

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»
Факультет суспільних і прикладних наук
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему: «Віртуальний туризм – передумови та перспективи розвитку в
Івано-Франківській області»

за освітньо-професійною програмою
«Економіка та організація туристичної діяльності»
спеціальності 242 Туризм

Студентки 4 курсу, групи Тз-19 _____
Горічок Соломії Петрівни _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник Жирак Л.М. _____
ст. викладач _____

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала 3 _____

Кількість балів: 61 оцінка ECTS E _____

Члени комісії

 (підпис)	 Демурко Н.М. (прізвище та ініціали)
 (підпис)	 Мерелюк Х.М. (прізвище та ініціали)
 (підпис)	 Осиповичук Т. (прізвище та ініціали)
 (підпис)	 Григорак-Тамарак (прізвище та ініціали)
 (підпис)	 Жирак Л.М. (прізвище та ініціали)

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»
Факультет суспільних і прикладних наук
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Освітній ступінь: «бакалавр»
Спеціальність: 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи
Терещук Д. М.
« 08 » 02 2023 року

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ СТУДЕНТУ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Горічок Соломії Петрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Віртуальний туризм – передумови та перспективи розвитку в Івано-Франківській області»

Керівник роботи Жирак Людмила Михайлівна

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом закладу вищої освіти від «11» листопада 2022 року №155/1-НВ.

2. Строк подання студентом роботи 25.05.2023 року

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити) _____

1. Вивчити теоретичні аспекти віртуального туризму: поняття, види, особливості організації віртуальних турів; зарубіжний та вітчизняний досвід у створенні віртуальних турів.

2. Аналіз та оцінка можливостей формування та реалізації віртуальних турів в Івано-Франківській області: дослідження сучасного стану туризму та ресурсів Івано-Франківської області для розвитку віртуального туризму; віртуальна Івано-Франківщина – сучасний стан, попит та пропозиція на ринку.

3. Створення та впровадження віртуальних турів на ринок туризму в Івано-Франківській області як рекомендації щодо розвитку віртуального туризму; формування маршрутів віртуальних турів по Івано-Франківській області; економічне обґрунтування, ефективність та шляхи впровадження віртуальних турів на ринок туризму Івано-Франківської області; перспективи розвитку віртуального туризму в Івано-Франківській області.

4. Дата видачі завдання 08.02, 2023 року

Календарний план виконання роботи

№ н/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строки виконання етапів роботи	Примітка
1	Визначення теми кваліфікаційної роботи	14 листопада	виконано
2	Визначення плану роботи та погодження з науковим керівником	8 лютого	виконано
3	Підбір та аналіз літературних джерел з теми кваліфікаційної роботи	15 березня	виконано
4	Підбір методів для проведення досліджень	березень	виконано
5	Написання розділу 1. Теоретичні аспекти віртуального туризму	березень	виконано
6	Написання розділу 2. Аналіз та оцінка можливостей формування та реалізації віртуальних турів в Івано-Франківській області	квітень	виконано
7	Написання розділу 3. Створення та впровадження віртуальних турів на ринок туризму в Івано-Франківській області як рекомендації щодо розвитку віртуального туризму	травень	виконано
8	Підготовка текстового варіанту роботи для попереднього захисту на засіданні кафедри	25 травня	виконано
9	Обробка зауважень наукового керівника	31 травня	виконано
10	Представлення роботи для перевірки на академічну доброчесність	1 червня	виконано
11	Представлення оформленої роботи на кафедру	10 червня	виконано
12	Написання відгуку наукового керівника	12 червня	виконано
13	Рецензування кваліфікаційної роботи	15 червня	виконано
14	Підготовка доповіді та презентації до роботи	15-20 червня	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	23 червня	виконано

Студент


(підпис)

Соломія ГОРІЧОК
(прізвище та ініціали)

Науковий керівник


(підпис)

Людмила ЖИРАК
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Метою дослідження полягає у комплексному, всебічному дослідженні віртуального туризму.

В першому розділі розглянуто теоретичні аспекти віртуального туризму.

В другому розділі проведено аналіз і оцінку можливостей формування та реалізація віртуальних турів в Івано-Франківській області.

В третьому розділі представляє процес створення та впровадження віртуальних турів на ринок туризму Івано-Франківської області як рекомендації щодо розвитку віртуального туризму.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ВІРТУАЛЬНИЙ ТУРИЗМ, РЕАЛІЗАЦІЯ, МОЖЛИВОСТІ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	6
1.1 Поняття, види віртуальних турів.....	6
1.2 Особливості створення та організації віртуальних турів	11
1.3 Зарубіжний та вітчизняний досвід у створенні віртуальних турів	15
<i>Висновки до розділу 1</i>	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ І ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІХ ВІРТУАЛЬНИХ ТУРІВ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	20
2.1 Сучасний стан туризму в Івано-Франківській області.....	20
2.2 Дослідження ресурсів Івано-Франківської області для розвитку віртуального туризму.....	27
2.3 Віртуальна Івано-Франківщина – сучасний стан, попит та пропозиція на ринку	32
<i>Висновки до розділу 2</i>	40
РОЗДІЛ 3. СТВОРЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ТУРІВ НА РИНОК ТУРИЗМУ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	41
3.1 Формування віртуальних турів по Івано-Франківській області.....	41
3.2 Економічне обґрунтування, ефективність та шляхи впровадження віртуальних турів на ринок туризму Івано-Франківської області	49
3.3 Перспективи розвитку віртуального туризму в Івано-Франківській області.....	54
<i>Висновки до розділу 3</i>	56
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	612
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність дослідження. Стрімкий розвиток інноваційних інформаційних технологій, креативної індустрії, виклики пандемії в сучасному світі спонукають до поширення нових видів туризму. У сфері туризму необхідно формувати аспекти позитивного іміджу міста, області чи області в сучасних умовах. Так звані віртуальні тури, екскурсії являють собою набір цифрових панорам. Подібні панорами давно з'явилися на Google Maps, почали з'являтися сервіси для створення віртуальних турів типу 3D панорам.

Сьогодні деякі веб-сайти готелів, ресторанів і Google Maps пропонують віртуальні тури замість звичайних фотографій. Це допомагає «перенести» потенційного гостя в атмосферу закладу, викликати емоції. Тим не менш, ніхто не поспішає відмовлятися від традиційних фото.

Актуальність дослідження даної теми пов'язана з величезним розвитком високотехнологічних технологій в інформаційному просторі і, як наслідок, з розвитком масової комунікації. Глобальна мережа стала важливою частиною культурного життя загалом і життя туристичних закладів зокрема. В останні роки ще частіше стали з'являтися віртуальні тури цікавими туристичними місцями Івано-Франківщини, оскільки цей край багатий на видовищні природні дива, саме тому дослідження віртуальної Івано-Франківщина постає дуже актуальним питанням.

Науково-теоретична основа виконання дослідження. Вагомий внесок у висвітленні питань предмету дослідження зробили такі вітчизняні та міжнародні дослідники як О. В. Зобенько, Н. В. Корнілова, Ю. В. Шапоренко, Н. А. Аніпко, Д. Стасюк, О. А. Сущенко, В. В. Кравченко, А. С. Левченко, Л. М. Вежбовська, В. Д. Клівак та інші. Дослідженню розвитку віртуальних турів в науковій літературі приділяється значна увага. Автори акцентують на різних аспектах даного виду туристичної діяльності. Зокрема, зауважується, що інноваційні

засоби в туризмі зумовлені виникненням інформаційного суспільства, що формує цифрову, віртуальну реальність у її різноманітті специфічних соціальних, культурних, споживчих практик. Наукові вітчизняні дослідження свідчать, що зростає науковий інтерес феномену популярності віртуального туризму в Україні та, зокрема, й у Івано-Франківській області.

Мета дослідження полягає у комплексному, всебічному дослідженні віртуального туризму.

Для виконання вищезазначеної мети були поставлені наступні **завдання**:

- охарактеризувати поняття, види, особливості створення та організації віртуальних;
- розглянути зарубіжний та вітчизняний досвід у створенні віртуальних турів;
- дослідити ресурси Івано-Франківської області для розвитку віртуального туризму;
- охарактеризувати віртуальну Івано-Франківщину з точки зору сучасного стану, попиту та пропозицій на ринку;
- сформувати віртуальний тур як рекомендацію щодо розвитку віртуального туризму в Івано-Франківській області;
- визначити перспективи розвитку віртуального туризму в Івано-Франківській області.

Об'єктом дослідження є віртуальний туризм.

Предметом дослідження є перспективи розвитку віртуального туризму в Івано-Франківській області.

Для вирішення завдань та досягнення мети роботи було використано такі **методи**: історичний метод; метод контент-аналізу; метод узагальнення отриманих даних. Методика дослідження також базується на використанні системного, статистичного і логічного аналізу отриманої інформації та експертних оцінок, а також методу спостереження. Базою для аналізу послужили статистичні дані.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що вони становлять науково-теоретичний і практичний інтерес у:

- використанні туристичними агентствами для підвищення ефективності діяльності своїх закладів;
- науково-дослідній сфері – для подальшої розробки актуальних проблем теорії та практики предмету дослідження;
- навчальному процесі – матеріали курсової роботи можуть бути використані для розробки та викладання навчальних дисциплін.

Структура роботи складається із вступу, трьох розділів, що містять дев'ять підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Список бібліографічних посилань використаних джерел включає 38 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Поняття, види віртуальних турів

В умовах інформаційного розвитку, посилення процесів глобалізації виникає новий вид туризму, який надає «новий простір для відвідування» – віртуальний. Це був кінець 20-го початок 21-го століття завдяки розвитку інформаційних технологій почала формуватися віртуальна реальність. У 21 столітті глобальна пандемія сприяла значному поширенню віртуального туризму.

Віртуальність є найважливішою характеристикою сучасної соціальної реальності, а інформаційні технології можуть ефективно замінити безпосереднє спілкування людини з природними, історичними, архітектурними та іншими духовно-реальними об'єктами дійсності. Це означає, що всі ці процеси призвели до появи нового виду туризму – віртуального [8, с. 19].

Віртуальний туризм (VR-туризм) це один із популярних останнім часом онлайн-«світів», так зване «Інше життя».

Вперше термін «віртуальний тур» був використаний у 1994 році. Адже саме з метою відновлення зовнішнього вигляду замку Дадлі у Великій Британії, який був зруйнований у XV столітті. Британський інженер Колін Джонсон розробив віртуальний тур, який став початком нового розвитку туризму. Отже, історія віртуального туризму почалася з музеїв [7].

Віртуальна екскурсія – це один із найефективніших і найсучасніших способів візуалізації навколишнього середовища, який дозволяє по-особливому показати все, що навколо, з максимальною деталізацією та комфортом. Віртуальний тур часто можна назвати онлайн-туром (On-line tour) або 3D-туром [2, с. 93].

Іншими словами, віртуальна екскурсія – це загальне визначення кількох об'єднаних сферичних панорам, між якими можна віртуально «переміщатися» в

процесі перегляду (рис. 1.1). Віртуальні тури можуть бути доповнені різноманітними інтерактивними елементами: спливаючі інформаційні вікна, фотографії, пояснювальні написи, анімаційні елементи, звукові ефекти, фонова музика, усілякі графічні клавші керування тощо.



Рис. 1.1 Схема віртуального туру

Віртуальний тур – це набір фотографій у форматі 360°, які з'єднані між собою точками переходу, що дозволяє віртуально «пересуватися» по кімнаті. Готель або ресторан пропонується потенційному клієнту в особливий спосіб, в якому глядач діє так, ніби він присутній в інтер'єрі приміщення, щоб створити найбільш повне враження від атмосфери закладу в цілому [3, с. 243].

Найяскравішим прикладом віртуального туризму є платформа Sites in 3D 360 Panoramic Photographs. Virtual Tours, який діє з 2015 року. Він дозволяє віртуально відвідати понад 50 країн світу, включаючи віртуальні тури мечетями, гробницями, палацами, музеями, готелями, басейнами, вежами, площами, парками, священними та стародавніми розкопками, космосом і багато іншого.

Віртуальні тури можна здійснити не тільки в приміщенні, а й на відкритому повітрі. Ви також можете зробити аерофотозйомку 360° з висоти пташиного польоту, щоб показати всю територію комплексу. Стандартні фото також є пріоритетними, адже це найдоступніший і найпростіший спосіб відобразити компанію. Але якісна фотозйомка інтер'єру іноді може коштувати набагато дорожче віртуальної екскурсії. Тут замовник повинен вирішити сам. Для

кращого розуміння можна порівняти чорно-білу фотографію з кольоровою. Спочатку кольорова фотографія була виробничою та технологічно дорогою, дозволити собі її могли не всі, але з розвитком промисловості та попиту вона стала доступнішою. Те саме стосується 360° фотографій – технологія все ще розвивається. Якщо зараз це не входить у ваш бюджет, занотуйте та запитайте про це наступного року.

До переваг використання віртуальних турів можна віднести наступне [1, с. 73]:

1) інтерактивність, яка створює ефект присутності і дозволяє користувачеві не тільки пасивно спостерігати, а й брати активну участь у процесі;

2) реалізація потреб у подорожах для людей з обмеженими фізичними та фінансовими можливостями;

3) інформативність:

а) отримання повної або додаткової інформації про будь-який об'єкт туристичного призначення;

б) детальне ознайомлення з будь-якими об'єктами, що входять до 3D зображення.

4) універсальність і простота використання: тури можна публікувати на будь-якому електронному носії або завантажувати на веб-сайт і зберігати для широкого використання;

5) економія часу та грошей: традиційні подорожі потребують значних фінансових витрат, тоді як віртуальні подорожі в Інтернеті абсолютно безкоштовні та дозволяють економити час;

6) безпека: «подорожуючи» по монітору власного комп'ютера, турист уникає фізичних труднощів і небезпеки, а ризик отримання травми мінімальний;

7) автентичність і переконливість: користувач може зазирнути в будь-який куточок простору і побачити більше, ніж статичну фотографію.

До недоліків використання віртуальних турів можна віднести [1, с. 73]:

1) відсутність емоцій: людський мозок розуміє зміну реальності, тому що ті емоції та відчуття, які турист отримує від подорожі реальними маршрутами, неможливо отримати від віртуальних;

2) низький рівень запам'ятовуваності;

3) висока ціна послуг при створенні 3D панорам для замовників (суб'єктів туристичної діяльності – готелі, ресторани, музеї та ін.);

4) повністю відображати їх можна тільки на електронних носіях.

Можна сказати, що віртуальний туризм витісняє як справжні подорожі, так і реальний туризм. Така «туристична поїздка» комфортніша і зручніша, безпечніша, оскільки здійснюється в межах будинку. «Віртуальна екскурсія» відкриває величезні простори культурного простору, а єдиним засобом пересування в просторі подорожі є комп'ютерна миша [3, с. 245].

Що стосується цінової політики віртуальних турів, то, як і будь-яких інших, існує широкий діапазон цін. Все залежить від конкретного виконавця, його обладнання, вміння обробити та об'єднати весь відзнятий матеріал у повноцінну віртуальну екскурсію та витраченого часу. Ціновий діапазон наземного віртуального туру може починатися від 99 доларів. В даний час існують камери, які знімають все 360° зображення одночасно, зйомка однієї точки займає близько 5 хвилин. Інший варіант процесу зйомки передбачає використання однооб'єктивної дзеркальної камери з ширококутним об'єктивом і спеціальним штативом, який по черзі знімає серію знімків, потім підлоги і стелі. У цьому випадку одна 360° фотографія може зайняти 10 хвилин і більше. Цей варіант більш тривалий на стадії комп'ютерної обробки. Це стосується і аерофотозйомки.

Існує велика кількість сайтів, які пропонують віртуальні тури в різні місця по всьому світу. Вартий уваги проект Google Arts & Culture, який дозволяє досліджувати колекції мистецтва по всьому світу в найдрібніших подробицях. Сайт пропонує добірку матеріалів за такими категоріями: художники, техніки, напрями, історичні події, історичні особистості, різні місця. Тут ви знайдете

віртуальні екскурсії Британським музеєм, Національною галереєю, Музеєм Вікторії та Альберта, собором св. Павла, Галерея Тейт та багато інших [4].

Види віртуальних турів [6]:

- віртуальна екскурсія – це послідовність кількох об'єднаних панорамних фотографій, забезпечує можливість візуального переміщення під час перегляду екскурсії (віртуальної екскурсії) за допомогою спеціальних переходів, взаємодії з об'єктами, що входять до складу зображення, з метою отримання додаткової інформації;

- віртуальна екскурсія з точки зору досягнення результату – це спосіб відображення форми об'єкта та його якостей, заснований на технології, яка дозволяє туристу взаємодіяти з зображенням, тобто в результаті дії на нього. зображення, змінювати його, властивості об'єктів, які входять до нього, і отримувати відгуки в режимі реального часу, зберігаючи інтерактивний вигляд;

- віртуальний тур в маркетингу дозволяє продемонструвати потенційному споживачеві ваш продукт або послугу, створюючи ілюзію присутності в місці перегляду і викликаючи яскраві візуальні образи.

