож містами України (Львів, Миколаїв, Луцьк та ін.) 3D тури по Україні дозволяють познайомитися з визначними пам'ятками Києва і Чернівців, а також побувати в Одеській, Харківській, Дніпропетровській, Запорізькій, Черкаській та Вінницькій областях.

Віртуальний туризм в Україні можна розглядати як тренд XXI століття, що сприяє підвищенню іміджу туристського регіону, визначає орієнтир у формуванні туристичних потоків, нових надходжень й інвестицій в розвиток певної території.

РОЗДІЛ 3

ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

3.1. Перспективи розвитку віртуального туризму в Україні

Сучасне суспільство у міру раціоналізації соціальних процесів сприяє посиленню віртуальних практик. На сьогодні можливо не лише навчатися, спілкуватися, працювати «онлайн», а й відпочивати. Подорожувати чи організовувати дозвілля віртуальному форматі можна за допомогою віртуальних екскурсій.

Поняття «віртуальна реальність» трактують як інтерактивна, символічна реальність, яка створюється за допомогою новітніх комп'ютерних технологій (Рис. 3.1.). Про віртуальну реальність говорять у зв'язку з телебаченням, Інтернетом, електронними засобами комунікацій, комп'ютерними програмами взагалі. Специфіка віртуальної реальності як динамічного, незавершеного середовища полягає у взаємозалежності і взаємодії людини й моделі віртуального світу, створеної інформаційними та телекомунікаційними технологіями [7].

Прагнення людства до віртуалізації життя з метою зробити буденність яскравішим проявляється у прагненні пізнати нове, ознайомитися з рекреаційно-туристичним потенціалом країни чи будь-якого регіону у межах світового масштабу. І важливо відчутти при цьому сильні емоційні відчуття.

Саме Інтернет став середовищем розвитку віртуальних спільнот, на противагу реальному суспільству. Активність відпочиваючих до здійснення комунікації через Інтернет спонукає популяризації віртуальних екскурсій.

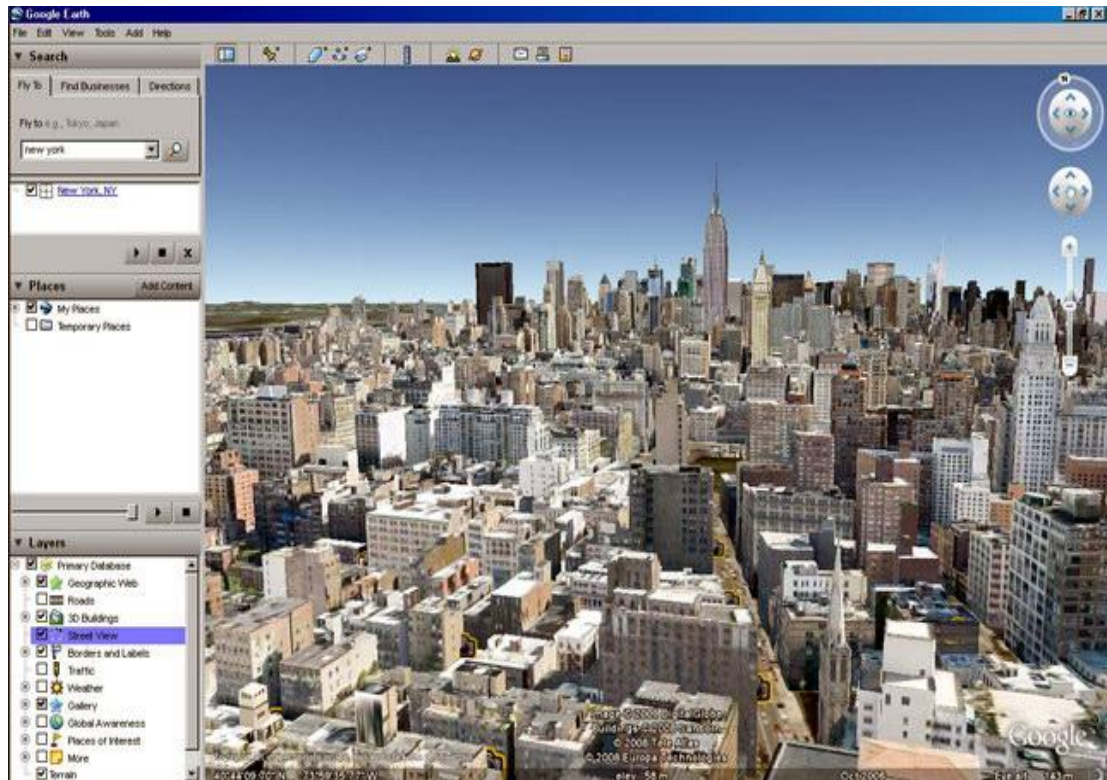


Рис. 3.1. Віртуальна реальність [14]

Упровадження комп'ютерних технологій набуло в туризмі особливого значення, завдяки чому можна говорити про початок так званої дигітальної революції в туристському секторі, яка відкриває для мандрівників нові можливості.

