

Ковальська Леся Володимирівна,
кандидат географічних наук, доцент

Щука Галина Петрівна,
доктор педагогічних наук, професор

Загнибіда Раїса Павлівна,
кандидат педагогічних наук, доцент

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
м. Івано-Франківськ, Україна, e-mail: gnatuk_l@ukr.net, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7582-8249>

Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, м.
Берегово, Україна, e-mail galina_shchuka@ukr.net, ORCID
<https://orcid.org/0000-0003-4368-5081>

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м.
Івано-Франківськ, Україна, e-mail raisa.zagnubida@pnu.edu.ua, ORCID
<https://orcid.org/0000-0001-9583-9973>

ПЕРСПЕКТИВИ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Мета дослідження полягає у виокремленні інтернет-ресурсів, які надають інформацію та віртуальні туристичні послуги, характеристики сучасних напрямів розвитку віртуального туризму, визначенні факторів, що впливають на його привабливість і перспективність, аналіз особливостей цього виду туризму.

Методика дослідження перспектив віртуального туризму базується на опрацюванні різних інформаційних джерел, в тому числі Інтернет-ресурсів, бібліографічних наукових праць фахівців у галузі туризму. У ході даної роботи нами використані загальнонаукові методи, а саме: аналіз, синтез та узагальнення.

Результати. У статті зазначено передумови створення спеціалізованого інформаційно-віртуального середовища й зазначено адреси цих ресурсів. Представлено асортимент віртуальних туристичних послуг: віртуальні тури, віртуальні екскурсії, тревел-блогінг, туристичні телевізійні проекти, віртуально-інформаційні туристичні центри. Представлено сучасні напрями їх розвитку. Розглянуто основні засоби проведення віртуальних послуг, а також зазначено їх переваги та можливості. Вказано роль технологій штучного інтелекту (AI), великих даних (Big Data), віртуальної, змішаної та доповненої реальностей у створенні віртуального туристичного продукту. Вперше зазначено особливості віртуального туризму й представлено його переваги серед інших видів туризму. Визначено ряд факторів, що впливають на його привабливість і перспективність.

Наукова новизна. Вперше обґрунтовано можливості та перспективи віртуального туризму як напряму інноваційно-інформаційного розвитку туристичної галузі.

Практична значимість наукової публікації полягає у застосуванні сучасних інноваційно-інформаційних ресурсів у науково-рекреаційно-туристичних цілях, враховуючи сучасні виклики, зміни та процеси у національних та глобальних масштабах.

Ключові слова: туристичні ресурси, віртуальна реальність, віртуальні тури, віртуальні екскурсії, тревел-блогінг, туристичні телевізійні проекти, віртуально-інформаційні туристичні центри.

UDC: 338.48-1/-6(477):004

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2024.76.3-10>

Kovalska Lesya Volodymyrivna,
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor

Shchuka Halyna Petrivna,
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor

Zagnybida Raisa Pavlivna,
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ivano-Frankivsk, Ukraine, e-mail: gnatuk_l@ukr.net, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7582-8249>

Transcarpathian Hungarian Institution named after Ferenc Rakoci II, Beregovo, Ukraine, e-mail galina_shchuka@ukr.net, ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4368-5081>

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ivano-Frankivsk, Ukraine, e-mail: raisa.zagnubida@pnu.edu.ua, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9583-9973>

PROSPECTS OF VIRTUAL TOURISM

The aim of the research is to identify internet resources providing information and virtual tourist services, characterize modern trends in virtual tourism development, determine factors influencing its attractiveness and prospects, and analyze the peculiarities of this type of tourism.

The methodology for researching the prospects of virtual tourism is based on the analysis of various informational sources, including internet resources and bibliographic scientific works of experts in the field of tourism. In the course of this work, we employed general scientific methods, namely: analysis, synthesis, and generalization.