Віртуальні тури поділяються [7, с. 24]:

1) за складом і кількістю учасників для індивідуальних, колективних, для місцевого населення, туристів, дорослих і школярів з урахуванням особливостей сприйняття;

2) за місцем проведення: міські, замські, промислові, музейні, комплексні;

3) за формою проведення: екскурсія-масова, екскурсія-прогулянка, екскурсія-лекція (буде більше сказано, ніж показано), екскурсія-концерт, екскурсія-вистава, екскурсія-вистава;

4) за метою використання: навчальні, пізнавальні, розважальні, наукові та екзотичні.

Функції віртуального туризму також різноманітні. Основними з них є: інформаційна, візуалізаційна функція, збутова, мотиваційна, іміджева, рекламна, розважальна, релаксаційна, рекреаційна функція. Все це дозволяє розширити аудиторію потенційних клієнтів-туристів за допомогою віртуальних екскурсій

або турів. Віртуальний туризм – це також легкість та ефективність розміщення нових, оновлення та заміни старих віртуальних турів чи подорожей. Це гарантує, що інформація, представлена на веб-сайті, завжди актуальна.

Можна сказати, що віртуальний туризм добре розроблений і розкривається більш практично, а не теоретично, тому що різні джерела трактують цей термін по-різному, але в практичному сенсі значення залишається незмінним, це також пов'язано з тим, що віртуальний туризм часто називають у такій інтерпретації як 3D-екскурсія, 3D-панорама, 3dtour, хоча насправді кожен із цих елементів має свої особливості [8, с. 21].

Багато експертів туристичної галузі впевнені, що розвиток віртуального туризму стане одним із напрямків туристичної індустрії. В даний час віртуальні тури в туризмі служать в основному засобом реклами і просування. Ці технології давно використовуються, наприклад, у готельному господарстві.

Тому онлайн-туризм став платформою для створення нового напрямку, такого як віртуальний туризм або VR-туризм, як інструмент підтримки попиту на туристичні послуги під час карантину та збереження майбутнього попиту після зняття обмежень. Віртуальний туризм як індивідуальна діяльність, що дозволяє за допомогою сучасних обчислювальних технологій та комунікаційних мереж створювати та отримувати найбільш реалістичну сенсорну інформацію про бажаний пункт призначення з числа реальних без фізичного переміщення до нього. Віртуальні тури можна розділити за місцем розташування на місто, країну, галузь, музей, кампус.

1.2 Особливості створення та організації віртуальних турів

Сьогодні в міжнародній практиці багато музеїв, галерей, закладів розміщення використовують віртуальні тури, які дозволяють майбутнім клієнтам пройти по всіх виставкових залах або приміщеннях, роблячи це для реклами. Таким чином, віртуальний тур є дуже потужним маркетинговим

інструментом, який дозволяє інформувати існуючих партнерів і клієнтів, а також привертати увагу і залучати нових.

Віртуальна організація – це мережа ділового співробітництва, яка охоплює основний бізнес цієї організації, її зовнішнє середовище (постачальників, клієнтів тощо), функціонування якої координується та поєднується за допомогою сучасних інформаційних технологій і засобів телекомунікації. Останні разом із мережевими принципами організації багато в чому забезпечили формування віртуальних організацій, оскільки фактично роблять непотрібною фізичну присутність менеджерів на робочих місцях. Віртуальні команди групують людей у міру необхідності, щоб створити певну цінність для задоволення конкретних потреб [10, с. 221].

Підсумовуючи, слід зазначити, що даний напрямок діяльності дозволить вигідно використовувати інноваційні Інтернет-технології в діяльності туристичних підприємств та організацій у створенні конкурентоспроможного туристичного продукту, створенні позитивного іміджу серед споживачів і партнерів, запровадженні ефективної реклами компанії, а для інших учасників кластеру це дозволить просувати на ринок нові види туризму та інші супутні товари та послуги для задоволення потреб споживачів.

Наприклад, підготовка та проведення освітніх віртуальних екскурсій складається з трьох етапів: підготовчий етап, етап безпосередньої реалізації та заключний етап підбиття підсумків екскурсії. Підготовчий етап характеризується пошуком об'єкта екскурсії та власне підготовкою до неї (продумуванням і вибором необхідних матеріалів). На етапі безпосереднього виконання здійснюється перегляд експонатів, отримання теоретичних відомостей та виконання студентами завдань. Потім настає завершальна фаза, яка характеризується узагальненням побаченого, себе та самооцінкою [11, с. 73].

При створенні віртуального туру можна виділити наступні етапи:

1. шукати ідею;
2. фотографування (відеозапис) об'єкта;

3. обробка отриманих зображень;
4. здійснення віртуальної екскурсії;
5. створення плану та навігації;
6. просування товару на ринку.

Створення віртуального туру потребує не лише спеціальних технік зйомки, а й спеціального програмного забезпечення для збирання зроблених фотографій у готовий продукт. Після зйомки на карті пам'яті фотоапарата залишається певна кількість фотографій. Це необроблені дані для роботи. На виході має вийти продукт, який дозволяє обертати перед очима сферичну панораму, перемикатися на інші панорами, реагувати на нахили та повороти мобільного пристрою, показувати фотографії, відтворювати музику чи відеокліпи. У процесі відтворення віртуальної екскурсії має звучати фонова музика [14, с. 815].

Перед склеюванням зроблених фотографій у сферичні панорами їх необхідно зіставити з реальним видом. Справа в тому, що навіть професійний цифровий фотоапарат дуже часто не може передати зображення таким, яким його сприймає людське око. Попередня обробка зображення дозволяє наблизити зображення до природного вигляду.

До основних аспектів створення віртуальних турів можна віднести [12]:

- по-перше, відбір туристсько-екскурсійних об'єктів (крім того, слід обирати різноманітні за спрямованістю та змістом об'єкти і водночас презентувати їх, щоб показати багатство туристичного потенціалу);
- по-друге, якісна фото- та відеозйомка за участю професійних фотографів;
- по-третє, платформа для розміщення 3D-шоу; залучення спеціалістів-консультантів щодо інформаційної підтримки 3D турів.

Технологія створення віртуальних турів складається з кількох етапів [13, с. 337].

1) Перша фаза – об'єкт фотографується цифровою дзеркальною камерою з надширококутним об'єктивом або об'єктивом типу «риб'яче око» (4 і більше полів).

2) Наступний крок – обробка вихідних зображень і створення прямокутної проекції панорами, тобто об'єднання зображень в одне зображення. На цьому етапі ви можете використовувати різні програми обробки зображень (Adobe Photoshop, Adobe Lightroom, Capture One Pro, Nikon Capture NX 2, Digital Photo Professional, DXO Optics, Photomatix Pro, PTLens, AcaPixus RectFish, Super Cubic) і створити проекцію (PTGui Pro, Autopano Pro, Hugin, PhotoFit, Pixtra OmniStitcher, Panorama Factory, PanaVue ImageAssembler, Smartblend, Enblend/Enfuse, PanoramaTools).

3) На наступному етапі до кожної панорами будуть додані активні зони, розроблено графічне оформлення екскурсії, за потреби буде додано звуковий супровід, спливаючі вікна з текстом тощо. На цьому етапі використовується таке програмне забезпечення: Pano2QTVR free, Pano2VR, Photo Warp, Panoweaver, Tourweaver, freeDEXpano, JATC, Panorama2Flash, Pixtra TourMaster, Flash Panorama Player, kpano тощо.

Наприклад, одним із можливих засобів інформаційних технологій, що дозволяють створювати мультимедійні віртуальні тури, є програми з широко використовуваного офісного пакету Microsoft Office – Power Point та стандартний засіб операційної системи Windows, а саме Windows Movie Maker [17, с. 53].

Результатом роботи програми є кінцевий продукт – віртуальний тур, який можна здійснити на сайті або на локальному пристрої, не підключеному до Інтернету.

Віртуальна екскурсія – це насамперед представлення необхідної інформації в доступній та наочній формі. Віртуальний тур за кілька хвилин надасть багато інформації, яку можна порівняти з кількістю інформації після фізичного відвідування об'єкта [14, с. 818].

Тому процес створення віртуальних турів можна розділити на 3 етапи: фотозйомка, обробка отриманих зображень і остаточне складання віртуального туру. Фотографування об'єкта – це дуже складний і трудомісткий процес, адже від цього залежить якість панорами. Фотопанорами створюються з кількох спеціально підготовлених фотографій за допомогою спеціальних програм, які об'єднують зображення в одну панораму та усувають спотворення. Віртуальні тури складаються з фотопанор, створених в інших спеціалізованих програмах – конструкторах турів. Окремі фотопанорами з'єднані між собою плавними переходами завдяки виділенню на них активних зон.

1.3 Зарубіжний та вітчизняний досвід у створенні віртуальних турів

У зарубіжній практиці віртуальні тури широко використовуються в маркетинговій стратегії як інструмент просування товарів і послуг з метою залучення клієнтів за рахунок виразності, достовірності та ефективності. Основні переваги 3D панорам перед звичайними фотографіями чи відео в тому, що вони забезпечують максимально повне зображення конкретного об'єкта чи території. Під час перегляду панорами потенційний споживач ніби сам керує «видом» камери. Завдяки такій інтерактивності майбутній турист ближче пізнає туристичний об'єкт, відчує «ефект віртуальної реальності» [18, с. 82]. І цей ефект вже відомого місця неоціненний, коли перед споживачем у майбутньому стоїть вибір конкретного маршруту, поїздки, пансіонату, готелю тощо.

Міжнародний досвід впровадження віртуальних турів переконливо доводить, що цей напрямок діяльності створює умови для підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг. Такий туристичний продукт, який представлений у вигляді віртуального туру, є більш «інформативним», презентабельним і привабливим [19, с. 13].

Держави, які намагаються підвищити привабливість певних напрямків, створюють цілі віртуальні проекти, за допомогою яких просувають національний туристичний продукт і залучають у регіон потік туристів. І ось,

наприклад, колишній королівський палац, а сьогодні найвідвідуваніший музей світу – «Лувр» – за участі держави та підтримки спонсорів в особі директора Жана-Люка створили віртуальну екскурсію Лувром. Мартінес. Мабуть, це один із найвідоміших віртуальних музеїв у світі, який чимось нагадує 3D комп'ютерну гру. За допомогою віртуального туру по Лувру можна отримати повну інформацію про всі цікаві об'єкти, а також уважно і уважно розглянути будь-яку картину. І, звісно, проект додав ще один плюс іміджу країни загалом і Парижа зокрема.

Міністерство туризму Італії профінансувало проект відомого фотографа Ханса фон Вайсенфлюха, в якому основний акцент зроблено на історичній та культурній спадщині країни. Тут зібраний широкий список екскурсій, але найбільшою популярністю користувалася екскурсія на площу Сан-Марко у Венеції. Була проведена велика копітка робота з корекції кольору та налаштування (налаштовано 294 людини, 65 голубів, 9 чайок).

У США створили віртуальний музей Білого дому. Творці дали користувачам можливість ознайомитися з інтер'єром будівлі – притулку американських президентів, побачити фотографії інтер'єрів, опис усіх приміщень і 3D зображення Овального кабінету.

Віртуальний тур може стати елементом іміджу, стати візитівкою Чорноморського регіону. Віртуальний тур дає змогу збільшити кількість потенційних відвідувачів за рахунок відкритості та доступності турпродукту чи послуги без обмеження в часі, скорочує час вибору маршруту чи туру, а безпосередньо турпродукт чи послуга отримує реальну конкуренцію. перевага. Наявність віртуальної 3D панорами – це крок назустріч клієнту, який дає реальну перевагу перед конкурентами.

Порівняно з іншими країнами, Україна все ще відстає у розвитку віртуального туризму. Але незважаючи на це, з кожним роком з'являються нові віртуальні тури та екскурсії, які стають все більш реальними. Як приклад наведемо вже створені віртуальні тури музеями нашої країни. Сьогодні цей вид віртуальних турів є найбільш поширеним серед інших видів в Україні та світі.

Віртуальні музейні екскурсії «представляють собою інтегруючу культурну форму, що характеризується структурною та функціональною різноманітністю» [9, с. 26].

Наприклад, створено віртуальні тури Карпатами, містами (Львів, Луцьк, Миколаїв та ін.). Слід зазначити, що віртуальний тур робить доступними об'єкти, які раніше були закриті для туристів, в унікальній візуальній деталізації.

Цікаво, що не так давно Google спільно з Міністерством культури України створили віртуальний тур 7 скансенами в різних регіонах України. Цікаві й віртуальні подорожі, де можна відвідати не лише окремі музеї, а й оглянути пам'ятки культури та природу. У цьому плані привабливою є пропозиція компаній Google, які запустили новий сервіс Hotel Finder, розроблений на базі продукту ITA Software.

Завдання даного сервісу – пошук готелю за заданими користувачем параметрами. Новий сервіс дозволяє шукати готелі за місцем розташування, ціною, зірковістю, відгуками та наявністю знижок на проживання. Користувачі можуть переглянути фотографії вибраних готелів, знайти їхні адреси та номери телефонів і забронювати номер, натиснувши посилання на сайт партнера Google (наприклад, Priceline або Travelocity) [7, с. 8].

Варто звернути увагу на декілька мистецьких віртуальних проектів, які відбуваються в Україні під час повномасштабної збройної війни. Так, 8 травня 2022 року в Музеї Другої світової війни в Києві відкрито виставку «Україна – розп'ята» (рис. 1.2).





Рис. 1.2. «Україна – розп'яття». Світлини з експозиції виставки

На сайті музею повідомили, що «вперше у світовій музейній практиці створено офлайн-проект про війну в реальному часі та під час тієї ж війни» («Україна – Розп'яття», 2022). Є експонати, які свідчать про злочини проти людства, вчинені російськими загарбниками. Важливим є сам контекст, який виявляє цинічну підготовку до війни цілого покоління росіян, що виросло після розпаду Радянського Союзу: це відбувається через маніпуляцію свідомістю спотвореними наративами [16, с. 13].

У контексті нашої статті варто відзначити також важливу ініціативу – запуск віртуального музею «NFT-Музей війни путінської Росії проти України» [15]. Цей ресурс потребує окремої наукової оцінки та моніторингу його розвитку в часі. Тут щодня і щогодини реально зафіксовані всі воєнні події з дня тотального збройного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року, які

завдяки наповненню віртуального та візуального художнього відтворення перетворюються на момент рефлексії. Таким чином документуються не лише події та факти, а й самі почуття людини, яка прокинулася в умовах воєнного часу.

Розглядаючи таке нове культурне явище, як «віртуальна екскурсія», ми маємо на увазі, перш за все, всесвітньо відомі зразки створення цифрових музеїв, наприклад Британський музей, Лувр, Метрополітен-музей, які тому є дуже цінними як результат зусиль кращих фахівців. Ряд українських музеїв також намагалися створити «віртуальний музей». В Україні віртуальні тури не мають широкого поширення, і цей маркетинговий мультимедійний засіб залучення клієнтів потребує постійного розширення та впровадження. Віртуальний туризм став інноваційним засобом просування національного туристичного продукту, презентації туристичного потенціалу регіону, а також ефективним засобом створення іміджу регіону та міста.

Висновки до розділу 1

Віртуальний тур – це набір фотографій у форматі 360°, які з'єднані між собою точками переходу, що дозволяє віртуально «пересуватися» по кімнаті. Існує велика кількість сайтів, які пропонують віртуальні тури в різні місця по всьому світу. Вартий уваги проект Google Arts & Culture, який дозволяє досліджувати колекції мистецтва по всьому світу в найдрібніших подробицях. Створення віртуального туру включає наступні етапи: пошук ідеї; фотографування (відеозапис) об'єкта; обробка отриманих зображень; здійснення віртуальної екскурсії; створення плану та навігації; просування товару на ринку. Держави, які намагаються підвищити привабливість певних напрямків, створюють цілі віртуальні проекти, за допомогою яких просувають національний туристичний продукт і залучають у регіон потік туристів.