На сьогодні є достатньо багато проектів, що конструюють і втілюють повнішу модель віртуальної реальності за допомогою технологій 3D і можливостей, які надають сервіси, подібні, наприклад, до «Google Планета Земля», можна відвідати найвіддаленіші куточки планети і навіть космос.

До прикладу, інструмент CGI, розроблений технологічним брендом 3RD Planet, дозволяє користувачам здійснювати реалістичну прогулянку вулицями міста. Вчені Університету Північної Кароліни спроектувала віртуальну реальність майдану біля Собору Святого Павла в Лондоні в 1622 р., в межах якої відвідувачі можуть змінювати точку зору за власним

бажанням. Нова гарнітура «Oculus Rif VR» від американського стартапу Oculus VR, попередник пристроїв віртуальної реальності. Мандрівник використовуватиме гаджет удома, щоб випробувати різні сценарії відпустки в 3D. На зразок лижних окулярів, гарнітура поєднує технології смартфона і датчики руху, що разом створюють досвід, який можна порівняти з переглядом зображення на нескінченному екрані IMAX. Зображення проєктуються на сітківку ока так само, як проєктори старого типу виводили зображення на екран [14].

Ці технології вже давно використовуються, наприклад, у готельному бізнесі. Перш ніж обрати той чи інший готель, людина може віртуально по ньому прогулятися, відвідати майбутній номер, оцінити, наскільки він комфортний.

Більшість фахівців туристичної індустрії впевнені, що розвиток віртуального туризму стане одним з напрямів туристичної індустрії. Варто зауважити, що на сьогодні віртуальні тури в туристичній галузі слугують, передусім, засобами реклами і просування.

У туристичній індустрії, крім готельного бізнесу, затребувані, передусім, віртуальні тури по комерційних об'єктах: автосалонах, клубах, ресторанах, а віртуальні подорожі по визначних пам'ятках поки що створюють любителі-ентузіасти. Вважається, що віртуальні подорожі можуть замінити реальні екскурсії лише за умов [14;15]:

- браку вільного часу;
- браку коштів для здійснення подорожі;
- проблеми зі здоров'ям;
- карантинних обмежень.

Віртуальні тури можуть сприяти оновленню пережитих чи забутих вражень.

З розвитком віртуальних технологій постало питання їх безпечності для людини. Результати останніх досліджень, які проводили американські вчені,

свідчать про вплив віртуального середовища на зміну способу життя Інтернет-користувачів, а також погіршення реальних комунікативних здібностей і ослаблення адаптації людини в соціальному середовищі [9].

У перспективі віртуальні екскурсії в Україні можуть стати колективними. На нашу думку, «групова участь» туристів у віртуальній екскурсії може сприяти підвищенню ефективності вражень та посилити емоційну складову, того, що особливо не вистачає в умовах карантинних обмежень. За результатами досліджень «Harris Interactive», одним із вагомих чинників під час вибору місця відпочинку або відвідування є саме візуальна інформація (Рис. 3.2.) [10]:

- 73% опитуваних відповіли, що обирають місце відпочинку або туризму в Інтернеті;

- 69% вважають, що найважливішою інформацією, необхідною для прийняття остаточного рішення, є саме візуальна (фотографії, віртуальні тури або відео);

- 59% опитаних назвали 3D-сферичні панорами і віртуальні тури корисними під час вибору місця відвідування або відпочинку [10].

Віртуальні тури допоможуть туристам і гостям зорієнтуватися в місті, ознайомитися з найцікавішими маршрутами і визначними пам'ятками історії та культури (монументами, скульптурами, сакральними об'єктами, музеями тощо), архітектурною забудовою тощо. Віртуальні подорожі можливі лише для користувачів Інтернету у вигляді інтерактивних 3D панорам відомих пам'яток, історичних пам'ятників чи інших популярних місць. 3D панорамами можуть бути оснащені інформаційні центри та сайти міст.