Results. The article outlines the prerequisites for creating a specialized information-virtual environment and provides the addresses of these resources. It presents a range of virtual tourist services, including virtual tours, virtual excursions, travel blogging, tourist television projects, and virtual-informational tourist centers. Modern trends in their development are also presented. The main means of providing virtual services are discussed, along with their advantages and capabilities. The role of artificial intelligence (AI), big data, virtual, mixed, and augmented realities in creating virtual tourist products is indicated. The peculiarities of virtual tourism are mentioned for the first time, along with its advantages compared to other types of tourism. A number of factors influencing its attractiveness and prospects are identified.

Scientific novelty. For the first time, the possibilities and prospects of virtual tourism are substantiated as a direction for innovative-informational development of the tourism industry.

The practical significance of the scientific publication lies in the application of modern innovative-informational resources for scientific, recreational, and touristic purposes, taking into account contemporary challenges, changes, and processes at both national and global levels.

Key words: tourist resources, virtual reality, virtual tours, virtual excursions, travel blogging, tourist television projects, virtual-informational tourist centers.

Постановка проблеми. У зв'язку зі стрімким розвитком інформаційних технологій та впровадженням віртуальної реальності у різні сфери життя, туризм не залишається осторонь цих трансформацій. Віртуальний туризм набуває все більшої популярності, пропонуючи альтернативний спосіб подорожувати і досліджувати світ. Проте, хоча цей напрям ще розвивається, він вже породжує ряд нових питань і викликів, які варто детальніше розглянути. Ця стаття спрямована на аналіз перспектив розвитку віртуального туризму, включаючи його можливості, вплив на традиційний туризм, переваги та недоліки впровадження, а також особливості його впливу на туристичну галузь в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує зростаючий інтерес до віртуального туризму і його вплив на туристичну галузь. Національні дослідники активно досліджують різноманітні аспекти віртуального туризму, включаючи технологічні інновації, психологічні аспекти споживачів, вплив на стандартні туристичні маршрути, економічні переваги та виклики. Публікації останніх років, зокрема, Багрія Н. (Bahriy, 2022) презентує віртуальний туризм як перспективний напрям сучасного туристичного ринку, який успішно існує в умовах війни; Лазуренко В. С., Орлик О. В. (Lazurenko, et al., 2023) звертають увагу на тенденції використання віртуальної реальності та інших інноваційних технологій у створенні віртуальних турів та екскурсій, а також необхідності постійно вивчати, оновлювати, вдосконалювати інформаційно-комп'ютерні технології та впроваджувати нові напрями віртуального туризму; Марусей Т. (Marusei, 2021) зазначає, що віртуальні екскурсії мають великий потенціал, ще не до кінця оцінений в Україні; Сидоренко Г.Ю. (Sidorenko, 2013) зазначає, що віртуальний туризм не в змозі замінити реальний (традиційний) туризм, і є лише додатком, що розширює туристичні можливості, дестинації та аудиторію. Загалом, аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про значний потенціал віртуального туризму як інноваційного напрямку розвитку туризму, але також підкреслює потребу у подальших дослідженнях для розуміння його повного впливу та оптимального використання.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні невирішеними питаннями є вплив віртуальних подорожей на відчуття задоволення від подорожі у порівнянні зі традиційним туризмом. Також під увагою вчених залишається не до кінця дослідженим психологічний вплив віртуального туризму на емоційний стан та сприйняття користувачів, а також етичні аспекти віртуального туризму, оскільки зростаюча популярність віртуального туризму породжує питання етики, зокрема стосовно відображення культурно важливих місць та релігійних об'єктів у віртуальних турах. У цій статті автори порушують питання позитивного впливу віртуального туризму на екологію довкілля, потенційні переваги віртуального туризму для людей з обмеженими можливостями, або тих, хто не може собі дозволити реальні подорожі.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження сучасного стану віртуального туризму, зокрема, ідентифікувати ключові напрями та технологічні інновації; вивчення взаємозв'язків між розвитком віртуального туризму та змінами у традиційному туристичному секторі; аналіз переваг використання віртуальних турів та екскурсій для туристичної індустрії; дослідження соціокультурних наслідків зростання популярності віртуального туризму та його вплив на збереження культурної спадщини.