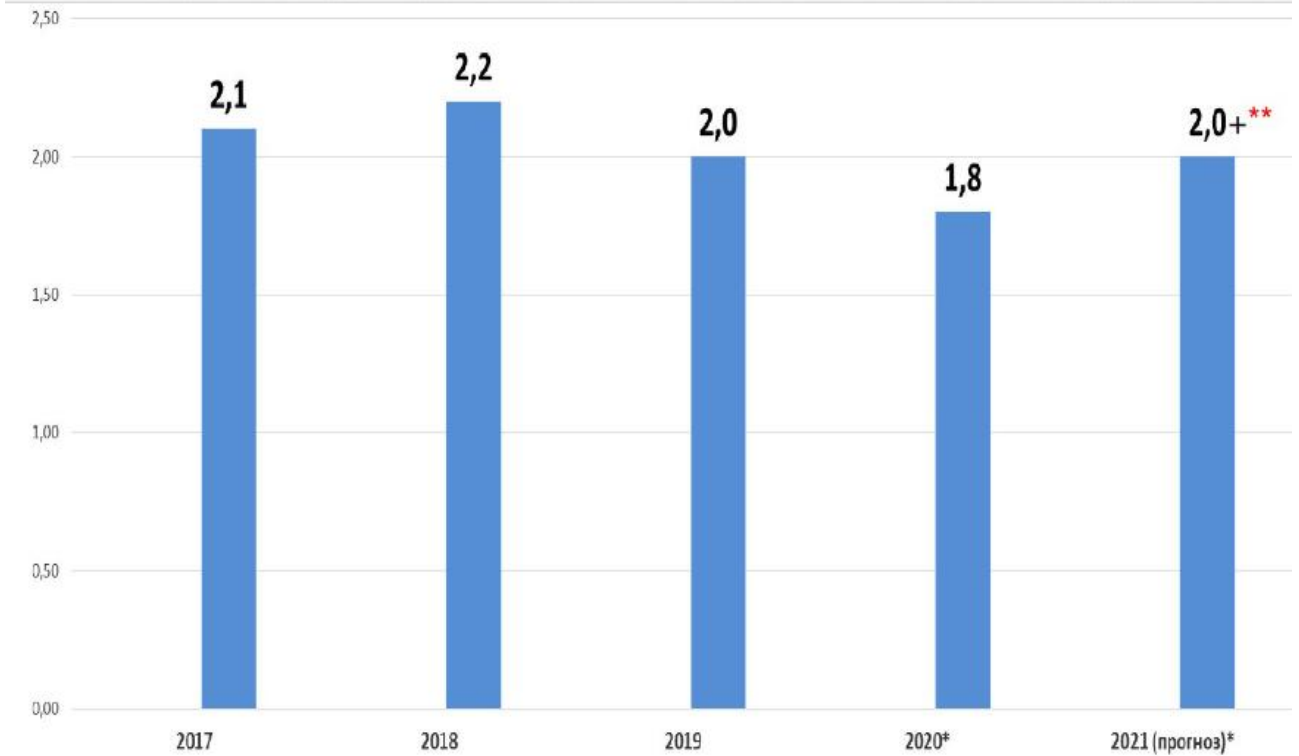
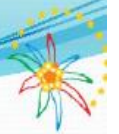
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ І ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІХ ВІРТУАЛЬНИХ ТУРІВ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1 Сучасний стан туризму в Івано-Франківській області

За туристично-рекреаційним потенціалом, а також за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами область займає одне з провідних місць в Україні, що здатне викликати значний туристичний інтерес вітчизняних та іноземних туристів. Географічне розташування Івано-Франківської області в центрі Європи та наближення до країн ЄС також сприяє організації туристичної пропозиції, розвитку співпраці з партнерами у сфері модернізації інфраструктури, в тому числі транспортної, з використанням європейських ресурсів. За характерними культурними ознаками край має чітку проєвропейську орієнтацію, адже територія краю протягом століть перебувала у сфері впливу європейського культурного простору (Київська Русь, Галицько-Волинська держава, Річ Посполита, Австрія, Австро-Угорщина, Польща). Жителі Івано-Франківської області зберегли власну живу історію та традиції державності, які виявляються в характерних регіональних особливостях її населення, загальноєвропейських культурних орієнтаціях, мовних і культурних особливостях. Саме на таких перевагах базуватиметься перспективний туристичний розвиток регіону [27, с. 135].

За підсумками 2016-2021 років Івано-Франківська область увійшла до трійки лідерів в Україні – за кількістю організованих внутрішніх туристів, організованих іноземних туристів та доходів від надання туристичних послуг (рис. 2.1.). В Україні Івано-Франківська область, за всіма показниками, є одним із найпопулярніших регіонів для відвідувачів [36, с. 45].

Офіційна статистика відвідуваності Івано-Франківської області, млн осіб (2017-2021 рр.)



* оціночно

** актуальна інформація недоступна у зв'язку з обмеженням витрат на закупівлю даних під час воєнного стану в Україні

Рис. 2.1 Туризм в Івано-Франківській області [38]

Туризм в Івано-Франківській області характеризується підвищенням рівня конкуренції на ринку туристичних послуг. Незважаючи на складний розвиток ринкових відносин, за останні роки відкрито ряд туристичних підприємств і об'єктів туристичного обслуговування, особливо в гірських і передгірних районах. Деякі з визначальних факторів функціонування галузі (менеджмент, фінансування, рівень якості) є основою підвищення її конкурентоспроможності [24, с. 43].

Місто Івано-Франківськ є одним із 59 найбільш відвідуваних туристичних місць області. Туристична сфера цього міста була б неможливою без ресторанного обслуговування, яке є важливим елементом туристичних послуг [26].

Ще одне місто області – Яремче, яке є найвідомішим туристичним центром Прикарпаття, має понад 40 туристично-оздоровчих закладів і санаторіїв, понад 100 об'єктів зеленого туризму та значну кількість закладів харчування [25].

Залежно від рівня розвитку туристичної інфраструктури, властивостей пропонованого туристичного продукту, наявності туристично-рекреаційних ресурсів та привабливості території в гірській частині Івано-Франківської області можна створити три різні туристичні зони, які є сприятливими для розвитку сільського зеленого туризму, зокрема: – Косівський та Осмолодсько-Болехівський райони.

Найпопулярнішим серед туристів є Ворохтянсько-Яремчанський туристичний район, де розташовано близько 2/3 гірських туристичних комплексів області та понад 50% сільських зелених туристичних садиб Івано-Франківської області. Наступним за потоком туристів в області є Верховинсько-Косівський туристичний район із двома потужними туристичними центрами в Косові та Верховині. Однак Осмолодсько-Болехівський туристичний район не дуже популярний, хоча потенційно є найбільш перспективним для розвитку туризму серед інших територій, оскільки межує з великими бальнеологічними курортами Західної України (Трускавець, Моршин), популярними гірськолижними курортами Львова. області (Славське, Сколе) та Закарпаття (Воловець, Міжгір'я), а також з мальовничими національними природними парками «Сколівські Бескиди» та «Синевир» [21, с. 42], а також з мальовничими національними природними парками «Сколівські Бескиди» та «Синевир» [21, с. 42].

Значно менше туристів відвідує передгірну долинну туристичну зону області, до якої входять Снятино-Коломийський та Рогатинсько-Галицький туристичні райони, звісно, це пов'язано з недостатнім просуванням території на регіональному туристичному ринку.

В Івано-Франківській області також активно розвивається екологічний туризм з використанням низки ресурсів, що належать до заповідних природних територій загальнодержавного та регіонального значення. Як йдеться у

документі «Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021-2027 роки»: «Мережа природно-заповідного фонду Івано-Франківської області включає 482 території та об'єкти загальною площею 218,9 тис. га, 47 або 15,7% площі області, зокрема: 33 об'єкти загальнодержавного значення на площі 131,6 тис. га; 449 об'єктів місцевого значення площею 87,26 тис. га [22].

Досить популярними серед туристів є відвідування святкувань традиційних українських церковних свят, які відбуваються на території Івано-Франківської області. Особливо Різдво, яке є найшановнішим святом на Гуцульщині і відіграє центральну роль у духовному розвитку всіх українців. У цьому плані тур «Різдво в Карпатах» є найбільш показовим прикладом регіонального турмаршруту Івано-Франківської області [28, с. 160].

Приваблюють туристів і інші численні свята краю, зокрема: Великдень у с. Космач Косівського району, Фестиваль ковальства в Івано-Франківську, Фестиваль «Писанки» в селі Коломия, літня полонина в селі Верхній Ясенів, фестиваль екстремальних видів спорту «Мізунська звигода» в Новому Мізуні, Міжнародний фестиваль «Гуцуль», Свято хліба в Івано-Франківську, Бойківська ватра Рожнятівського району, Свято меду Долинського району та багато інших [31, с. 152].

Івано-Франківська область – одне з небагатьох місць в Україні, придатних для розвитку зимового відпочинку. Найпопулярнішими гірськолижними курортами є Поляниця, Яблуниця, Ворохта Яремчанської міськради, Косів та інші села. Верховина с. Вишків Долинського району. Тільки на території Яремчанської міської ради працює понад 20 витягів. У селі Ворохта є комплекс трамплінів, які завдяки штучному покриттю працюють цілий рік. Серед гірськолижних курортів, які активно розвиваються в області, є гірськолижний курорт Буковель [30, с. 142].

Користуються популярністю водні туристичні маршрути та різноманітні форми колективного активного відпочинку. На території Дністровського каньйону будується інфраструктура для водного туризму, створені умови для сплаву на річках Білий і Чорний Черемош, Прут і Лімниця. Наприклад, якщо

їхати на гору Піп Іван через Марічейку, то вздовж маршруту можна побачити набережні річок. У Ворохті організують рафтинг по Черно Черемоші. Загалом на території Івано-Франківської області протікає п'ять річок, протяжність яких у межах області становить понад 100 км. Це: Дністер – 200 км; Черемош – 167 км (разом з притокою Чорний Черемош); Прут – 150 км; Лімниця – 122 км та Свіч – 107 км.

У Карпатах набуває популярності велотуризм, який має свої переваги в порівнянні з іншими видами туризму. Наприклад, проект «ВелоКраїна» – це мережа веломаршрутів і велодоріжок у Карпатах. Завдяки цьому проекту на території Яремчанської міської ради, Верховинського, Коломийського, Косівського, Надвірнянського та Снятинського районів почали розбудовувати інфраструктуру для велотуризму. Верховна їзда також популярна в Яремчанському районі, селі Микуличин та селі Ворохта [30, с. 141].

Значного розвитку набув спелеотуризм завдяки наявності печер різної протяжності, складності та меліорації. Більшість печер знаходиться в Подільсько-Буковинському карсті. Найдовша печера Європи – Оптимістична (240,5 км). Для туризму також використовуються Озерна, Млинки, Кристал та ін. Ці печери знаходяться в Тернопільській області. Основними організаторами печерного туризму є Чортківський спелеоклуб та Львівський спелеоклуб «Суклопс» [31, с. 152].

Активний розвиток туристичних маршрутів в Івано-Франківській області під назвою «Спільним шляхом до об'єднаної Європи» (відновлення Східно-Карпатського туристичного маршруту).

Так, наприклад, туристичні маршрути з Яремче [31]:

Дора – Блі Камі – полонина Лазок – гора Синячка – полонина Щівка – хребет Черногориця – Дора.

Розмітка синього кольору, довжина маршруту 22,5 км, час пішого ходу 10 годин, підйом 920 м.

Дора – гора Маковиця – гора Смерічок – Переніс – Дора.

Жовта розмітка, довжина маршруту 14 км, час ходьби 7 годин, підйом 514 м.

Яремче – скелі Довбуша – хребет Маковиця – Яремче.

Зелена розмітка, протяжність маршруту 9 км, час ходьби 4,5 години, підйом 356 м.

Яремче – Черногорицький кряж – Яремче.

Зелена розмітка, довжина маршруту 12 км, час прогулянки 5 годин, підйом 547 м.

Яремче – водоспад Дикі Сльози – полонина Торшукувата – полонина Буковець – перевал Переслоп – Яремче.

Якщо говорити про розвиток ділового туризму в Івано-Франківську та області, то Івано-Франківська область поки що не входить до числа найбільших центрів ділового туризму. Проте місто з кожним роком розвивається, відкриваються нові підприємства, заводи та філії, збільшується потік ділових туристів, і через деякий час цей регіон може набути статусу центру ділового туризму. Івано-Франківська область є відносно сприятливим середовищем для розробки різноманітних бізнес-планів, а тому має надзвичайно високий потенціал у сфері ділового туризму [33, с. 148].

За даними на сайті Booking.com, станом на 2023 рік в Івано-Франківській області функціонує 1168 засобів розміщення (готелі, садиби, хостели тощо) [32].

Наприклад, відвідавши Івано-Франківськ з діловою метою, туристи найчастіше зупиняються в таких готелях:

- готель «Надія»;
- «Станіславів»;
- «Reikartz Park Hotel»;
- «Атріум»;
- «Франц»;
- «Легенда».

Діловий туризм у цьому регіоні може значно підвищити його економічний рівень. Однак для цього необхідно докласти певних зусиль і привести в

належний стан готелі, здатні надавати послуги діловим туристам. Зрештою, розвиток цього виду туризму стримується недостатньою кількістю спеціалізованих та професійно обладнаних засобів розміщення, які готові прийняти велику кількість ділових туристів і забезпечити їм усі необхідні умови для плідної роботи та повноцінного відпочинку [33, с. 149].

Івано-Франківська область має потужний туристичний потенціал і може стати центром тяжіння для вітчизняних та іноземних туристів, але цьому заважає ряд причин, насамперед стан туристичної інфраструктури, відсутність розміщення, що відповідає міжнародним умовам. стандартів, значне зростання цін і відсутність відповідних туристичних послуг.

Нині в області є всі необхідні складові туристичної інфраструктури, але вони ще майже не використовуються. Тому необхідно розвивати туристичні проекти, які б охоплювали не лише гірський туризм, а й мали культурно-історичну цінність, значні дотації для малих та середніх підприємців з боку держави, створення пільгових кредитних пакетів та розробку чіткої маркетингової план не тільки Івано-Франківської області, а й України.

Створення пільгового законодавства для туристичного бізнесу та специфіка туристичної термінології дозволить у короткий термін вивести локальний ринок на національний, а Україну, у свою чергу, на міжнародний туристичний ринок [24, с. 42].

Враховуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що стан туристичної інфраструктури та туризму в цілому в Івано-Франківській області стрімко розвивається, але через недостатню увагу місцевої та державної влади її туристичний потенціал не розкривається на місці. необхідний рівень. Найпоширенішими видами туризму в Івано-Франківській області є: пішохідний, водний, велосипедний, гірськолижний та інші види туризм.

2.2 Дослідження ресурсів Івано-Франківської області для розвитку віртуального туризму

Івано-Франківська область розташована на заході України, на території Передкарпаття та Українських Карпат. На півдні область межує з Румунією. Площа області становить 13,9 тис. кв. км (2,4% території України).

Враховуючи значний обсяг наявних історико-культурних, природних та рекреаційних ресурсів на території Івано-Франківської області, слід сказати, що туризм має стати основною галуззю економіки.

Ресурси туристичної інфраструктури Івано-Франківської області можна поділити на три групи:

- рекреаційні (природні) – унікальні природні явища, печери, водоспади, скелі, заповідники, гори, річки, моря, лікувальні води, кліматичні та бальнеологічні можливості;
- об'єкти, що представляють історико-культурне минуле країни (музеї, пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, життям і діяльністю визначних представників науки, техніки, культури, а також унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти);
- об'єкти, що демонструють сучасні досягнення країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці, культурі, медицині та спорті [23, с. 124].

Івано-Франківська область характеризується багатим потенціалом природних ресурсів та історико-культурної спадщини, що позитивно впливає на розвиток туризму в регіоні. Серед різноманітних способів і можливостей відпочинку в регіоні, безперечно, найбільш перспективним є сільський зелений туризм, який забезпечує роботою місцеве населення та сприяє економічному зростанню бюджету місцевих територіальних громад загалом.

Природне розмаїття регіону, особливо гірської частини Українських Карпат, вкритої лісами, з різноманітною флорою і фауною, багато з яких занесені до Червоної книги, а також водні ресурси регіону – гірські, швидкозбірні, повноводні річки з великою кількістю каскадів і водоспадів, роблять регіон великою рекреаційною цінністю, наприклад, активно розвиваються такі види туризму, як пішохідний, велосипедний і кінний, екологічний, сільський, зелений і водний туризм [21, с. 45].

Обласний природно-заповідний фонд представлений: одним природним заказником «Горгани» (площею 5,3 тис. га); п'ять національних природних парків (НПП) (площею 120,3 тис. га) (Карпатський НПП, НПП «Гуцульщина», Галицький НПП, НПП «Синьогора», НПП «Верховинський»); три регіональні ландшафтні парки (площею 38,4 тис. га); а також: 64 - резервації (площею 45,93); 189 – Пам'ятки природи (площею 1,2 тис. га); 7 – дендрологічні парки (площею 0,15 тис. га); 9 – Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва (площею 0,094 тис. га); 196 – Заповідні території (площею 7,3 тис. га)» [22].