Віртуальним туризм є визнано трендом XXI століття. Проте на сьогодні в Україні віртуальний туризм є умовним. У світовій індустрії туризму наявні проекти, які передбачають створення систем віртуальної реальності, здатних зробити подорож, екскурсію дійсно захоплюючою.

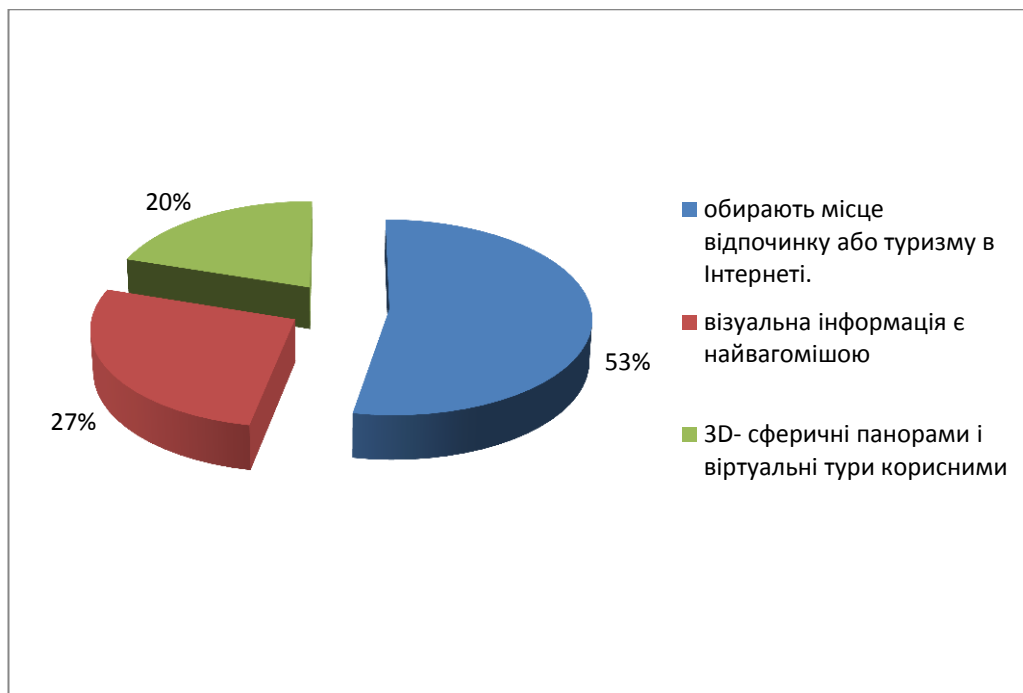


Рис. 3.2. Візуальна інформація як чинник вибору місця відпочинку*

**Складено автором за [10]*

До прикладу, одним з найвідоміших віртуальних світів он-лайн є комп'ютерний додаток «Second Life», який розроблено в Сан-Франциско Linden Lab у 2003 р. Second Life привернув увагу 7,5 млн. користувачів. Жителі віртуального світу Second Life пропонують тури, відкриваючи віртуальні туристичні агентства та видавничі путівники. Середні між комп'ютерною грою і чатами, ці цифрові світи дозволяють відвідувачам досліджувати віртуальні середовища 3D і взаємодіяти один з одним у кіберпросторі [7].

Таким чином, віртуальність у світі стає дедалі більшою реальністю. Віртуальний туризм має усі перспективи вийти на вищий рівень розвитку і в Україні. Допоможе наблизитися до реальності. Проте, на нашу думку, віртуальні екскурсії та віртуальний туризм не зможе замінити реальні подорожі, На сьогодні, в умовах світової пандемії, віртуальний туризм

альтернативою у розвитку екскурсійної діяльності, а у перспективі, вважаємо, варто інтегрувати віртуальні тури та екскурсії з реальними .

3.2. SWOT- аналіз застосування віртуальних екскурсій у туристичній галузі

Туризм є однією із тих галузей господарства країни, який значно постраждав від карантинних заходів під час світової пандемії коронавірусу. Туризм потребує трансформаційних змін та застосування нових методів і форм проведення подорожей задля мінімізації можливості захворювання та безпеки туристів.