Виклад основного матеріалу. Розвиток сучасних інформаційних технологій сприяв формуванню нового інформаційного середовища. Не оминув цей процес і туристичну галузь. Під впливом розвитку інформаційно-комунікаційної та інноваційно-технологічної сфер утворилося спеціалізоване туристсько-рекреаційне середовище з новими онлайн-платформами та зацифрованими продуктами для потреб потенційних споживачів. Результатом таких поступів є забезпечення доступу до інформаційно-віртуальних ресурсів. Ці ресурси (електронні або онлайн-ресурси) забезпечують користувачів інформацією про туристичні об'єкти, історико-культурні та природні пам'ятки, місця відпочинку тощо. Вони також слугують банками даних про засоби розміщення, набір і вартість туристичних послуг, існуючу інфраструктуру. Віртуальні ресурси доступні у електронному вигляді й представлені на Інтернет-сторінках, презентовані у цифровому вигляді інтерактивними атласами та картами, слугують засобом оплати і бронювання туристичних

та допоміжних послуг, які використовують для задоволення різноманітних потреб сучасного споживача туристичного продукту. Вони, а також сукупність технічних засобів (електронної техніки, мереж і програм обробки даних з метою отримання нової інформації) створюють, доповнюють та оновлюють інформаційне середовище туристичної галузі. Існує багато інтернет-ресурсів, які надають інформацію та віртуальні туристичні послуги. Ось декілька популярних з них: Google Arts & Culture (<https://artsandculture.google.com/>), 360cities (<https://www.360cities.net/>), AirPano (<https://www.airpano.com/>), Expedia Virtual Tours (<https://www.expedia.com/virtualtours/>), YouVisit (<https://www.youvisit.com/>), National Geographic Explore (<https://www.nationalgeographic.com/explore/>), VirtualTourist (<https://www.virtualtourist.com/>), VR Gorilla (<https://www.vr-gorilla.com/>), Tripadvisor Virtual Tours (<https://www.tripadvisor.com/VirtualTours>). Ці платформи дають можливість відвідати віртуальні екскурсії, онлайн-концерти, майстер-класи та інші події, створити спільноту туристів, митців та культурологів, які можуть обмінюватися думками, враженнями та знаннями, пропонувати велику колекцію 360-градусних панорамних знімків, відео та віртуальних турів, досліджувати різні регіони, переглядати інформацію про туристичні об'єкти, презентувати іммерсивні віртуальні дослідження у туристичний контент. Це створює можливість отримати споживачу туристичних послуг унікальні знання та розширити свій кругозір за допомогою віртуальної реальності. Сьогодні, сучасні інформаційні технології та інформаційно-віртуальні ресурси сприяють розвитку віртуального туризму.

Віртуальний туризм базується на використанні інформаційних технологій та віртуальної реальності для створення віртуального туристичного продукту. Він надає можливість огляду атрактивних об'єктів, ознайомлення з культурним та природним потенціалом туристичної локації/дестинації, не виходячи із зони комфорту, з місця проживання.

Сучасні продукти віртуального туризму: віртуальні тури, віртуальні екскурсії, тревел-блогінг, туристичні телевізійні проекти, віртуально-інформаційні туристичні центри.

1. *Віртуальні тури* – інтерактивні віртуальні подорожі, які дають можливість користувачам відчувати себе «присутніми» у певному місці за допомогою віртуальної реальності або 360-градусних зображень. Одним з основних елементів віртуальних турів є віртуальна реальність, де споживач туристичних послуг може зануритися в цифровий світ і відчувати себе присутнім у віртуальному середовищі. Він може рухатися, досліджувати місця, спостерігати за деталями довкілля і навіть взаємодіяти з об'єктами. Ще одним популярним форматом віртуальних турів є 360-градусні зображення, які користувач може переглядати на своєму комп'ютері або мобільному пристрої.