Майже на всій території області створені комфортні, сприятливі умови для відпочинку цілий рік, але найкращі умови для зимового відпочинку — у південно-західних і південно-східних районах, а для літнього — у північно-східних, центральних-східних, північних і південно-західних районах. Водними ресурсами області є поверхневі та підземні води, джерела мінеральних вод. За запасами води область посідає третє місце в країні.

В Івано-Франківській області протікає понад 8300 річок і струмків, тут знаходяться основні витoki таких великих річок, як Дністер і Прут. В області багато озер різного походження. Привабливими для туризму та відпочинку є озера, річки і навіть мальовничі водоспади. Важливим рекреаційним ресурсом є мінеральні води – йодо-бромні та сульфідні, кальцієво-натрієві та хлоридно-натрієві, вуглекислі (Косівський район). Мінеральні води використовуються не на повну потужність, рівень розробки значно нижчий за їхній потенціал [32, с. 27].

Значний спектр лікувальних властивостей мінеральних вод, а також наявність на території області (Рогатинський район) термальних вод і пелоїдів дають змогу щорічно лікувати та оздоровлювати понад 80 тис. жителів області. Тут діє 45 санаторно-курортних закладів, але потенціал збільшення їх кількості в області досить великий.

Івано-Франківська область також багата на лісові ресурси (лісистість становить 39,6 %, а подекуди досягає 60-65 %), вони є базою для багатьох видів відпочинку і туризму. Внаслідок впливу стихійної та неорганізованої рекреації місцеві види рослинності, на жаль, збереглися лише на 10% території області, а чисельність диких тварин значно зменшилася [32, с. 22].

Розселяна Богородчанського району – збудована без жодного цвяха, старовинні споруди та руїни замків у Галичі, Чернелиці, Раковці, Пневі, а також залишки давньої обсерваторії у місті Піп Іван [28, с. 159].

В області функціонує понад 120 приватних, громадських і державних музеїв різної форми власності та типу, які здійснюють екскурсійне обслуговування. Найбільш відомими та популярними серед туристів музеями Івано-Франківської області є: Івано-Франківський краєзнавчий музей; Коломийський музей народного мистецтва Гуцульщини і Покуття ім. Й. Кобринського; Коломийський музей «Писанка»; Національний заповідник «Давній Галич» [37].

Івано-Франківська область має невичерпні релігійні ресурси. Івано-Франківська область є багатонаціональним та поліконфесійним регіоном. Нині в області проживають представники 80 національностей, які об'єднані у 20 конфесій та понад 1600 релігійних громад. Майже в кожному населеному пункті мирно співіснують різні конфесії: греко-католицька, православна, римо-католицька, протестантська, які є найчисленнішими громадами.

Окрім традиційних напрямків, існує невелика кількість релігійних громад, загалом в області понад 1310 церковних споруд. Особливий інтерес викликають дерев'яні храми – справжні шедеври української архітектури та народного будівництва. [35, с. 520].

Серед усього розмаїття історико-культурної спадщини Івано-Франківської області, незначної за кількістю, але виняткової за якістю, місце посідають пам'ятки замкового будівництва, які є унікальними привабливими об'єктами, незважаючи на незадовільний стан більшості з них. особливе місце. Проте алгоритм використання замкових комплексів Івано-Франківської області в туристичній сфері поки що є теоретично необґрунтованим та законодавчо не закріпленим процесом. А це в свою чергу гальмує розвиток замкового туризму в регіоні. Вирішення існуючих проблем дало б значний поштовх для розвитку як фізичної охорони замків, так і механізмів їх туристичного використання [20, с. 156].

У давні часи на території сучасної Івано-Франківської області було багато замкових споруд, але більшість з них були зруйновані часом і людиною. Тому до наших днів збереглося лише 5 пам'яток замкового будівництва, які зазнали непоправних змін, перебудов та спотворень, що суттєво вплинуло на їх автентичність та зовнішній вигляд. Водночас вони мають велике історико-культурне та туристсько-рекреаційне значення [37].

Незважаючи на наявність цікавих замкових споруд, розвиток замкового туризму на території Івано-Франківської області зводиться до проведення оглядово-екскурсійних маршрутів до цих пам'яток та залучення до організації окремих замків області (Галицького та Пнівського). фестивалів, а загальна кількість таких заходів не перевищує десяти щороку.

Основними транзитно-туристичними вісями Івано-Франківської області є дві магістралі обласного значення. Один з них з'єднує місто Івано-Франківськ та найбільші промислові та адміністративні центри області з містами Львів і Чернівці. Друга – головна закарпатська магістраль південно-східної рівнинної частини Карпатського регіону країни, яка через Яблуницький перевал з'єднує Івано-Франківськ з Румунією, Угорщиною та Словаччиною. Крім того, він з'єднує найпопулярніші гірські курорти Івано-Франківської та Закарпатської областей. Дорожня мережа дає змогу охопити понад 2/3 природних, історико-

культурних пам'яток області екскурсійними туристичними маршрутами. [23, с. 125].

Важливими передумовами для розвитку туризму в Івано-Франківській області загалом та сільського зеленого туризму зокрема є [34, с. 121]:

1. розташування регіону в центрі Європи та близькість до країн Європейського Союзу сприяє розвитку транскордонного та міжнародного туризму;

2. Івано-Франківська область є частиною унікальної карпатської лісогірської екосистеми, яка має значне рекреаційне значення не лише для України, а й для всього європейського континенту. Сприятливі кліматичні умови (м'яка зима і тепле літо) сприяють організації цілорічного відпочинку та лікування;

3. рекреаційні ресурси визначають пріоритетність рекреаційно-оздоровчого та санаторно-курортного розвитку. На базі цілющих мінеральних джерел і лікувальних торф'яних грязей створені лікувально-рекреаційні системи загальнодержавного значення. В області функціонує десять зон відпочинку.

Отже, розвиток віртуального туризму в Івано-Франківській області зумовлений такими ресурсами: а) унікальним природно-рекреаційним потенціалом; б) історико-культурна, архітектурна та релігійна спадщина, колір населення; в) діяльність мешканців у розвитку приватних справ; г) популяризація фестивалів та мистецьких атракцій; д) вигідне географічне положення регіону; д) доступність зв'язку.

Івано-Франківська область входить до переліку найбільш привабливих і популярних туристичних регіонів України, а наявна база рекреаційно-туристичних закладів різних форм власності дає можливість збільшити лікувально-оздоровчі, туристично-пізнавальні, спортивно-оздоровчі заклади. послуги, в тому числі для іноземних туристів.

2.3 Віртуальна Івано-Франківщина – сучасний стан, попит та пропозиція на ринку

Івано-Франківська область вже давно є лідером серед найпривабливіших регіонів України. Сьогодні тут розвивається багато видів туризму, а отже, розвивається мережа підприємств, що обслуговують індустрію туризму. Потужний туристичний потенціал свідчить про те, що розвиток туризму є одним із пріоритетних напрямків економіки області [27, с. 28].

Проте з 2019 року на долю українського народу випало нелегке випробування, яке суттєво вплинуло на всі сфери діяльності, в тому числі й на туризм. З поширенням пандемії коронавірусу напрямок віртуальних екскурсій поглибився у сфері туризму [9, с. 87].

Цифрова трансформація туристичних агентств є найважливішим джерелом натхнення та сигналу, який пандемія COVID-19 принесла туристичній галузі України в цілому, а також окремих регіонів, особливо в Івано-Франківській області. Епідемія призвела до трансформації середовища туристичного ринку та спричинила трансформацію бізнес-моделі галузі.

По-перше, модернізація технології 5G змінила способи виробництва туристичного продукту. Технології VR, AR, 3D і 5G стають все більш прогресивними і широко використовуваними. Індустрія подорожей інтегрує ці нові технології, щоб задовольнити потреби споживачів, які можуть подорожувати без впливу епідемії. У поєднанні з новими технологіями можна реалізувати «хмарний туризм» і «хмарну оглядову виставку». 360-градусна система панорамної навігації VR Івано-Франківської області в туристичних об'єктах також може надати відвідувачам можливість оцінити гарний ландшафт [9, с. 86].

По-третє, поєднання «коротке відео + подорож» може народити нові продукти та нові моделі, буде створено професійний віртуальний простір для подорожей.

Зокрема, ними можуть бути:

- «фабрика» вражень від віртуальних турів. Новим форматом у туристичній індустрії стануть спеціалізовані туристичні простори, що імітують міста, села та мальовничі місця. Це можуть бути парки розваг або розваги в центрі міст або різноманітні туристичні об'єкти.
- домашні відео віртуального туризму.

У багатьох місцях України, в тому числі і в Івано-Франківській області, розробляються віртуальні тури існуючим туристичним ландшафтом. Побудова віртуального екотуризму може не тільки популяризувати мальовничі місця, посилити вплив, залучити туристів, але й задовольнити деякі вимоги до відвідування туристичних визначних пам'яток. По-друге, віртуальні тури можна створювати для туристичних країн, які вже не існують або збираються зникнути, і які можна відтворити. Ці цифрові ландшафти є предметами колекціонування та є природним та ефективним способом захисту, відтворення та поширення культурної спадщини. Віртуальні тури туристичними об'єктами, які були заплановані або будуються, але ще не збудовані, можуть зіграти певну роль у просуванні мальовничих місць, розширенні їхнього впливу та залученні туристів. Після завершення створення мальовничого місця туристів офіційно запрошують на екскурсії. Віртуальний екотуризм також може задовольнити цікавість людей. У багатьох місцях будуть розроблені системи віртуального туризму для місць, які наразі є важкими або неможливими для людей [24, с. 36].

Російсько-українська війна, другий етап якої розпочався 24 лютого 2022 року, завдала катастрофічних втрат людському, культурному та економічному потенціалу України та цинічно перервала позитивний хід соціально-економічного розвитку нашої держави. Це безпосередньо позначилося і на екскурсійному туризмі на території Івано-Франківської області, який пережив складний етап адаптації до функціонування в умовах воєнного стану: від повного застою в перші місяці війни (лютий – квітень) до поступового відновлення в умовах воєнного стану з травня 2022 року.

Проте адаптація туризму в Івано-Франківській області до функціонування в умовах воєнного часу сталася внаслідок переорієнтації туристичних маршрутів на територію західних областей держави та власне новоутворених громад області. Це зумовило залучення нових туристичних об'єктів екосадиби, родинні резиденції відомих особистостей, маловідомі природні об'єкти тощо) у сфері подорожей на Львівщині. Це сприяло створенню нових джерел наповнення місцевого бюджету та збереженню створеного каркасу туристичної галузі регіону.

Віртуальний туризм в умовах війни, яка панує на території України через агресивний напад Російської Федерації, на сьогодні є єдиним телепортом, який дозволяє потрапити до музею, відвідати виняткові історичні місця чи подивитися виставу не виходячи з дому, бомбосховища чи укриття [45, с. 146].

Віртуальні подорожі в умовах війни – це можливість не виходячи з дому побачити шедеври сучасного світового мистецтва, доторкнутися до давньої історії свого народу та підняти патріотичну свідомість, бути в безпеці та водночас розвантажити душу. надихнув на майбутню реальну подорож [3, с. 146].

На сьогоднішній день віртуальні екскурсії є найпоширенішим і переконливим способом ознайомлення туристів з визначними місцями та історією Івано-Франківської області.

Розвиток віртуальних турів у сфері туризму в Івано-Франківській області сприяє розширенню можливостей пізнання України без витрат коштів і часу, а також дозволяє донести інформацію про туристичний продукт до споживача в більш повному обсязі.

З 2023 року Івано-Франківська область:

- для головного туристичного порталу Івано-Франківської області створено 5 нових віртуальних турів www.iftourism.com;
- проведено 3D сканування 50 об'єктів культурної спадщини Івано-Франківської області;

- створено вуличну туристичну навігаційну мережу у Ворохтянській ТГ (рис. 2.2);
- встановлено 9 інформаційних табло з QR-кодами на історичних пам'ятках міста Калуш (рис. 2.3);
- встановлено інтерактивну карту та 20 багатомовних аудіогідів на об'єктах та пам'ятках культурної спадщини Снятина;
- веб-портал та мобільний додаток для екскурсій живою спадщиною Карпат створено в рамках проекту «52 стилі життя в Карпатах», який співфінансується Європейським Союзом у рамках проекту Угорщина-Словаччина-Румунія – програма транскордонного співробітництва України;



Рис. 2.2 Вулична туристична навігація у Ворохтянській ТГ

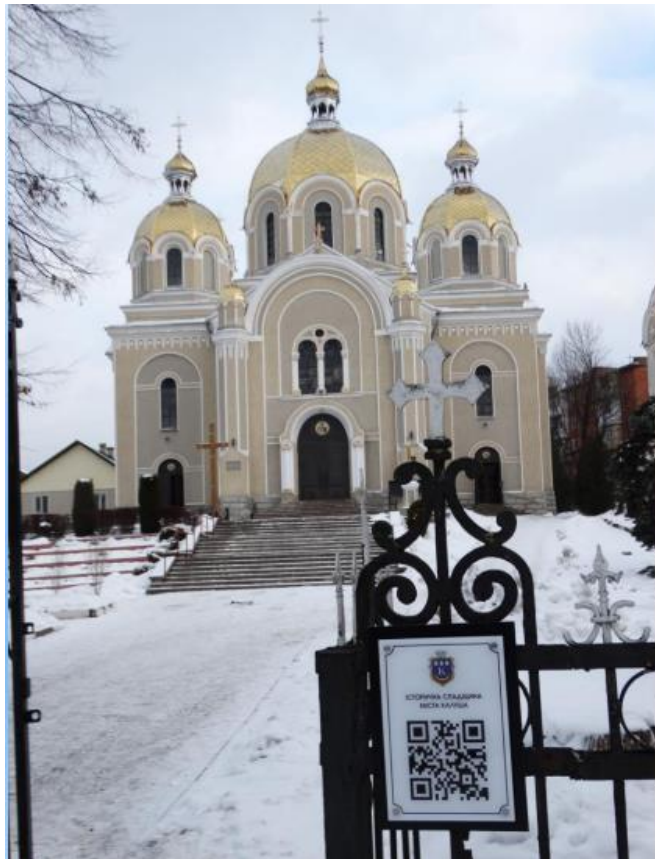


Рис. 2.3 Таблиця з QR-кодами на історичних пам'ятках

Крім того, тепер існує віртуальна інтерактивна туристична карта Івано-Франківської області, яка створена на замовлення департаменту міжнародного співробітництва, євроінтеграції, туризму та інвестицій ОДА. Mapу інтегровано на головну сторінку головного туристичного порталу області www.iftourism.com і водночас у всеукраїнський проект «Віртуальна Україна».

«Віртуальна Україна» займається оцифруванням туристичних магнітів України та їх популяризацією за допомогою онлайн-сервісу перегляду турів. Це інноваційне рішення, яке дозволяє переглядати онлайн-презентації природних, культурно-історичних, інфраструктурних та промислових об'єктів, а також об'єктів гостинності на смартфоні, комп'ютері та у віртуальній реальності у форматі цифрової карти. окуляри. Наразі проект включає 9 регіонів.

Івано-Франківська область є лідером серед регіонів України за кількістю об'єктів, інтегрованих у всеукраїнський проект «Віртуальна Україна» (рис. 2.4).

Карта Івано-Франківської області охоплює понад 100 віртуальних маршрутів до природних, історико-культурних пам'яток, об'єктів і визначних пам'яток, більшість з яких представлено у кількох проекційних режимах. Більшість віртуалізованих картографічних об'єктів одночасно завантажуються в Google Maps, що спрощує планування маршруту для потенційних туристів Карпатського регіону та розширює охоплення цільової аудиторії в Інтернеті в цілому [39].

У наступному році планується розвиток цифрового рекламного продукту шляхом додавання нових інформаційно-візуальних блоків, віртуальних об'єктів/атракціонів, створення англійської версії тощо.

Популярним в Івано-Франківську є 3D-тур ратушею. Віртуальна екскурсія «Ратушею» (рис. 2.5.) призначена не лише для віртуальної «прогулянки» у часі та просторі, а й для наукового пізнання об'єктів культурної спадщини. Віртуальні тури дозволяють переглядати, вивчати та аналізувати об'єкти у віртуальному середовищі з можливістю переміщення в часі та просторі за вашим вибором, з фіксацією та затримкою на вибраних деталях, що дозволяє віртуально оглянути ратушу та побачити багато цікавого речі.