Важливим питанням сучасного туристично-екскурсійного ринку є питання впровадження інновацій та залучення інвестицій у розвиток туристичних організацій. Інновації в туристично-екскурсійній діяльності – це розроблення, створення нових туристичних маршрутів, проектів тощо, із застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій, а також прогресивного досвіду в області управління й маркетингу, впровадження яких дозволить підвищити рівень зайнятості населення, забезпечити зростання його доходів, прискорити соціально-економічний розвиток і поліпшити туристичний імідж країни, регіонів, міст тощо [14]. Інновації у проведенні екскурсій можна умовно поділити на два основні напрями:

1) з використанням нових форм і методів (проведення індивідуальних, інтерактивних, костюмованих екскурсій, квест-екскурсій, тощо);

2) з використанням ІТ-технологій (мультимедійні технології, каталогізація об'єктів туристичної атракції, віртуальні музеї, віртуальні екскурсії, в тому числі 3-D екскурсії, використання роботів-екскурсоводів, QR-кодів тощо) [26].

В останній час, в умовах пандемії, великої популярності серед туристів набули віртуальні екскурсії. Це екскурсії які змодельовані за допомогою комп'ютера. Такий вид екскурсійної діяльності має безліч переваг, серед яких можна виділити [46]:

- доступність, адже велика кількість таких віртуальних екскурсій є безкоштовними. Тобто кожна людина, в незалежності від її фінансового стану, має можливість відвідати таку екскурсію, пізнати багато нового та розширити свій кругозір. Також такі екскурсії є просто винаходом для людей з обмеженими можливостями. Сидячи вдома перед комп'ютером, екскурсант має можливість відвідати музей, парк або інший туристичний об'єкт, незалежно від того, в якому місці чи країні вони розташовані;

- можливість огляду будь-яких екскурсійних об'єктів у будь-який час;

- можливість багаторазового перегляду текстової інформації та повторного прослуховування аудіо-запису екскурсовода;

- можливість багаторазової участі в екскурсії.

Перспективи використання віртуальних екскурсій у туристичній галузі регіону відображає наведений SWOT-аналіз (Таблиця 3.1.)

Проведений SWOT-аналіз засвідчує, що є переваги у застосуванні віртуальних екскурсій у індустрії туризму, зокрема розвитку музейного, екскурсійно-пізнавального, культурного, наукового та інших видів туризму.

У результаті дослідження даної тематики для збільшення популяризації віртуальних екскурсій, впровадження технологічних інновацій в індустрії туризму в Україні пропонуємо наступні рекомендації:

- до віртуальних екскурсій у комп'ютерному середовищі бажано додати значок «Поставити питання», для швидкого з'єднання з професійними екскурсоводами, які з легкістю зможуть відповісти на ваші питання стосовно певної екскурсії;

Таблиця 3.1.

Перспективи застосування віртуальних екскурсій у туристичній галузі регіону: SWOT- аналіз

| <i>Сильні сторони</i> | <i>Слабкі сторони</i> |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> -простота; -доступність; -економія часу (у т.ч. на отримання візи та здійснення власне екскурсії); - безоплатність (дешева віртуальна екскурсія); - безпечність віртуальної екскурсії для туриста (території військових дій, надзвичайних ситуацій тощо); -сприятливий екологічний стан середовища (віртуальний турист не забруднює природне середовище); -велика кількість історико-культурних туристичних атракцій; - велика кількість музейних установ та експонатів; - різнопрофільність музейних установ (краєзнавчі, історичні, музеї-заповідники тощо); - здійснення музеями екскурсійної, виставкової, просвітницької, виховної, культурно-масової та наукової роботи; - можливість поєднання музейних установ та об'єктів природно та історико-культурної спадщини при створенні віртуальних туристських маршрутів; - не залежність від сезону та часу доби; - наявність гаджету. | <ul style="list-style-type: none"> - відсутність (нестійкість) Інтернет-мережі; - низький рівень Інтернет-мережі у сільській місцевості; - недостатня кількість розроблених екскурсійно-туристичних маршрутів в межах країни; - необізнаність щодо інформаційного забезпечення туристів; відсутність системної туристичної - несформований рекреаційно-туристичний імідж регіону; - відсутність гаджетів, смартфонів тощо; - не в змозі забезпечити усіма відчуттями (запах, дотик, смак, звук і зорове сприйняття) |

| <i>Можливості</i> | <i>Обмеження</i> |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - розвиток музейного, екскурсійно-пізнавального, наукового туризму та інших віртуального туризму; - реставрація, збереження й покращення стану наявних музейних об'єктів в області; - можливість розвитку віртуальної екскурсії (туризму) у будь-яку пору року; - можливість розвитку віртуальної екскурсії (туризму) у будь-який регіон України та світу; - використання світового досвіду в дослідженні, організації і управлінні ринку екскурсійно-туристичних послуг. | <ul style="list-style-type: none"> - відсутність (нестійкість) Інтернет-мережі; - суперництво і відсутність координації між різними організаціями, які займаються рекламою і просуванням різновидів туризму; - відсутність механізмів реалізації державної політики щодо підтримки туристичного бізнесу тощо. |