Віртуальні тури стають все більш популярними і відкривають нові перспективи для туристичної індустрії. Серед основних сучасних напрямів віртуальних турів можна виокремити:

- віртуальний тур з елементами історії та культури – спрямований на вивчення історичних та культурних аспектів різних місць. Користувачі можуть дізнатися більше про архітектуру, мистецтво, традиції та історичні події, що пов'язані з конкретними місцями, використовуючи інтерактивні матеріали та віртуальні екскурсії.

- віртуальний екотур – сприяє популяризації екологічного туризму та підсвідомого сприйняття довкілля. Віртуальні тури дозволяють користувачам досліджувати унікальні природні комплекси та екосистеми, об'єкти природно-заповідного фонду, надаючи знання про різноманіття природи та потребу в її збереженні.

- тур віртуальної реальності у реальному часі (Real-time Virtual Reality) – поєднує віртуальну реальність з реальними подіями, що відбуваються у реальному часі. Споживачі туристичних послуг можуть віддалено брати участь у подіях, концертах, фестивалях або екскурсіях, спостерігаючи їх через віртуальні пристрої та взаємодіючи з іншими учасниками.

- соціальний віртуальний тур дозволяє користувачам спілкуватися та співпрацювати один з одним під час віртуальних подорожей. Вони можуть ділитися враженнями, обмінюватися порадами та рекомендаціями, а також взаємодіяти з місцевими жителями через онлайн-форуми, чати або віртуальні спільноти.

Створення віртуальних турів, зазвичай, проводиться з використанням дронів. Останні дозволяють знімати видовищні повітряні відео та зображення, що створюють незабутні враження від подорожі. В Україні, починаючи з 2023 р., впроваджується застосування штучного інтелекту (AI) для покращення взаємодії та персоналізації віртуальних турів. За допомогою AI можуть створюватися індивідуальні маршрути та рекомендації для користувачів на основі їхніх інтересів та вподобань. Також AI може забезпечувати миттєві переклади, додаткові пояснення та інтерактивні діалоги з віртуальними персонажами.

2. *Віртуальні екскурсії* є одним із сучасних напрямів розвитку віртуального туризму. Вони дозволяють користувачам відчувати атмосферу реальної екскурсії і побачити визначні місця, музеї, пам'ятки та інші туристичні об'єкти через віртуальні технології. Основні характеристики віртуальних екскурсій включають: - реалістичне зображення, - можливість вибору маршруту, - інтерактивність – можливість зближення та обертання зображень, взаємодія з інтерактивними пунктами на місцях і багато іншого.

Інтерактивні віртуальні екскурсії можуть включати елементи головоломок, квестів, викликів або спілкування з віртуальними персонажами. Так елемент гри залучає туриста до процесу віртуального дослідження.

Однією з вагомих переваг віртуальних екскурсій є їхня доступність та гнучкість. Користувачі можуть відвідувати місця з будь-якого місця світу та у будь-який зручний для них час. Віртуальні екскурсії також дозволяють уникнути проблем, пов'язаних з фізичними обмеженнями, фінансовими витратами та складнощами організації подорожей.

Крім того, віртуальні екскурсії надають можливість взаємодії та обміну досвідом з іншими користувачами. Вони створюють спільноту людей, які цікавляться подорожами та культурними враженнями. Користувачі можуть обговорювати свої враження, ділитися рекомендаціями та підказками з іншими подорожуючими.

Віртуальні екскурсії можуть використовувати такі технології як:

- віртуальна реальність (VR), завдяки котрій користувачі можуть потрапити у цілком інше середовище та відчувати себе у центрі подій. Вони можуть оглядати довкілля, рухатися, взаємодіяти з об'єктами та відчувати реалістичні сенсорні враження, що дозволяє їм побачити світ зовсім по-новому.

- доповнена реальність (AR), де віртуальні об'єкти накладаються на реальний світ через камеру смартфона або спеціальні пристрої. Це дозволяє користувачам отримати додаткову інформацію про об'єкти навколо них, наприклад, відображення історичних фактів чи додаткових візуальних ефектів.