Цей 3D-тур розроблено в рамках мікропроєкту «Доступний Івано-Франківськ» у контексті концепції «Smart Cities» для міст-партнерів компоненту міського розвитку проєкту ЄС/ПРООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду – III». Фахівці кафедри економічного та інтеграційного розвитку та кафедри програмно-комп'ютерного забезпечення [40].

З музеїв Івано-Франківщини, для яких розроблено віртуальні тури та екскурсії, можна виділити: художні музеї, музеї-заповідники, етнографічні музеї, палеонтологічні музеї та історико-меморіальні комплекси, технічні музеї.

Обов'язковими умовами для підготовки та організації віртуального туру є:

- наявність мінімум двох приміщень/залів для надання послуг;
- не менше двох видів наданих послуг;
- вміння виділити та показати свої сильні сторони.

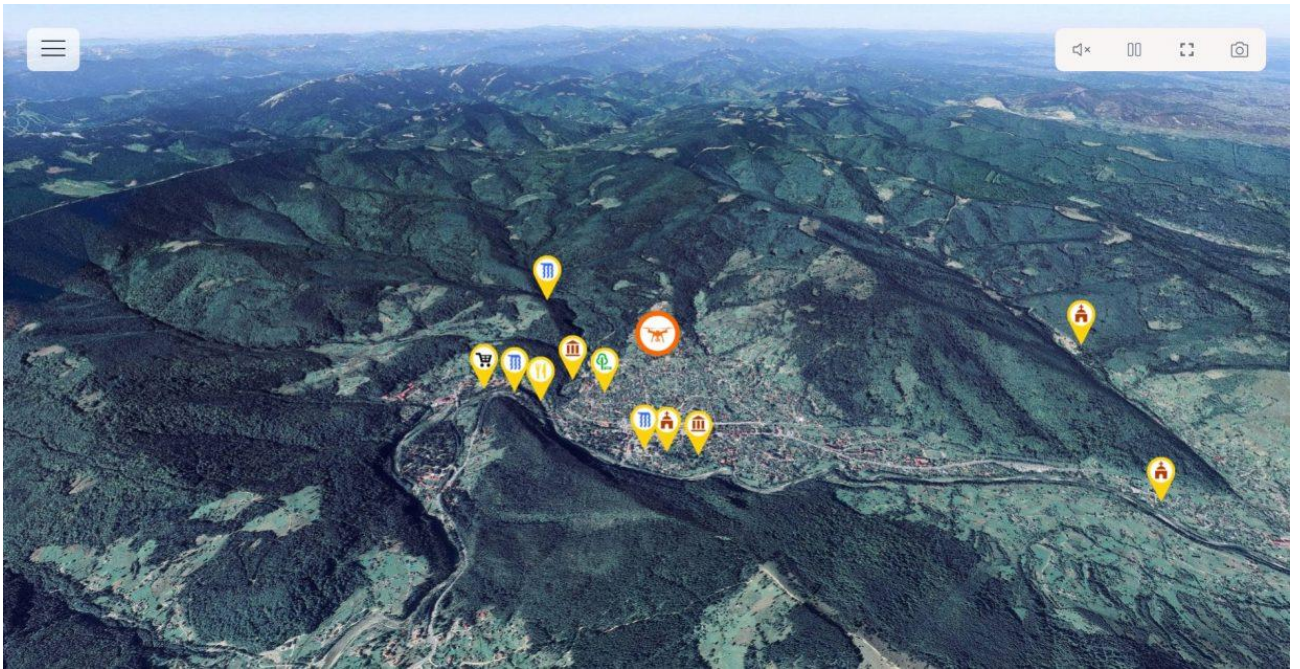


Рис. 2.4 3D карта Івано-Франківської області



Рис. 2.5 3D – екскурсія Ратушею [40]

В Івано-Франківську також розробили віртуальний тур пам'ятками історії електрифікації міста. До дня народження ВАТ «Прикарпаттяобленерго»

створено 3D-тур 10 об'єктами, пов'язаними з процесом електрифікації Івано-Франківська.

Енергетики Прикарпаття впевнені, що віртуальна екскурсія такими об'єктами допоможе мешканцям та гостям міста відкрити Івано-Франківськ з нового, незвичайного боку, по-новому поглянути на відомі будівлі. Особливо екскурсія допоможе дізнатися, де в Івано-Франківську вперше засвітили електрику, яка була ціна на електроенергію десятиліття тому та коли франківці вперше побачили фільм зі звуком. На кожній із «зупинок» цієї екскурсії можна прочитати коротку історію чи цікаві факти про їх історичне значення для міста.

Віртуальні тури Івано-Франківською областю зазвичай здійснюють на платформі Zoom, оскільки вона безкоштовна. У призначений час необхідно приєднатися до конференції за ідентифікатором. Переглянути шоу можна з комп'ютера, телефону чи планшета. На екрані ви побачите гіда, з яким будете «гуляти» по місту. Усі учасники повинні бути вимкнені, крім гіда. У загальному чаті можна задавати питання та спілкуватися з іншими учасниками. Віртуальні тури проводяться у формі лайфстріму або вебінару. Lifestream – це коли гід з фотоапаратом в руках веде вас по маршруту і водночас розповідає, що ми бачимо по дорозі. Вебінар – коли гід знаходиться вдома і показує змонтовані відео та інші матеріали. В обох випадках ви можете ознайомитися з посібником і задати питання.

Прогоулятися маршрутом віртуального туру можна в профілі компанії в інтернет-сервісі Google Maps в рамках програми Street View Trusted (геолокація обленерго). Для цього потрібно в пошук на стартовій сторінці Google ввести текст «Прикарпаттяобленерго», а після виведення результатів пошуку на екран зайти в розділ «Карти», ліворуч натиснути назву компанії. меню. і виберіть інтегровану фотографію. Або скористайтеся посиланням. Фахівці рекомендують використовувати додаток Google Street View для перегляду екскурсії зі смартфона, але для перегляду з персонального комп'ютера не потрібні спеціальні плагіни чи налаштування [22, с. 23].

На відміну від звичайних фотографій, віртуальні тури мають автентичне значення. Представляючи зображення, ідентичне реальності, 3D-панорами вселяють більше довіри та знаходять клієнтів, які купуватимуть певний маршрут подорожі. Враження від побаченого будуть ясними і повними. Кожен зможе на власні очі побачити, як виглядає його готельний номер і вид з вікон.

Підсумовуючи, робимо висновок, що туризм в Івано-Франківській області почав адаптуватися до функціонування в умовах воєнного часу внаслідок переорієнтації туристичних маршрутів на територію західних областей держави та власне новостворених громад області. Віртуальний туризм в умовах війни, яка панує на території України через окупаційний напад Російської Федерації, є єдиним телепортом, який дозволяє без виходу потрапити до музею, відвідати важливі історичні місця чи подивитися виставу. свій будинок, бомбосховище чи притулок.

Висновки до розділу 2

в Івано-Франківській області існує віртуальна інтерактивна туристична карта Івано-Франківської області, яка створена на замовлення департаменту міжнародного співробітництва, євроінтеграції, туризму та інвестицій ОДА. Наразі в Івано-Франківській області: створено 5 нових віртуальних турів для головного туристичного порталу Івано-Франківської області; Проведено 3D сканування 50 об'єктів культурної спадщини Івано-Франківської області; створено вуличну туристичну навігаційну мережу у Ворохтянській ТГ; встановлено 9 інформаційних табло з QR-кодами на історичних пам'ятках міста Калуш; встановлено інтерактивну карту та 20 багатомовних аудіогідів на об'єктах та пам'ятках культурної спадщини м. Снятина.

РОЗДІЛ 3. СТВОРЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ТУРІВ НА РИНОК ТУРИЗМУ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

3.1 Формування віртуального туру по Івано-Франківській області

З розвитком сучасного інформаційного суспільства віртуальний туризм стає дуже актуальним. Як вид інноваційної інформаційної технології вона сприяє формуванню туристичного іміджу регіону, області та міста. Крім того, завдяки віртуальним турам туристичні об'єкти стають доступнішими для різних категорій населення, а місто та область – привабливішими для потенційних інвесторів. Такий позитивний розвиток, безсумнівно, вимагає ретельного вивчення та дослідження, а також процесу розробки та впровадження віртуальних 3D-турів та їх використання в навчальному процесі.

Варто зазначити, що в процесі реалізації віртуальних турів виникає низка проблем, які вирішуються завдяки наявності новітнього технічного обладнання, такого як: фотоапарати, штативи, комп'ютерні програми, особливо програма Tourweaver. Але найважливішими на шляху до успішної реалізації 3D-турів є зацікавлені сторони, які, об'єднавши зусилля, зможуть створити справжню команду, а також менеджери, готові підтримати будь-яке нововведення, особливо проект віртуального туру. місто, область, країна в цілому.

Віртуальний тур «Віртуальна Івано-Франківська область» включає 3D-тури такими туристичними об'єктами Івано-Франківської області, як:

- Національний природний парк «Гуцульщина» (рис. 3.1). Парк розташований на території Карпат Покуття-Буковини, тому тут багато лісів та водойм. Унікальна природна краса тут поєднується з етнічною та історико-культурною спадщиною гуцулів. Це грань оригінальності. Місце, де найкраще в Україні зберегли традиції, обряди та народні промисли. А територія парку

омивається багатьма річками та струмками. Найбільші з них – Лючка, Пістинька, Рибниця та Черемош – справжні притоки річки Прут. У гірських районах і при виході з гір річки утворюють пороги, пороги і водоспади, які місцеве населення через гуркіт і шум, які вони видають, називає «гуками»;



Рис. 3.1 Національний природний парк «Гуцульщина»

- цікавим природним місцем в Івано-Франківській області є полонина Росохат (рис. 3.2.), де знаходиться дача із сироварнею;

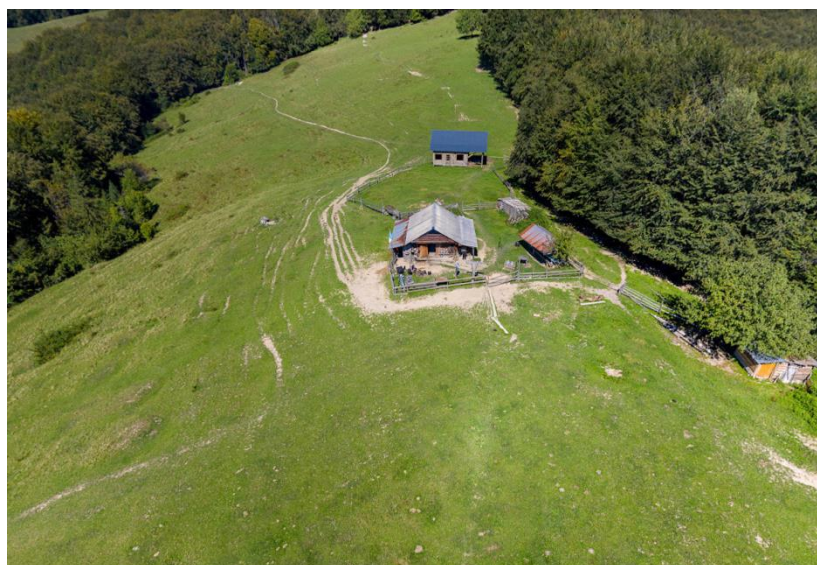


Рис. 3.2 Полонина «Росохата»

- на території парку знаходиться садиба св. Мікулаша – його також можна переглянути віртуально (рис. 3.3). Дерев'яний будинок, виконаний в оригінальному гуцульському стилі, обладнаний кабінетом і світлицею Миколая;



Рис. 3.3 Маєток Святого Миколая

- на території природного парку «Гуцульщина» в Івано-Франківській області створено Музей «Бджільництва Гуцульщини» з метою популяризації традицій бджільництва та збереження історії бджільництва Гуцульщини. Тут можна побачити колекцію шишок і зрізів дерев, а також насолодитися панорамами навколо музею (рис. 3.4);



Рис. 3.4 Музей «Бджільництво Гуцульщини»

- далі у Верховинському районі виникає обсерваторія «білий слон» (рис. 3.5). Будівля астрономічної та метеорологічної обсерваторії на горі Піп Іван – найвища будівля в Україні, де весь час жили і працювали люди. Розташований на висоті 2028 метрів над рівнем моря у Верховинському районі. Він був

побудований у 1938 році Варшавським університетом і активно використовувався Польщею до Другої світової війни. Будівля в конструктивістському стилі, стіни якої сягають 1,5 метра, побудована з місцевих матеріалів;



Рис. 3.5 Обсерваторія «Білий слон»

- Скелі «Довбуша» (рис.3.6) – це комплекс скель, темних ярів, таємних ходів, печер і стежок, що простягнувся майже на кілометр. Група скель висотою до 80 м розташована за 11 км на південний захід від м. Болехова. Назва скель походить від Олеся Довбуша, ватажка народних месників – опришків. Скелі Довбуша з ямного пісковика утворилися більше 70 мільйонів років тому на дні теплого моря. Скельний масив шириною близько 200 м і довжиною 1 км, орієнтований із заходу на схід, розташований посеред букового лісу. Крім основної групи скель, що оточують стародавнє житло, в лісі є багато окремих скельних веж. Найвищі з них – Тюльпан (40 м), Куклу, Вітряк. Піднявшись східцями на скелі, з яких відкривається чудова панорама карпатських хребтів, вдалині на південному заході видно гору Ключ;



Рис. 3.6 Скелі «Довбуша»

- Станіславське море (рис. 3.7) – приємно погуляти навколо озера, порибалити, а влітку – скупатися в жаркий день. Мальовничий ландшафт Міського озера, як ще називають водосховище, надає йому романтики та загадковості. До речі, тут можна взяти напрокат човен, а Любов міст з'єднує берег озера з островом Любові. Цікаво, що інший у формі серця. На острові кам'яні доріжки, лавки, ліхтарі;

- Манявський водоспад (рис.3.8) – один із найвищих водоспадів Українських Карпат, гідрологічна пам'ятка природи загальнодержавного значення. Водоспад розташований на річці Манявка в мальовничій ущелині між крутими горами. Площа заповідної території 1 га. Близько 200 м річка протікає в каньйоні зі скелями заввишки 18-20 м, а далі за водоспадом на річці є кілька порогів висотою до 2 м.



Рис. 3.7 Станіславське море



Рис. 3.8 Манявський водоспад

У програмному середовищі Tourweaver розроблено унікальний інтерфейс проекту. Доступ до об'єктів віртуального туру відбувається двома способами: через умовні позначення на картосхемі та через вкладки з географічними назвами об'єктів. Для кожного об'єкта імпортуємо та зберігаємо необхідну графічно-описову інформацію (рис. 3.9).

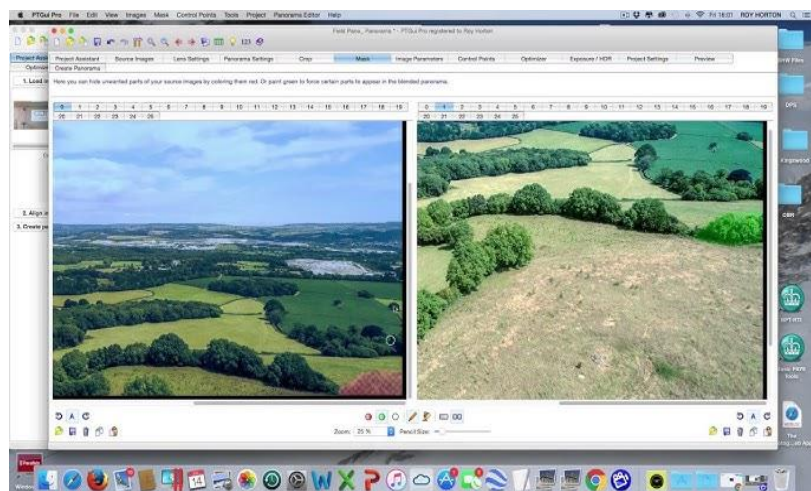


Рис. 3.9 Розроблений інтерфейс проекту «Віртуальна Івано-Франківщина» з кнопками локалізації на карті, через які здійснюється доступ до об'єктів та інформації.