- запуснути спеціалізовані GPS-автомобілі, які «розповідатимуть» про місцеві визначні пам'ятки. Учасник екскурсії зможе отримувати не лише звуковий коментар, але й наочне підтвердження почутого, яке буде зображатися на моніторі комп'ютера. Комп'ютеризована система буде працювати з картою пам'яті, на якій буде записана інформація про екскурсійні місця;

- запровадити нові віртуальні екскурсії пізнавального спрямування в форматі квесту для школярів, завдяки яким школярі зможуть вивчати шкільну програму та легко запам'ятовувати інформацію;

- для дітей шкільного віку впровадити онлайн-вікторини, розробленої за темою екскурсії, яку можна буде пройти після її завершення. Таким чином, відповівши на питання вікторини, учасники зможуть проявити себе та перевірити свої знання та здібності [33];

- додати до певних музейних експонатів, віртуальних екскурсійних програм QR-кодування, за допомогою якого екскурсанти матимуть

можливість, піднісши свої електронні гаджети до QR-коду, отримати відео доповнення до екскурсійної розповіді. Це будуть відеоролики з театралізованими елементами експонатів музею, відображення життя стародавніх людей або тварин, завоювання міст, бої середньовічних лицарів, життя дворянських панянок та інших елементів відповідної історичної епохи, котрі дадуть екскурсантам уявлення про той час, який буде зображуватися у доданому інформативному відео. Таке QR-кодування можна застосовувати в музеях різних тематик (історичних, краєзнавчих, художньо-мистецьких, літературних, природничо-наукових та галузевих). Окрім музейних екскурсій такий QR-код можна застосовувати в картинних галереях, планетаріях, або ж в віртуальних екскурсійних програмах містом;

- розробити онлайн-екскурсії з підтримкою VR-окулярів. Впровадити Інтернет-портали з підтримкою таких окулярів віртуальної реальності, які дадуть змогу екскурсантам відвідувати музеї, пам'ятки історії, визначні місця, не виходячи з власної домівки.

Перевагами таких сучасних інтерактивних та віртуальних екскурсій є те, що туристи під час таких турів отримують велику кількість цікавої інформації, яка дає змогу розширити кругозір, а також отримати максимум задоволення та безліч приємних вражень. Такі тури дають можливість туристам відвідати будь-які екскурсії різних тематик, навіть сидячи вдома, що особливо актуально під час світової пандемії коронавірусу.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Туризм є однією із тих галузей господарства країни, який значно постраждав від карантинних заходів під час світової пандемії корона вірусу та на сьогодні потребує трансформаційних змін та застосування нових методів і форм проведення подорожей задля мінімізації можливості захворювання та безпеки туристів.

Нами висвітлено оптимізацію розвитку віртуальних екскурсій у туристичній галузі. Окреслено перспективи розвитку віртуального туризму в Україні.

Вважаємо, що віртуальний туризм має усі перспективи вийти на вищий рівень розвитку і в Україні. На сьогодні, в умовах світової пандемії, віртуальний туризм є альтернативою у розвитку екскурсійної діяльності, а у перспективі, вважаємо, варто інтегрувати віртуальні тури та екскурсії з реальними .

Здійснено SWOT-аналіз застосування віртуальних екскурсій у туристичній галузі. Визначено переваги, можливості, а також слабкі сторони у застосуванні віртуальних екскурсій. Важливим питанням сучасного туристично-екскурсійного ринку є питання впровадження інновацій та залучення інвестицій у розвиток туристичних організацій.

У результаті дослідження даної тематики запропоновано рекомендації для збільшення популяризації віртуальних екскурсій, впровадження технологічних інновацій в індустрії туризму в Україні. Зокрема, запровадження нових віртуальних екскурсій пізнавального спрямування в форматі квесту для школярів, впровадження онлайн-вікторини для дітей шкільного віку, розробка віртуальних екскурсійних програм QR-кодування, що дасть можливість отримати відео доповнення до екскурсійної розповіді.