- змішана реальність (MR) - поєднує елементи віртуальної та доповненої реальності, створюючи новий досвід, де віртуальні об'єкти існують у реальному просторі та взаємодіють з ним. MR призначена для створення ще більш іммерсивного та реалістичного досвіду, дозволяє створювати реалістичні та динамічні віртуальні екскурсії, де користувачі можуть взаємодіяти з віртуальними об'єктами та одночасно спостерігати реальне оточення.

Ще одним засобом для розвитку віртуальних екскурсій є поєднання технологій штучного інтелекту (AI) та великих даних (Big Data). Це дозволяє створювати персоналізовані та інтерактивні екскурсійні програми, які враховують індивідуальні уподобання та потреби кожного користувача. AI може аналізувати дані про відвідувача, його історію подорожей, інтереси та побажання, щоб підготувати цікаву екскурсію.

3. *Тревел-блогінг* став досить популярним та впливовим явищем в останні роки. Основним інструментом тревел-блогінгу є веб-сайти, блоги та соціальні медіа платформи, такі як Instagram, YouTube та Facebook, де автори розповідають про свої подорожі та спілкуються зі своїми підписниками. Вони розкривають деталі своїх маршрутів, рекомендують місця для відвідування, ресторани, готелі та діляться корисними порадами щодо планування подорожей.

Тревел-блогінг дає змогу віртуально відкривати нові місця та культуру через відгуки подорожуючих про різні туристичні об'єкти, оцінки їх якості та привабливості, а також зрозуміти, які місця можуть бути цікавими для відвідування. Тревел-блогери також часто пропонують практичні поради щодо бюджетування, планування маршрутів, безпеки під час подорожей та багато іншого.

Однією з переваг тревел-блогінгу є його доступність. Завдяки поширенню соціальних мереж і платформ таких як Instagram, YouTube, Facebook і блогінгові сайти, блогери мають змогу збільшити свою аудиторію. Це відкриває нові можливості для співпраці з туристичними компаніями, готелями, авіакомпаніями та іншими суб'єктами туристичної індустрії, що сприяє розвитку тревел-блогінгу як бізнесу.

Загалом, тревел-блогінг є потужним інструментом віртуального туризму, який постійно еволюціонує і адаптується до змін у технологіях та попиті аудиторії. Деякі сучасні напрями розвитку тревел-блогінгу включають:

- мікро- та нішевий блогінги (мікро-інфлюенсери) сприяють зростанню популярності тревел-блогерів. Це відомі особистості з невеликою, але цільовою аудиторією. Основним їх контентом є конкретні місця, типи подорожей або аудиторій. Останні формують експертний погляд

на обрану тематику та залучених прихильників-підписників. Вони здатні надати детальну та глибоку інформацію про конкретні місця, культурні особливості, місцеві ресторани, готелі та інші деталі, що цікаві для подорожуючих. Завдяки соціальним мережам, таким як Instagram та Twitter, тревел-блогери можуть швидко та лаконічно ділитися короткими повідомленнями, фотографіями та відео зі своїми підписниками, встановлювати прямий зв'язок з ними. Мікро-інфлюенсери стають джерелом впливу та довіри для своєї віртуальної спільноти, оскільки вони більш персоналізовані та фокусуються на конкретних потребах та інтересах своїх підписників. Це формат, який приваблює увагу молодшої аудиторії, та сприяє швидкому поширенню інформації.

- живі стріми дають можливість тревел-блогерам транслювати свої подорожі у реальному часі за допомогою соціальних платформ, таких як YouTube, Facebook або Instagram. Це дає можливість глядачам відчувати себе частиною подорожі і взаємодіяти з блогером, задавати питання та отримувати миттєві відповіді.

- використання віртуальної реальності (VR) дає можливість тревел-блогерам створювати віртуальні туристичні продукти, котрі захоплюють аудиторію користувачів, переміщуючи їх у певні світи і місця. Віртуальна реальність дозволяє користувачам, не виходячи зі своєї кімнати, відчувати своєрідну атмосферу та красу тих місць.

- колаборація з іншими тревел-блогерами, що ґрунтується на поєднанні сил, створенні спільних подорожей або обмін контентом, що дозволяє розширити свою аудиторію та привернути нових підписників.