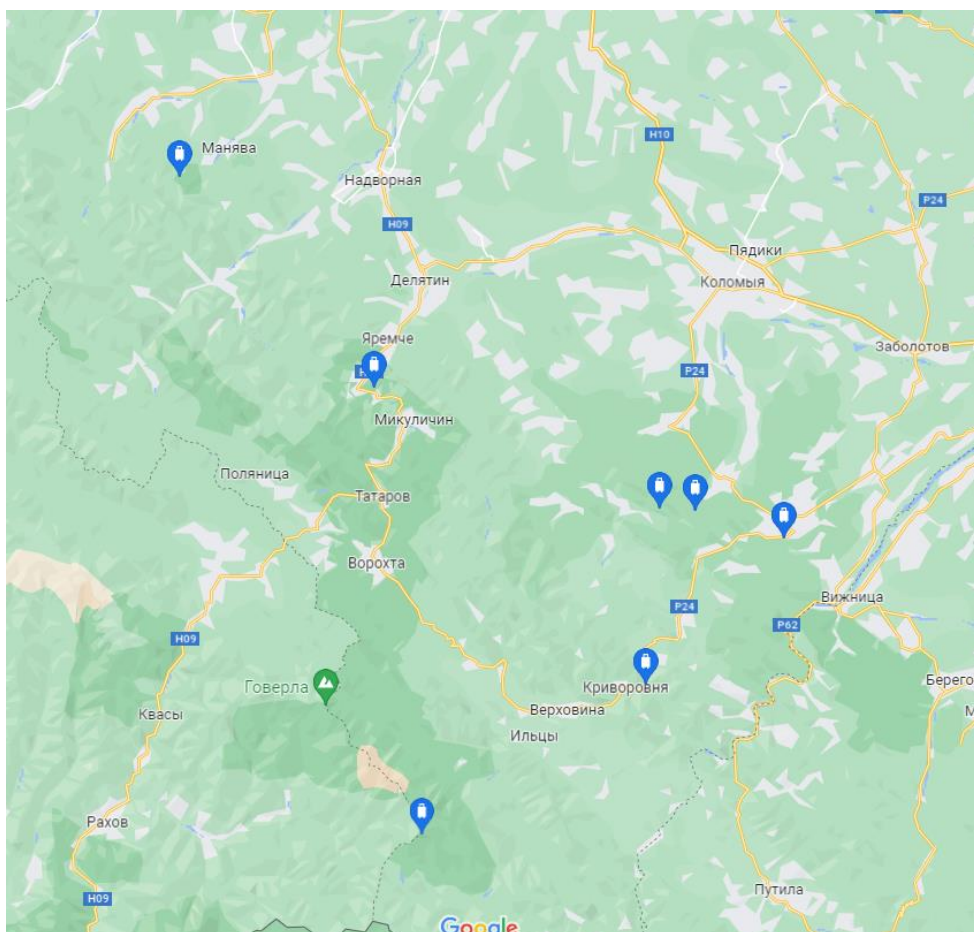


Рис. 3.10 Маршрут віртуального туру «Віртуальна Івано-Франківщина»

Так, на рисунку 3.10 можна побачити схему маршруту даного туру по Івано-Франківській області.

У програмному середовищі Tourweaver віртуальний тур – це послідовність певним чином пов’язаних сцен. Сцена – це зображення різних типів панорамних або нерухомих зображень. Комунікація між сценами здійснюється шляхом розміщення елементів типу Hotspot у місцях на панорамах, які на полі зазвичай є місцями переходів між будинками, кімнатами тощо. Розмістивши елемент Hotspot, ви можете вибрати його зовнішній вигляд, колір, статичну підпис, вказавши на (Текстова підказка) та інші атрибути (Властивості). Дія, пов’язана з елементом Hotspot, - це перехід до певної сцени (Посилання на сцену).

На кожній сцені є загальні елементи керування у вигляді стрілок, за допомогою яких можна змінювати напрямок руху на схемі, а також кнопка виходу та повернення до вихідної сцени (Background). Розмістивши елементи Hotspot в певному порядку, ми отримуємо віртуальний тур.

Віртуальний тур призначений не лише для віртуальної «прогулянки» у часі та просторі, а й для наукового пізнання об'єктів культурної спадщини та їх документування. Так, його здібностями можуть скористатися історики, реставратори, дизайнери, оскільки, «мандруючи» віртуальною реальністю, вони можуть «обмацати» на місці огляду об'єкт, «доторкнутися», всебічно його розглянути, вивчити, виконати експертний аналіз, оцінка та прийняття рішень, сидячи за комп'ютером в офісі.

Перевагами цієї віртуальної екскурсії є:

- окремий сайт у сучасному форматі HTML, адаптований до будь-якого пристрою (ПК, ноутбук, планшет, смартфон), без проблем працює на всіх браузерах, не потребує додаткових плагінів (флеш плеєр);
- складений тур не вимагає постійного обслуговування, але в будь-який момент тур можна переглянути та доповнити (оновити, додати нові панорами, змінити керівництво тощо);
- інтерактивне меню панорам, яке можна розділити на окремі групи за категоріями для зручності навігації;
- панель управління з кнопками керування туром;
- різні точки переходу між панорамами з унікальними ефектами;
- інформаційні кнопки у вибраних місцях, які відкривають фотогалереї, текстові описи, відео-аудіофайли, посилання на сайти, перемикач режимів день/ніч, літо/зима, кнопки соціальних мереж тощо;
- план приміщення з панорамними маяками, компасом і радаром - поточне положення глядача на екскурсії;
- аудіо- та супровідний супровід вибраних музичних творів;
- режим VR (віртуальна реальність) дозволяє переглядати екскурсію в окулярах віртуальної реальності.

Сьогодні більшість із нас не уявляє свого життя без соціальних мереж, де цікава інформація та оригінальні ідеї набувають неймовірної популярності. Використовуйте соціальні мережі на повну – ваша аудиторія вас не пропустить.

Вважаємо за необхідне розглянути основні варіанти публікації цього віртуального туру:

- можливість опублікувати посилання на віртуальний тур і глядач переходить до перегляду через прямий перехід;
- публікація сферичних панорам в режимі 360 градусів з позначками на картах, описами, мітками;
- створення альбомів із пов'язаними фотографіями;
- за допомогою спеціальних плагінів Thunderpenny або Woobox налаштовуємо віртуальний тур в окремих вкладках меню Facebook (Домашня сторінка, Пости,, 3D тур);
- сферичні панорами можуть бути представлені глядачеві у вигляді відео з самонаведенням (послідовне кругове обертання панорам) на YouTube. Таке відео можна буде демонструвати на екранах телевізорів у рецепціях, вестибюлях, біля інформаційних боксів тощо;
- публікація сферичних панорам на YouTube в режимі перегляду 360°;

Таким чином, поєднання новітніх технологій, унікальної історичної спадщини та перспективного сьогодення дозволяє творити справжні дива. Одним із таких інноваційних див стала розробка віртуального туру «Віртуальна Івано-Франківська область», де тепер кожен бажаючий може «прогулятися» найцікавішими туристичними об'єктами області, не відходячи від комп'ютера чи смартфона.

3.2 Економічне обґрунтування, ефективність та шляхи впровадження віртуальних турів на ринок туризму Івано-Франківської області

Незважаючи на інноваційний бум, використання віртуальної реальності в Україні та Івано-Франківській області загалом є невеликим і зосереджено

переважно на безкоштовних рекламних екскурсіях тим чи іншим музеєм, які спрямовані лише на залучення потенційних туристів.

Яскравим прикладом таких турів є віртуальна екскурсія сімома музеями України, де можна здійснити віртуальну подорож, дізнатися більше про народну архітектуру та побут, відчувати всю самобутність української культури. 3D-екскурсії по всіх музеях також доступні в режимі Street View на Google Maps.

Визначення цільової аудиторії є одним з найважливіших питань у створенні будь-якого бізнесу, і туристичний бізнес не є винятком. Враховуючи Івано-Франківський регіон та його особливості, необхідно визначити свого «ідеального» клієнта та спрямувати на нього свої зусилля. Звичайно, потрібно працювати і над іншими сегментами, але найбільший прибуток принесе «ідеальний» клієнт.

Щоб віртуальна подорож була комфортною та пізнавальною, її потрібно зібрати з багатьох елементів:

- активне місце (хот-спот-переходи між турами), яке представляє зображення, текст або зону подорожі. Після наведення курсора миші на активне місце відобразиться опис і клацання активує завантаження відповідного віртуального туру або відкриється спливаюче вікно;

- кнопка і панель управління – основний елемент управління віртуальною дорогою. Кнопка може відображати текст, графічні зображення в різних форматах;

- інтерактивний список турів і прев'ю – список, який містить назви всіх віртуальних турів. Він дозволяє швидко знайти та відкрити будь-яку панораму, яка є частиною віртуальної подорожі. Ескізи – це той же список, тільки представлений у вигляді фотографій;

- віртуальна дорожня карта та радар, які полегшують навігацію в просторі цифрової реальності та роблять віртуальну подорож більш інформативною;

- текстові та відео спливаючі вікна, щоб зробити віртуальний тур більш інформативним. Розкриття інформації відбувається без шкоди для

перегляду самого туру, так як після завантаження спливаючі вікна приховані від користувача і відображаються тільки після активації;

- звуковий супровід – файл MRZ зі звуковим описом місця зйомок, приємною мелодією або звуками природного та штучного походження.

Цільовим ринком у сфері віртуального туризму є надання послуг будь-яким верствам населення. Попит на даний вид послуг знаходиться у фазі зростання, що пояснюється наступними причинами:

- 1) підвищення добробуту жителів Івано-Франківської області;
- 2) популяризація цифрового контенту, масова оцифровка більшості послуг та інформації в цілому;
- 3) неможливість виїзду за кордон для деяких верств населення.

Базова структура цільового ринку показана на рисунку 3.11.

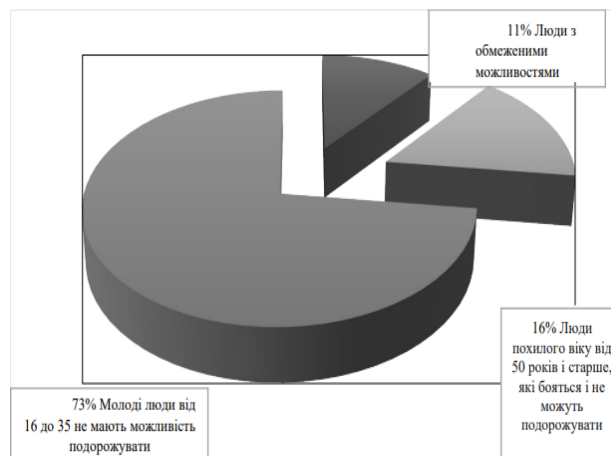


Рис. 3.11 Структура цільового ринку

Можливі позитивні економічні результати/ефекти від створення та продажу віртуальних турів в Івано-Франківській області:

- зменшення енерговитрат в результаті економії від обмеження фізичного руху;
- підвищення економічної ефективності створення віртуальних турів завдяки впровадженню організаційно-управлінських заходів, комп'ютеризації, електронізації;

- збільшення рентабельності бізнесу за рахунок трансформації операційної діяльності на користь перетворення звичайних турів на віртуальні;
- зменшення кількості скарг, компенсацій через невдоволення споживачів;
- підвищення конкурентоспроможності надання товарних послуг;
- підвищення продуктивності праці;
- економія за рахунок відсутності специфічних податків і зборів, характерних для даної території;
- зниження витрат на транспорт, проживання, харчування споживачів;
- підвищення продуктивності праці в результаті збільшення вільного часу власників і працівників;
- підвищення економічної ефективності продукції за рахунок можливості її багаторазового використання в будь-який час, незалежно від природних економічних і політичних факторів;
- можливість реалізації кількох турів, за рахунок відсутності необхідності фізичного перебування в бажаному місці.

Можливі негативні економічні результати/ефекти від створення та продажу віртуальних турів в Івано-Франківській області:

- можливе підвищення матеріальних витрат і оплати праці робітників;
- додаткові витрати на перепідготовку та підвищення кваліфікації;
- збільшення витрат на більш інноваційні технології через посилення конкуренції на ринку, ризик зниження продажів через неприйняття продукції на ринок;
- можливе збільшення постійних витрат на створення продукту.

Найважливішими витратами при впровадженні віртуальних турів на туристичний ринок Івано-Франківської області є:

- 3D панорамна зйомка;
- голос гіда;
- веб-сайти;

- програмне забезпечення.

3D сканування: одна з існуючих компаній, що займається даними видами робіт в Україні - GradesPano знімає панорами за ціною: 1 шт 800 грн, 2-4 шт 700 грн, 5-9 шт 600 грн, 10+ шт 500 25 грн + шт. 450 грн, 50+ шт 400 грн.

Припустимо, що для однієї екскурсії нам потрібно 50+ панорамних знімків, відповідно 50. Виходить $50 * 400 = 20\ 000$ грн (Двадцять тисяч) на дизайн 3D моделі віртуального туру.

2. Далі має бути сценарій-текст, за яким буде проходити екскурсія. Його можна «запозичити» з уже існуючих посібників або переробити самостійно, відповідно до історичних дат і подій. Ми оцінюємо цю позицію в 0 грн.

3. Озвучування можна робити самостійно або із залученням акторів голосу, щоб зробити голос більш приємним. Припустимо, що тестовий проект виконується із залученням мінімальних коштів, тому озвучку також оцінюємо в 0 грн.

4. Найважливіша і найдорожча частина цієї ідеї – це, мабуть, програмне забезпечення, тобто програма, за допомогою якої клієнт буде проводити екскурсію. Порахувати точну вартість такої програми складно, але враховуючи середні тарифи за роботу фахівця, маємо близько 40 доларів за годину. Повне впровадження програмного забезпечення займе приблизно півроку. Розраховуємо: Робочі дні за півроку – $125 * 8$ годин на добу * 40 доларів = 1 080 000 грн за курсом 27 грн за 1 долар. Ця сума мінімальна.

5. Маркетинг. Знову ж таки, важко підрахувати загальну вартість реклами проекту, але нехай це буде середня вартість середньостатистичного проекту – 200 000 грн. Загалом ми маємо 1 мільйон 300 тисяч гривень лише на запуск проекту. Також паралельно відбуватимуться витрати на послуги, консультації по продуктам тощо.

Таким чином, підсумовуючи, можна зазначити, що можна вважати доцільним створення турів віртуальної реальності. Тому що цей вид діяльності однозначно більше позитиву, ніж негативу. У працівників підвищується творча складова роботи, створюються умови для підвищення заробітної плати. Для

споживачів ризику під час подорожі зменшуються, пов'язані з цим витрати зникають і з'являється більше варіантів і можливостей. Для регіону такий вид діяльності гарантує екологічність і більший інтерес завдяки віртуальній реальності екскурсії околицями.

3.3 Перспективи розвитку віртуального туризму в Івано-Франківській області

Віртуальні тури по існуючому туристичному ландшафту розробляються в багатьох місцях світу. Побудова віртуального екотуризму може не тільки популяризувати мальовничі місця, посилити вплив, залучити туристів, але й задовольнити деякі вимоги для відвідування туристичних визначних пам'яток. По-друге, віртуальні тури можна створювати для туристичних країн, які вже не існують або збираються зникнути, і які можна відтворити. Ці цифрові ландшафти є предметами колекціонування та є природним та ефективним способом захисту, відтворення та поширення культурної спадщини. Віртуальні тури туристичними об'єктами, які були заплановані або будуються, але ще не збудовані, можуть зіграти певну роль у просуванні мальовничих місць, розширенні їхнього впливу та залученні туристів.

Після завершення створення мальовничого місця туристів офіційно запрошують на екскурсії. Віртуальний екотуризм також може задовольнити цікавість людей. Багато місць розроблять системи віртуального туризму для місць, які наразі важко або неможливо відвідати людям. Розвиток туристичної мережі може сприяти спільному розвитку інших видів індустрії культури та покращити науково-технічний внесок індустрії культури. На основі концептуальної моделі інтеграції індустрії туризму система віртуального туризму визначає та будує три моделі інтеграції індустрії туризму. У попередніх дослідженнях аналізувалися різні шляхи інтеграції туризму, але систематичного

пояснення процесу інтеграції різних шляхів інтеграції бракувало. Різні моделі інтеграції туризму мають різні причини, процеси та наслідки інтеграції.

Використання віртуальних 3D-турів у сфері туризму в Івано-Франківській області має перспективу стати найбільш ефективним і популярним напрямком Інтернет-технологій для популяризації туристичних об'єктів; популярний маркетинговий інструмент для багатьох готелів і ресторанів, музеїв та іншої комерційної нерухомості в індустрії туризму; ефективний інструмент візуалізації туристичних ресурсів для потенційних споживачів туристичних послуг; альтернатива традиційному (класичному) туризму для людей, які не мають фізичних чи фінансових можливостей подорожувати.

Застосування інновацій у туристичній сфері спрямоване на формування нового туристичного продукту, надання унікальних туристичних послуг, застосування нових маркетингових підходів, використання новітніх технологій та IT-технологій, що підвищить конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та міжнародному ринках і призводять до появи нових видів туризму. Ступінь інноваційності індустрії туризму визначається: кон'юнктурою ринку, рівнем освіти та кваліфікації персоналу, наявністю ресурсів, особливо унікальних, на досліджуваній території. Вважаємо, що сучасні інновації не можуть замінити традиційний туризм як спосіб пізнання навколишнього світу в гармонійному поєднанні з природою, джерело збільшення прибутків як для туристичного бізнесу, так і для національної економіки в цілому.