ВИСНОВКИ

Віртуальний туризм, є одним із видів туризму, що виник завдяки сучасним інформаційним комп'ютерним технологіям, електронним засобам комунікацій та можливостям Інтернету.

Розкрито сутність поняття «віртуальний туризм» та теоретичні основи віртуальної реальності. Розкрито історико-хронологічні аспекти розробки віртуального туру, що став початком його впровадження у туристичній індустрії. Історія віртуального туризму розпочиналась з музеїв.

Висвітлено поняття «екскурсія» та «віртуальна екскурсія». Подано класифікацію екскурсій. Окреслено відмінності класичної та віртуальної екскурсії. Розкрито роль віртуальних екскурсій у розвитку індустрії туризму.

Головною перевагою віртуальних турів є їх доступність для будь-якого користувача мережевих технологій і відсутність необхідності будь-яких істотних додаткових витрат. Цільова аудиторія для таких віртуальних турів є надзвичайно широкою, зокрема малозабезпечені верстви населення та люди з обмеженими властивостями.

Методика створення віртуальних турів вимагає спеціальних сервісів. Найбільш популярним у світі є сервіс «360 Cities» це галерея 3D-панорам з усього світу. Визначено Інтернет-ресурси, на яких пропонуються віртуальні екскурсії в Україні. Серед яких, Web-сайти професійних фотостудій та веб-студій, Web-сайти безпосередньо самих виробників туристичних послуг, Web-сайти, на яких зібрано віртуальні тури по багатьом містам України.

Висвітлено особливості розвитку віртуальних екскурсій територією України. На сьогодні в Україні пропоновані віртуальні екскурсії музеями, що територіально розташовані у різних областях країни. Віртуальні музеї надають відвідувачам безплатний доступ до культурної спадщини й світових мистецьких досягнень. Найбільше таких віртуальних екскурсій пропонують музеї Волинської, рівненської, Київської, Львівської, Полтавської,

Ченірвецької та Чернігівської областей. В Україні є віртуальні тури українськими музеями просто неба (скансенами). До послуг туристів віртуальні екскурсії замками, фортецями, історико-культурними заповідниками. Нами розкрито потенціал даних туристичних атракцій для розвитку віртуальних екскурсій.

Прикладами найбільш популярних Інтернет-ресурсів, де представлені віртуальні тури є, подорож Україною у 3D форматі. Віртуальні тури в Україні, це подорожі Карпатами, подорож музеями України он-лайн, подорож містами України (Львів, Миколаїв, Луцьк та ін.) 3D тури по Україні дозволяють познайомитися з визначними пам'ятками Києва і Чернівців, а також побувати в Одеській, Харківській, Дніпропетровській, Запорізькій, Черкаській та Вінницькій областях.

Віртуальний туризм в Україні можна розглядати як тренд ХХІ століття, що сприяє підвищенню іміджу туристського регіону, визначає орієнтир у формуванні туристичних потоків, нових надходжень й інвестицій в розвиток певної території.

Здійснено SWOT-аналіз застосування віртуальних екскурсій у туристичній галузі. Важливим питанням сучасного туристично-екскурсійного ринку є питання впровадження інновацій та залучення інвестицій у розвиток туристичних організацій. У результаті дослідження даної тематики запропоновано рекомендації для збільшення популяризації віртуальних екскурсій, впровадження технологічних інновацій в індустрії туризму в Україні. Зокрема, запровадження нових віртуальних екскурсій пізнавального спрямування в форматі квесту для школярів, впровадження онлайн-вікторини для дітей шкільного віку, розробка віртуальних екскурсійних програм QR-кодування тощо.

Вважаємо, що на сьогодні, в умовах світової пандемії, віртуальний туризм є альтернативою у розвитку туристичної діяльності в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Buhalis D. Tourism: information technology for strategic tourism management. *Financial Times Prentice Hall*. 2003. 408 p.
2. Buhalis D. Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years after the Internet - the State of e-Tourism Research . *Tourism Manage*. 2008. №29(4). P.609-623.
3. Street View – Google Maps Музеї України онлайн. <https://www.google.com/maps/views/streetview?gl=us>
4. The History of Virtual Tours. URL: <http://www.campustours.com/evolution>
5. Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play / M. Sheller, J. Urry. GB: Routledge Ltd, 2004. 253 p.
6. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
7. Virtual Tourism Takes off. URL: <http://www.perthnow.com.au/travel/virtual-tourism-takes-off/story-e6frg3tu>.
8. Wearing S. Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveller. SAGE, 2009. 185 p.
9. Williams A.P. Virtual Reality and Tourism: Fact or Fantasy. *Tourism Managt*. 1995. №16(6). P. 423– 427.
10. Yaromenko Oksana, Prokopiuk Diana. The usage of museums in the tourist industry in Rivne region. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. Матеріали XIII Міжнародної наукової конференції. Львів, 2019. С. 238–242.
11. Акишева А.С., Касенова Э.Ж. Роль музеев в культурном туризме. URL: <http://178.89.7.117/repository/index.php/homepage/patentter/item/214-akisheva-a-s-kasanova-e-zh-rol-muzeev-v-kulturnom-turizme>.
12. Андреев Г.О. Развитие познавательного туризма - перспективный напрямок у справі збереження культурної спадщини України. Український

центр культурних досліджень, 1994-2010 рр. URL:
http://www.culturalstudies.in.ua/knigi_6_2.php

13. Аніпко Н., Фалендиш О., Стасюк Д. Віртуальний туризм як феномен ХХІ століття. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. Матеріали ювілейної Х міжнародної наукової конференції. Львів, 2016. С. 23 –26.

14. Божко Л. Д. Віртуальний туризм: нові віяння часу. *Культура України*. Випуск 49. К, 2015. С.151 URL: 160.

15. Борисов Є. А. Тривимірна візуалізація туристичних об'єктів та маршрутів як елемент інформаційного забезпечення діяльності турагенств. Гірський інформаційно-аналітичний бюлетень: науково-технічний журнал. 2013. № 12. С. 302–305.

16. Браккер Н.В., Петренко Е.П. Десятилетний опыт разработки и внедрения автоматизированных систем для музейных фондов. Компьютеризация в музеях. Сб. докладов Всероссийской конференции. 1997. С. 31–38.

17. Буй В. М. Інформаційні системи в економіці. Гармонізація суспільства новітній напрямком розвитку держави: Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених, 25 березня 2014 р. : матер. конф. Одеса, ОНЕУ. С. 109– 116.

18. Верес К. О. Інноваційні технології в екскурсійному супроводі. Туризм и рекреація. URL:
<http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/17392/3/Innovative%20technology%20of%20excurtion%20accompanied.pdf>

19. Виртуальный тур. Art Of Web. URL: <http://artofweb.ru/solutions/aow-businesscenter/>.

20. Вичівський П.П. Перспективи використання музеїв Прикарпаття в туристичній галузі регіону Карпатський край. Наукові записки. №1. 2012. С.170–174.

21. Женило А. Є. Добровольська Н. В. Шляхи інноваційного розвитку екскурсійного туризму в Україні. *Оптимізація використання ресурсного потенціалу туристичних дестинацій в Україні*. 2020. С. 29–30.
22. Гураль Р.І. Основні напрямки розвитку інформаційної структури музеїв. Роль музеїв у культурному просторі України і світу. Вип. 11. Дніпропетровськ, 2009 С. 582 – 586.
23. Державний історико-культурний заповідник у м. Дубно. URL: <https://dubno-museum.do.am/>
24. Державний історико-культурний заповідник міста Острога. URL: <https://ostrohcastle.com.ua/>
25. Дрогомирецька М.І. Культурно-пізнавальний туризм і його роль у стійкому розвитку регіонів. Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.) / голова редкол. С.В. Мельниченко. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. С. 58-62.
26. Казакова, Н. Ф. Аналіз сучасного стану досліджень і розробок в області побудови ін-формаційно-освітніх середовищ. Сучасні інформаційні тех- нології в повсякденній діяльності та підготовці юристів : І молод. наук. конф., 25 березня 2005 р. : матер. конф. Одеса : ОНЮА. С. 80–84.
27. Карпати в 3D онлайн. URL: <http://карпаты3д.com/uk/galereya-turov/item/teatr-plosha.html> .
28. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навч. посіб. Чернівці: Книги-XXI. 2008. 343 с.
29. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с..
30. Культурное наследие и туризм. Мир музеев. 2007. № 7. С.12–13.
31. Латыпов И.А. О некоторых философских аспектах формирования субкультуры виртуального туризма: его новая история или только «story»?