Можна виділити такі етапи формування туристичного іміджу територіально-державної одиниці: виявлення очікувань громадських груп від територіально-державної одиниці; визначення характеристик і переваг території як об'єкта для туризму; зіставлення необхідного громадським групам образу територіально-державної одиниці з реальними характеристиками території; формулювання повідомлення (повідомлення мають бути послідовними, але різними для кожної публічної групи та повинні враховувати специфіку та інтереси кожної групи); визначення пріоритетних каналів зв'язку, за допомогою

яких повідомлення, що містить характеристики регіону країни, запитувані громадськими групами, будуть спрямовані до публічних груп.

Основними каналами, через які інформація надсилається громадським групам, є Інтернет (включаючи блоги та форуми), ЗМІ, спеціальні заходи, особисті зустрічі, посередники (турфірми); розроблення та реалізація відповідної програми дій з урахуванням інтересів різних суб'єктів та узгодженості їх дій; аналіз ефективності.

Важливо не тільки залучити туристів, а й спонукати їх приїжджати регулярно, рекомендувати територію для відвідування своїм знайомим. Після прибуття гості мають право розраховувати на повноцінний туристичний продукт, а не лише на огляд основних визначних пам'яток. Для цього потрібна спеціально розроблена програма формування іміджу території.

Таким чином, віртуальний туризм Івано-Франківської області став інноваційним засобом просування національного туристичного продукту, презентації туристичного потенціалу регіону, а також ефективним засобом створення іміджу області та міста. Інтернет-користувачі мають можливість здійснити віртуальні подорожі найвіддаленішими куточками Івано-Франківської області.

Висновки до розділу 3

Віртуальний тур «Віртуальна Івано-Франківська область» відкриває великі можливості для туризму, де тепер кожен бажаючий може «прогулятися» найцікавішими туристичними об'єктами області, не відходячи від комп'ютера чи смартфона. Етапами формування туристичного іміджу Івано-Франківщини є: виявлення очікувань громадських груп від територіально-державної одиниці; визначення характеристик і переваг території як об'єкта для туризму; зіставлення необхідного громадським групам образу територіально-державної одиниці з реальними характеристиками території; формулювання повідомлення.

Використання віртуальних 3D-турів у сфері туризму в Івано-Франківській області має перспективу стати найбільш ефективним і популярним напрямком Інтернет-технологій для популяризації туристичних об'єктів

ВИСНОВКИ

В процесі написання кваліфікаційної роботи, відповідно до поставлених завдань, сформовано наступні висновки:

1. Суспільство застосовуючи сучасні технології, здійснює чи подорож чи екскурсію до туристичних атракцій, але не у реальному просторі, а у віртуальному уявному. Віртуальний туризм, є одним із видів туризму, що виник завдяки сучасним інформаційним комп'ютерним технологіям, електронним засобам комунікацій та можливостям Інтернету.

Етапи створення віртуального туру: пошук ідеї; фотозйомка (відеозйомка) об'єкта; обробка отриманих зображень; складання віртуального туру; створення плану і навігації; просування товару на ринок. Створення віртуального туру вимагає не тільки спеціальної техніки зйомки, але і особливого програмного забезпечення для складання знятих фотографій в готовий продукт.

2. Держави, прагнучи підвищити привабливість тих чи інших напрямів, створюють цілі віртуальні проекти, за допомогою яких просувають національний турпродукт і привертають у регіон туристський потік. Україна порівняно з іншими країнами поки-що трохи відстає в розвитку віртуального туризму. Але незважаючи на це, щороку з'являються нові віртуальні тури та екскурсії, які стають все більш реалістичними.

3. Івано-Франківська область має потужний туристичний потенціал і може стати центром тяжіння вітчизняних та іноземних туристів. В Івано-Франківській області є всі необхідні складові туристичної інфраструктури, але вони ще майже не використовуються. Тому необхідно розвивати туристичні проекти, які включатимуть не лише гірський туризм, а й матимуть культурно-історичну цінність, а також значні дотації для малих та середніх підприємців з боку держави.

Івано-Франківська область входить до списку найбільш привабливих і популярних туристичних регіонів України. Івано-Франківська область має

значні туристичні ресурси для задоволення різноманітних туристичних потреб вітчизняних та іноземних туристів. Але для забезпечення стабільного розвитку туризму необхідна досконала матеріально-технічна база та забезпечення якості послуг відповідно до міжнародних стандартів.

4. Віртуальний туризм в Івано-Франківській області стрімко розвивається, оскільки має багато привабливих властивостей як для споживача послуги, так і для виробника. Віртуальний туризм став інноваційним засобом просування національного туристичного продукту, презентації туристичного потенціалу регіону, а також ефективним засобом створення іміджу країни та регіону. Ви можете прогулятися вулицями Івано-Франківська, головними курортами Івано-Франківської області, у 3D-турах по місту та відвідати там музеї, церкви та інші пам'ятки. Завдяки віртуальним турам людина легко опиниться в тих місцях Івано-Франківської області, де вона ще ніколи не була.

5. Авторський тур «Віртуальна Івано-Франківська область» включає 3D-тури такими туристичними об'єктами Івано-Франківської області, як: Національний природний парк «Гуцульщина», полонина Росохат, вул. Мікулаша, Музей бджільництва Гуцульщини, обсерваторія «білий слон», скелі «Довбуша», Станіславське море, Манявський водоспад. Унікальний інтерфейс для цієї віртуальної екскурсії розроблено в програмному середовищі Tourweaver. Доступ до об'єктів віртуального туру здійснюється двома способами: через умовні позначки на карті та через картки з географічними назвами об'єктів.

Впровадження віртуальних турів на туристичний ринок Івано-Франківської області, безперечно, є ризикованим, оскільки потребує великих початкових витрат, але прибуток від його впровадження також може бути значним, враховуючи новизну (інноваційність) концепції, високу - якісне проектування та виконання. Враховуючи, що ця галузь є інноваційною, є багато напрямків для подальших досліджень.

6. Використання віртуальних 3D-турів у сфері туризму в Івано-Франківській області має перспективу стати найбільш ефективним і популярним напрямком Інтернет-технологій для популяризації туристичних об'єктів.

Застосування інновацій у туристичній сфері спрямоване на формування нового туристичного продукту, надання унікальних туристичних послуг, застосування нових маркетингових підходів, використання новітніх технологій та ІТ-технологій, що підвищить конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та міжнародному ринку, призведе до появи нових видів туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 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. 23-27.
2. Атаманюк Я.Д. *Соціально-економічні передумови розвитку рекреаційно-туристичної індустрії в Івано-Франківській області*. Географія та туризм. 2015. Вип. 26. С. 122-131.
3. Багрій К. Віртуальний туризм як новий напрямок туризму в умовах війни. *Управління розвитком сфери гостинності – регіональний аспект*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (5 травня 2022 р., м. Чернівці). Чернівці : Технодрук, 2022. С.144–149.
4. Білушак Т. Аналіз програмних забезпечень для створення віртуальних турів як спосіб популяризації історико-культурної спадщини. *Information, communication, society*. 2016. С. 336-338.
5. Бондар М. Віртуальні тури та цифрові панорами. *Україна майбутнього*: матеріали міжнародного науковоосвітнього круглого столу студентів та молодих учених (15-17 вересня 2017 р., м. Суми) Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2017. С. 93-99.
6. Васютіна Т. М., Золотаренко Т. О. Особливості організації віртуальних екскурсій для здобувачів початкової освіти в умовах дистанційного навчання. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання: досвід, тенденції, перспективи*. 2021, № 7. С. 72-78.
7. Вежбовська, Л., Клівак В. Віртуальні тури в українських мистецьких проєктах: між пандемією і війною. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2022. № 5(1). С. 6–20

8. Віртуальний тур. Art Of Web. URL: <http://artofweb.ru/solutions/aow-businesscenter/> (дата звернення: 10.05.2023).

9. Вяткін О. В. Інвестиції в туризм як можливий спосіб боротьби з кризою в Україні. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості*: матеріали II Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених (18 листопада 2021 року м. Київ.). Київ : КНУТД, 2021. С. 83-90.

10. Голуб'ятников О. С., Бобарчук О. А. Технології створення віртуальних турів та віртуальних музеїв. *Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ: Національний авіаційний університет, 2020. С. 812-818.

11. Загнибіда Р.П., Мицканюк Н. Я. Проблеми та перспективи розвитку ділового туризму в Івано-франківській області. *Карпатський край. Наукові студії з історії, культури, туризму*. Івано-Франківськ, 2019. № 1-2 (12-13). С. 146-152.

12. Зобенько О. Віртуальний туризм: поняття, сутність та особливості. *Тенденції розвитку туристичної індустрії в умовах глобалізації*: матеріали I-ої Міжнародної науково-практичної конференції (27–28 квітня 2017 р. Ужгород). 2017. С. 72-75

13. Івано-Франківськ. Офіційний сайт міста. URL: <http://www.mvk.if.ua/> (дата звернення: 10.05.2023).

14. Карпусь А. О. Розвиток сільського (зеленого) туризму в Івано-Франківській області: стан та перспективи: квал. робота за спец. 242. Полтава: ПУЕТ, 2022. 86 с.

15. Качалуба Х. Тенденції розвитку активних видів туризму в івано-франківській області. *78-а студентська науково-технічна конференція*. (19 жовтня - 5 листопада 2020 р., м. Львів). Львів: НУ «Львівська політехніка», 2020. С. 141-143.

16. Кемська А.С. Віртуальний туризм в Україні – особливості та перспективи: дипломна робота на здобуття ступеня бакалавра спеціальності «Туризм». Національний авіаційний університет. Київ, 2021. 74 с.

17. Корнілова Н. В., Шапоренко Ю. В. Віртуальні тури як сучасна тенденція світового туризму. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (19–20 березня 2020 року, м. Черкаси)*. Черкаси : ЧДТУ, 2020. С. 243-246.

18. Костинець В. В., Костинець Ю. В. *Віртуальні подорожі як інструмент просування причорноморського регіону*. Причорноморські економічні студії. 2020. Випуск 52-1. С. 81-83.

19. Левицький О. І. Садиби сільського зеленого туризму як об'єкти зайнятості населення в Івано-Франківській області. *Науковий вісник Чернівецького університету*. Географія. 2018. Вип. 672. С. 133-136.

20. Левченко А. С. Позитивні та негативні риси створення віртуальних турів на прикладі Харківської області. 2020. URL: http://eprints.kname.edu.ua/48285/1/ilovepdf_com-87-89.pdf (дата звернення: 10.05.2023).

21. Лисий І. Перспективи розвитку замкового туризму в Івано-Франківській області. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Сер. Історія. 2015. Вип. 2, ч. 4. С. 155–158.

22. Марусей Т. В. Віртуальна екскурсія в сучасному культурно-інформаційному просторі. *Zbiór artykułów naukowych recenzowanych z Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej (30.05.2020, Warszawa)*. 2020. С. 23-26.

23. Маховка В. М. Віртуальні інформаційні форми об'єднань туристичних підприємств: сучасний вимір та можливості для Полтавщини. Системи прийняття рішень в економіці, техніці та організаційних сферах: від

теорії до практики: колектив. моногр. в 2 т. Павлоград : АРТ Синтез-Т, 2015. Т. 1. С. 214-226.

24. Мілокост О. О. Розвиток і організація туризму в івано-франківській області в умовах всесвітньої пандемії covid-19. *Туризм і молодь – 2021 : матеріали Кафедрального круглого столу студентів та аспірантів* (м. Полтава, 21 грудня 2021 року). Полтава : ПУЕТ, 2022. С. 44-46.

25. Музей-NFT війни путінської росії проти України. URL: <https://metahistory.gallery> (дата звернення: 25.05.2023).

26. Музичка Є. О. Управління збутовою діяльністю туристичних підприємств: автореф. ... канд. екон. наук 08.00.04. Київ, 2015. 25 с.

27. Новохатня М.С. Тенденції та перспективи розвитку туризму Івано-франківської області: дипломна робота на здобуття ступеня бакалавра спеціальності «Туризм». Київ: Національний авіаційний університет, 2020. 67 с.

28. Паньків Н. Є., Качалуба Х. Г. Тенденції розвитку активних видів туризму в Івано-Франківській області. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 2. С. 150-153.

29. Платформа для пошуку житла Booking. URL: <https://www.booking.com/> (дата звернення: 10.05.2023).

30. Польова Л. В. Сучасні тенденції розвитку культурно-пізнавального туризму: на прикладі івано-франківської області. 2018. URL: <https://goo.su/hezрНh> (дата звернення: 15.05.2023).

31. Проект Івано-Франківська «Smartcity». URL: <https://smartcity.mvk.if.ua/project/159> (дата звернення: 10.05.2023).

32. Руско Н., Відливана С. Розвиток релігійного туризму на Івано-Франківщині. *Науковий щорічник «Історія релігій в Україні»*. 2015. № 25-2. С. 518-521.

33. Сервіс Google Arts and Culture. URL: <https://artsandculture.google.com/> (дата звернення: 10.05.2023).

34. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021-2027 роки. URL: <https://cutt.ly/GUK5Sod> (дата звернення: 28.05.2023).

35. Сущенко О. А., Кравченко В. В., Сущенко Е. А. Становлення віртуального туризму як напрямку розвитку інформатизації діяльності туристичного підприємства. *Комунальне господарство міст*. 2018, випуск 140. С. 19-23.

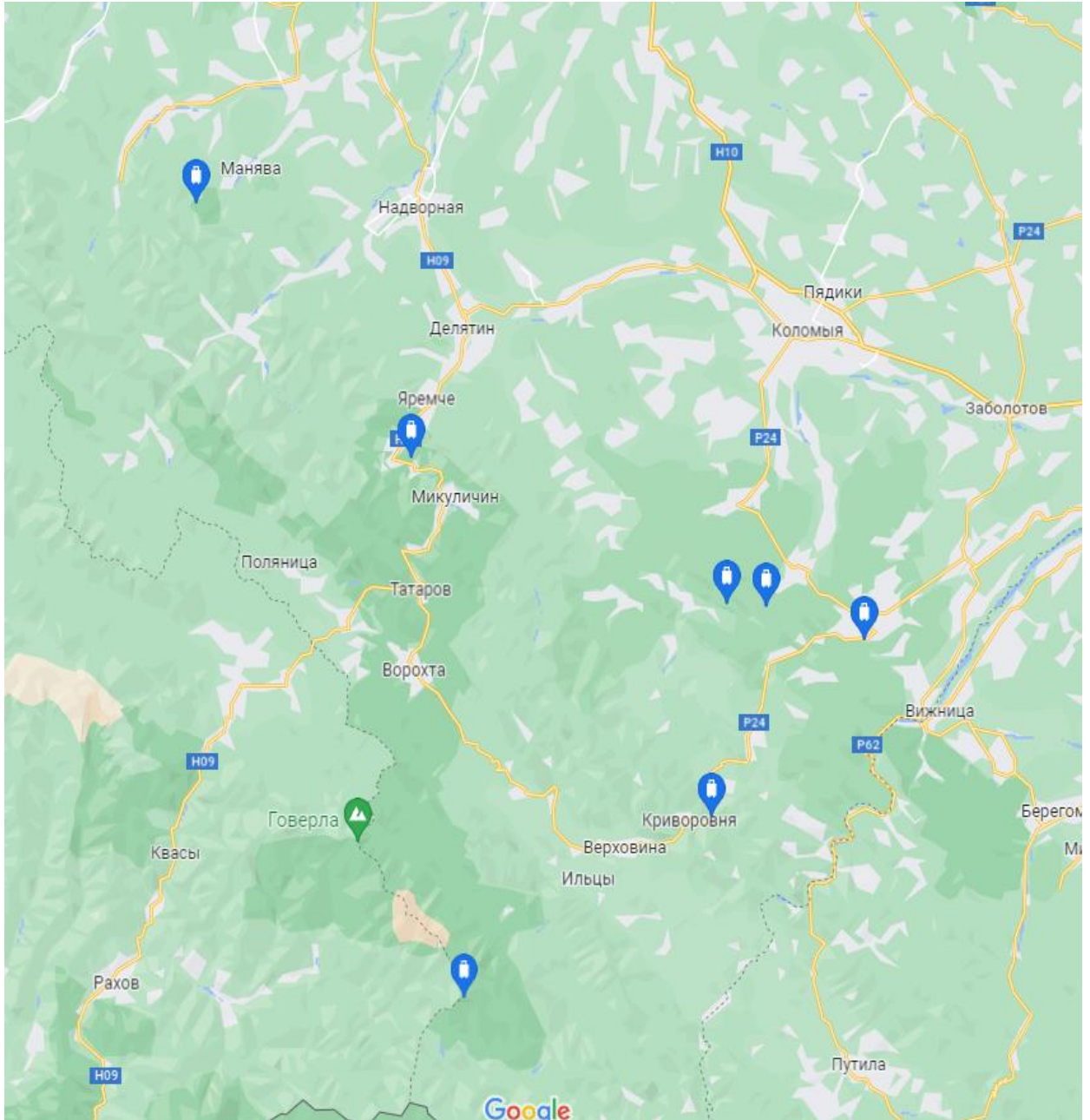
36. Топольницька Т. Б., Дорошенко С. В. Проблеми та перспективи розвитку екологічного туризму в Івано-Франківській області. *Економіко-управлінські аспекти трансформації та інноваційного розвитку галузевих і регіональних суспільних систем в сучасних умовах*: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції. 2020. С. 118-122.