Современные проблемы науки и образования. 2014. №2.
URL: https://tourlib.net/statti_tourism/latypov.htm.

32. Луцьк став віртуальним у 3D-форматі.
<https://www.volynnews.com/news/society/lutsk-stav-virtualnym-u-3D-formati /3>

33. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. URL: http://history.org.ua/JournALL/kraj/kraj_2013_3/13.pdf

34. Маньковська Р.В. Музеї України в інформаційному просторі: досвід та перспективи. Історія України. Маловідомі імена, події, факти. Вип. 11. К., 2000. С. 214 – 221.

35. Музеї України онлайн. URL: <http://incognita.day.kyiv.ua/exposition>.

36. Наседкин К.А. Локальная сеть и Интернет в музее. Компьютеризация в музеях. 1997. 123 с.

37. Орлик О. В. Єсіна О. Г. Інформаційні системи як стратегічній засіб розвитку фірми. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2001. № 10. С. 386–390.

38. Орлик О. В. Інформаційні системи в сфері управління організацією. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2002. № 12. С. 188191.

39. Програма ЮНЕСКО «Інформація для всіх». URL: <http://www.ifap.ru/ofdocs/unesco/program.htm>.

40. Румянцев М.В. Феномен віртуального музею. Філософія без окраїн: сб. науч. тр. Красноярск: Сибир. федер. ун-т, Гуманит. ин-т, 2008. С.126–134.

41. Рівненська обласна державна адміністрація. URL: <http://www.rv.gov.ua/sitenev/main/ua/5819.htm>

42. Рівненщина туристична. URL: доступу: <https://rivne.travel>

43. Романуха О.М. Розвиток музейної справи як фактор активізації міжнародного туризму. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. С. 79–83.

44. Румянцев М.В. Феномен виртуального музею. Философия без окраин: сб. науч. тр. Красноярск: Сибир. федер. ун-т, Гуманит. ин-т, 2008. С.126-134.
45. Савіцька О.П., Федорович О.І. Культурний туризм: реалії та перспективи розвитку у Львівській області Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.1. С. 376–383.
46. Самохвал О. О., Войнаровська Н. В. Виртуальна екскурсія як інноваційний метод лінгвокраїнознавчої підготовки майбутніх фахівців туристичної сфери. Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер.: Філологічна. 2013. Вип. 33. С. 312–315.
47. Сарненський історико-етнографічний музей. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
48. Сидоренко Г. Ю. Наукові записки Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка. Географічні науки. 2013. Вип.4. С.112–114.
49. Сколота З. Н. Эстетика «новой телесности» в виртуальном пространстве. URL: <http://research-journal.org/featured/philosophy/estetika-novoj-telesnosti-v-virtualnom-prostranstve/>
50. Советникова С.И. Компьютерный учет новых поступлений. Музейні читання. Матеріали наукової конференції Музею історичних коштовностей України. К., 1998. С. 123–129.
51. Сущенко О.А., Кравченко В.В. Становлення віртуального туризму як напрямку розвитку інформатизації діяльності туристичного підприємства. Комунальне господарство міст, 2018. Випуск 140. С. 19 –24.
52. Титаренко Л. Туристична галузь як фактор стимулювання зайнятості в Україні. Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці – м. Сучава, 23-24 квітня 2015 р. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2015. С.81–83.

53. Тури в Україні. URL: <https://covid.unian.ua/10922969-top-10-naykrashchih-virtualnih-ekskursiy-v-ukrajini.html>

54. Черевичко Т. В. Туризм в контексті інформаційної економіки
URL: <http://infotour.in.ua/cherevichko2.htm>

55. Яроменко О. В. Регіон як інвентивна туристична дестинація / О. Яроменко, О. Романів, М. Микулін // Регіональні геоекологічні проблеми: сучасний стан та шляхи їх вирішення: Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Рівне, 20- 22 жовтня 2016 р.). Рівне, 2016. С. 142–145.

56. Яроменко О. Гончарук М. Тенденції розвитку віртуального туризму в Україні. Регіон – 2021: суспільно-географічні аспекти: матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців (м. Харків, 15 квітня 2021 року). Гол. ред. колегії Л.М. Немець. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. С. 141–143.

ДОДАТКИ

Додаток А

Дубенський замок. Рівненська область



Додаток Б

Острозький замок. Рівненська область

ОСТРОЗЬКИЙ ЗАМОК