37. Топольницька Т. Б., Мандибур В. С. Сільський зелений туризм: перспективи розвитку (на прикладі Івано-Франківської області). *Економіко-управлінські аспекти трансформації та інноваційного розвитку галузевих і регіональних суспільних систем в сучасних умовах*: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції. 2020. С. 121-123.

38. Туризм Івано-Франківської області. 2022. URL: <https://speakerdeck.com/iftourism/turizm-ivano-frankivskoyi-oblasti2022?slide=3> (дата звернення: 27.05.2023).

Додаток А

Маршрут віртуального туру «Віртуальна Івано-Франківщина»



РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу

«Віртуальний туризм – передумови та перспективи розвитку в Івано-Франківській області»

Для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

Студента спеціальності – 242 «Туризм»

Горічок Соломії Петрівни

(ППІ студента)

Рецензент: Горішевський П.А.

(науковий ступінь, вчене звання, посада, ППІ рецензента)

Стрімкий розвиток інноваційних інформаційних технологій, креативної індустрії, виклики пандемії в сучасному світі спонукають до поширення нових видів туризму. Актуальність дослідження даної теми пов'язана з величезним розвитком високотехнологічних технологій в інформаційному просторі і, як наслідок, з розвитком масової комунікації. Віртуальний туризм в Івано-Франківській області стрімко розвивається, оскільки область має багатий потенціал для його розвитку.

Дослідження теми дипломної роботи має логічну структуру, зокрема: вивчено особливості організації віртуальних турів; проаналізовано можливості формування та реалізації віртуальних турів в Івано-Франківській області та розроблено авторський віртуальний тур по Івано-Франківській області як рекомендацію щодо розвитку віртуального туризму:

Матеріали роботи викладені у науковому стилі, однак є підрозділи, у яких використано художній стиль мовлення, доступною мовою, стисло та правильно. Оформлення роботи на достатньому рівні. Актуальність теми розкрито в повному обсязі. Правильно та грамотно поставлено мету дослідження та авторський підхід до вивчення визначеної проблематики.

Рекомендую виставити Соломії Петрівні оцінку «добре» та присвоїти кваліфікацію «бакалавр» з туризму».

Голова правління ІФОО Співки сприяння розвитку сільського
зеленого туризму в Україні



Павло ГОРІШЕВСЬКИЙ

«15» червня 2023 р.

МП

Відгук
на кваліфікаційну роботу
«Віртуальний туризм – передумови та перспективи розвитку в Івано-
Франківській області»

Для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

Студента спеціальності – 242 «Туризм»

Горічок Соломії Петрівни

(ПІІ студента)

Дослідження теми дипломної роботи має логічну структуру, зокрема: вивчено теоретичні аспекти віртуального туризму: поняття, види, особливості організації віртуальних турів; проаналізовано можливості формування та реалізації віртуальних турів в Івано-Франківській області, досліджено передумови, сучасний стан, проблеми та можливості розвитку віртуального туризму в Івано-Франківській області.

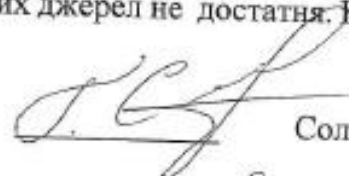
Матеріали роботи викладені у науковому стилі, доступною мовою, стисло та правильно. Актуальність теми розкрито достатньо. Правильно поставлено мету дослідження. Проте, не достатня інформативність та якість критичного огляду літературних джерел з досліджуваної теми. У кваліфікаційній роботі є надані рекомендації та пропозиції щодо розвитку віртуального туризму, зокрема, розроблено авторський тур.

Оформлення роботи на високому рівні: розділи, підрозділи виконано згідно з методичними рекомендаціями щодо оформлення кваліфікаційної роботи. Кожен розділ завершується висновками до розділу. Кваліфікаційна робота завершується загальними висновками до роботи. Додатки присутні. Список використаних джерел оформлено правильно, згідно із рекомендаціями, кількість позицій у списку використаних джерел не достатня. Календарний план виконання роботи виконано вчасно.

Студент

Науковий керівник

ст. викл.



Соломія ГОРІЧОК



Людмила ЖИРАК

«15» червня 2022 р.



метадані

Заголовок
Віртуальний туризм – передумови та перспективи розвитку в Івано-Франківській області

Автор: Народний артист / Експерт
Горічок С.П. Людмила Жирак

назва сайту
King Danylo University

Перелік можливих спроб маніпуляцій з текстом

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть свідчити про **МОЖЛИВІ** маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати випадковий характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам відкоригувати аналіз цього мовного виконання. У разі виниклих запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв	Ⓜ	3
Інтервали	Ⓜ	0
Мікропробіли	Ⓜ	52
Білі знаки	Ⓜ	1
Парафрази (SmartMarks)	Ⓜ	343

Обсяг знайдених подібностей

Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Длина фрази для конфіденційності 2

12843

Кількість слів

98719

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Прочитайте список та аналізуйте, особливо, фрагменти, які переважають КІП 2 (позначено жирним шрифтом). Скористайтеся посиланнями "Позначити фрагмент" та перевірте, чи є вони короткими фразами, розподіленими в документі (випадкові схожості), численними короткими фразами поруч з іншими (мозаїчний плагіат) або великими фрагментами без зазначення джерела (прямий плагіат).

10 найдовших фраз

порядковий номер	копія URL-адреса джерела URL-адреса БДНУ	Копія тексту	кількість (центрів) слів (фрагментів)	кількість (%)
1	http://journals.knu.km.ua/vestib/wp-content/uploads/2021/08/2021-2-en-27.pdf		82	0.84 %
2	https://ena.lp.edu.ua/bitstream/5897/40-8/doc/4aad-a243-21f30c8da13b/download		66	0.51 %
3	https://vithereferate.atlast.ru/sport/01241120_0.html		64	0.50 %
4	http://www.if.gov.ua/files/uploads/%D0%A6%D0%B2%D0%A4%D1%90_%D0%A1%D0%A2%D0%9F_%D0%A2%D0%BE%D0%BC_%D0%A6%D0%A6.pdf		45	0.35 %
5	http://ena.lp.edu.ua/bitstream/5897/40-8/doc/4aad-a243-21f30c8da13b/download		40	0.31 %
6	https://works.dokid.ru/view/0P2YSYxJA/2.html		39	0.30 %

7	http://www.library.univ.kiev.ua/kri/host/vking/db/fin/univ/gal/gal_2011_15.pdf	39	0.30 %
8	https://repositorio.sspu.sumy.ua/bitstream/123456789/11038/2/%D0%A0%D0%B8%D0%BC%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D1%8E%D0%BA_%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC.pdf	37	0.29 %
9	https://economics.opu.ua/files/science/innov_raz/2017/s_4.pdf	37	0.29 %
10	https://3olour.if.ua/main.html	35	0.27 %

з бази даних RefBooks (0.90 %)

порядковий номер	заголовок	кількість ідентифікованих цитат (FRAPID/ITB)	
джерело: Paperity			
1	INNOVATION IN TOURISM: THEORETICAL ASPECT Наталія Побережна, Роман Побережний, Ольга Сарченко, Катерина Побережна;	61 (3)	0.47 %
2	New Content and Potential of the Virtual Museum Volynets Viktoriia;	28 (1)	0.22 %
3	Віртуальний тур як засіб формування позитивного іміджу міста (на прикладі проекту «Віртуальний Луцьк») Artur Oreida, Ludmila Oreida;	16 (2)	0.12 %
4	ІНКОРПОРАЦІЯ ВІРТУАЛЬНИХ ПРАКТИК В СИСТЕМУ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ Степан Демківський;	10 (1)	0.08 %

з домашньої бази даних (0.10 %)

порядковий номер	заголовок	кількість ідентифікованих цитат (FRAPID/ITB)	
1	Управління брендом готельного господарства на прикладі Карпатського туристичного регіону України 6/7/2023 King Danylo University (King Danylo University)	13 (2)	0.10 %

з програми обміну базами даних (2.56 %)

порядковий номер	заголовок	кількість ідентифікованих цитат (FRAPID/ITB)	
1	Віртуальні музеї як туристичні ресурси 5/24/2023 Kyiv International University (KIU) (кафедра міжнародних відносин)	89 (7)	0.69 %
2	LUEENU/Олейда А.Р.doc 11/20/2018 Lesya Ukrainka Eastern European National University (Кафедра міжнародних економічних відносин та управління проектами)	83 (8)	0.65 %
3	МКР Богун В.Р. ТУТД-21.docx 11/30/2022 National University "Lviv Polytechnica" (NULP2)	41 (4)	0.32 %
4	ВІРТУАЛЬНІ ПОДОРОЖІ ЯК СПОСІБ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ 6/8/2021 Kharkiv State Academy of Culture (242 Туризм і рекреація)	40 (3)	0.31 %

5	Inpu/Diplomni/Diplomni_2013/13m069/Romanca Stepana Volodimirovicha/se.docx 8/23/2017 V. Hnatyuk Ternopil National Pedagogic University (TNPU)	34 (2)	0.26 %
6	maisterstva (sldnovalis).docx 4/6/2018 Vasyl Stefanyk Precarpathian National University (VSPNU) (Факультет туризму)	27 (2)	0.21 %
7	YFCNU/2012/geog/geog_2012_196.pdf 10/29/2018 Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University (CNU) (Деятели)	10 (2)	0.08 %
8	Inpu/Diplomni/Diplomni_2015/15d246/Kornyshch Tetiana Valentynivna(Diplom))/.docx 8/23/2017 V. Hnatyuk Ternopil National Pedagogic University (TNPU)	5 (1)	0.04 %

з Інтернету (21.68 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	АДРЕС СТУДЕНТА	КІЛЬКІСТЬ ДОСТУПІВ	ВІДНОШЕННЯ ДО ВСЬОГО
1	http://dspace.megu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2326/1/%D0%9A%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%99%D0%BD%D0%B0%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0_242%20%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B3%D0%B7%D0%BC_%D0%93%D0%BE%D0%BD%D1%87%D0%B0%D1%86%D1%83%D0%BA%20%D0%9C%D0%B8%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%B0.pdf	238 (14)	1.85 %
2	https://etherreferats.allbest.ru/sport/01241120_0.html	234 (13)	1.82 %
3	http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/08/2021-2-en-27.pdf	208 (9)	1.62 %
4	http://ena.lnu.edu.ua:8080/bitstream/nth/29988/1/20_82-86.pdf	172 (10)	1.34 %
5	http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9359/1/Bychova_Liubov_Mykolalivna_%D0%A2-41.pdf	164 (14)	1.28 %
6	https://3ditour.it.ua/menu.html	162 (7)	1.26 %
7	http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/7428/1/Lysyl.pdf	138 (9)	1.07 %
8	https://ena.lnu.edu.ua/bitstreams/5f697ae0-8dcd-4ead-a243-21f30c8de13b/download	128 (5)	1.00 %
9	https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/42337/1/%D0%9D%D0%9D%D0%86%D0%8C%D0%9E%D0%A2_2020_%D0%91_%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%85%D0%BE%D1%82%D0%BD%D1%8F%20%D0%9C.pdf	119 (7)	0.93 %
10	http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/5767/1/%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D1%82%D0%B5%D0%B7_%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%B2%D0%B9.PDF	99 (5)	0.77 %
11	http://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/mater_turyzm-2016.pdf	92 (6)	0.72 %
12	https://economics.opu.ua/files/science/innov_rez/2017/s_4.pdf	86 (6)	0.67 %
13	https://anlibor.mef.gov.ua/frankivsku-rozroblyte-virtualnyj-kur-pam-pso-u-latkamyj-stadii-elektryfikatsii	73 (7)	0.57 %
14	https://er.chdpu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3791/1/%D0%9C%D0%8C%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB%D0%2011%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%97%20%D0%A2%D0%BE%D0%9C_2_2020.pdf	62 (6)	0.48 %

15	https://www.if.gov.ua/files/uploads/%D0%A2%D0%B2%D0%A4%D1%80_%D0%A1%D0%A2%D0%9F_%D0%A2%D0%BE%D0%BC_%D0%86%D0%86.pdf	57 (2)	0.44 %
16	https://khp.knname.edu.ua/index.php/khp/article/download/5137/5087/	56 (5)	0.44 %
17	https://www.referat911.ru/Turizm/vol-virtualn-h-tur-v-turizm/584645-2433450-plac1.html	55 (4)	0.43 %
18	https://docplayer.net/82785181-Ministerstvo-ovt-l-nauki-ukrayin-barkivskiy-nacionalniy-universitet-mishko-gospodarstva-imeri-o-m-beketova-materiali.html	54 (4)	0.42 %
19	https://repository.aspu.sumy.ua/bitstream/123456789/11038/2/%D0%A6%D0%B8%D0%BC%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D1%8E%D0%BA_%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%BE%D0%BC.pdf	51 (2)	0.40 %
20	http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgi/irbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/VLNU_Mv_2012_29(1)_26.pdf	50 (3)	0.39 %
21	http://elar.nuno.edu.ua/bitstream/123456789/7981/1/7631a.pdf	47 (3)	0.37 %
22	http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/host/viking/db/ftp/univ/gatigat_2011_15.pdf	39 (1)	0.30 %
23	https://works.doklad.ru/view/inP2YSYXrJA2.html	39 (1)	0.30 %
24	https://ukf.edu.ua/sites/default/files/2923-04%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%86%29%D0%B2%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D1%96%D0%B2%D0%BA%D0%B8_%D0%9A%D1%83%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_071_%D0%A4%D1%98%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B9%D0%B9%29%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D1%86%D0%BA.pdf	39 (2)	0.30 %
25	https://meor.gov.ua/files/docs/Reg_report/%D0%A0%D0%B5%D0%B3%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%BA%D1%8C_2018_%D0%86%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BE-%D0%A4%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%96%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0.pdf	37 (5)	0.29 %
26	http://enquir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/35735/Vasilina.pdf?sequence=1	37 (2)	0.29 %
27	http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2020/07/gost.pdf	36 (3)	0.28 %
28	http://ib.pnu.edu.ua/files/zhimky/rekreatio-2013-4.pdf	31 (3)	0.24 %
29	https://docplayer.net/70588186-Viisuk-geografija.html	29 (1)	0.23 %
30	http://eprints.library.cdeku.edu.ua/1617/1/Ovchar_Ekologizatsiya_%20Infrastruktur_%20Turyst_M_2018.pdf	26 (1)	0.20 %
31	https://kurier.if.ua/vy-ivano-frankivsku-stvorily-virtualnyj-tur-namyatkamy-istordy-elaktyfikaciyi/	25 (2)	0.19 %
32	http://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/10/4285063.pdf	22 (2)	0.17 %
33	https://itk.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/31/2022/03/Sylabus_2021_%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%BE-%D0%BF%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BB%D0%B9_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B9%D0%B7%D0%BC.pdf	16 (1)	0.12 %
34	http://paforma.info/katalog/doc_details/706-----.html	16 (2)	0.12 %
35	https://confidentific.webnode.com.ua/_files/200000350-3b8d33b8d5%20%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%2059%20(1).pdf	16 (1)	0.12 %

36	https://itourism.com/	12 (1)	0.09 %
37	http://lib.onu.edu.ua/files/zbirnyky/rekreacii-2011-3.pdf	10 (2)	0.08 %
38	https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2021-03/%D0%9E%D1%80_%D0%A4%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%8A_%D0%86%D0%8A%D1%83%D1%80%D1%81_%D0%81%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%8B%D0%B0%D0%B2%D1%80_2020.pdf	10 (1)	0.08 %

Список принятых фрагментів (немає принятих фрагментів)

конкретний фрагмент	кількість	кількість документів списку	відсоток
---------------------	-----------	-----------------------------	----------