- спеціалізовані напрями, де тревел-блогери спеціалізуються на певних аспектах подорожей, таких як гастрономічний туризм, екологічний туризм, пригодницький туризм, мистецький туризм тощо. Вони надають глибокий інсайт у конкретну ланку подорожей та цікавих знайомств з місцевими культурами та традиціями.

- інтерактивний контент, завдяки котрому тревел-блогери залучають аудиторію до участі. Це можуть бути опитування, голосування, розіграші подорожей або можливість задавати запитання та отримувати персональні відповіді чи рекомендації.

- соціальна відповідальність дозволяє багатьом тревел-блогерам акцентувати увагу на етичних та соціальних аспектах подорожей, спонукаючи аудиторію до сталого туризму, підтримки місцевих спільнот та захисту природи. Вони розповідають про проекти та організації, які працюють над збереженням культурної спадщини та екосистем.

- персоналізований контент ґрунтується на індивідуальному підході блогерів до своєї аудиторії, враховуючи їхні інтереси, потреби та бажання. Вони рекомендують місця, готелі, ресторани тощо, враховуючи особисті вподобання своїх підписників.

- використання нових технологій сприяє тревел-блогерам застосовувати інноваційні технології, наприклад, дрони, 360-градусні відео, доповнену реальність тощо, щоб створити ще більш захопливі та іммерсивні продукти для своєї аудиторії.

Зростання популярності відеоконтенту є ще однією важливою тенденцією у віртуальному туризмі. Відео-блоги дозволяють тревел-блогерам передати атмосферу та емоції подорожі краще, ніж прості фотографії або текстові описи. Відеоформат також підходить для демонстрації вражень (від дій до інтерактивного контенту), що залучає аудиторію.

Однією з сучасних напрямів розвитку тревел-блогінгу є використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект, віртуальна та змішана реальність. Серед популярних напрямів розвитку тревел-блогінгу також варто відзначити зростання значення місцевої та аутентичної подорожі. Блогери демонструють зацікавленість у відкритті менш відомих місць, маловідомих туристичних напрямів та унікальних культурних експериментів. Вони спонукають аудиторію до нових подорожей та викликають бажання досліджувати світ детальніше. Користується популярністю серед споживачів туристичних послуг і розвиток інтерактивного контенту та особиста залученість аудиторії як одних із сучасних напрямів тревел-блогінгу. Блогери створюють можливості для діалогу з глядачами, наприклад, шляхом запитань та відповідей, коментарів, викликів та конкурсів. Оскільки аудиторія все більше цінує спонтанність, автентичність та щирість блогерів, то останні намагаються показати подорожі у реальному часі, передаючи свої емоції та враження без ретуші. Це сприяє формуванню спільноти подорожуючих, обміну досвідом, рекомендаціями та враженнями.

Тревел-блогери активно розвивають свій індивідуальний імідж. Вони стають не просто інформаторами про подорожі, але й особистостями, які викликають довіру та мають свій унікальний стиль. Вони формують свій імідж як експерти у туристичній галузі, надаючи цінні поради, рекомендації тощо. Серед тревел-блогерів також існує практика співпраці з різними брендами і

компаніями. Така співпраця може включати спонсоровані пости, рекламу туристичних продуктів або послуг, партнерські програми та спільні проекти. Це все сприяє розширенню можливостей тревел-блогерів та залученню нової аудиторії, що в свою чергу впливає на фінансове становище самого блогера в бік збільшення за рахунок продажу своїх подорожей та контенту.

4. Туристичні телевізійні проекти є одним з сучасних напрямів розвитку віртуального туризму. Вони поєднують у собі елементи телебачення та подорожей, надаючи глядачам можливість віртуально відвідати різні країни, міста, природні об'єкти та культурні пам'ятки. Туристичні телевізійні проекти забезпечують широкий спектр контенту, який включає в себе віртуальні екскурсії, документальні фільми, репортажі з місць подорожей, інтерв'ю з місцевими жителями та експертами, поради щодо маршрутів та перебування у певних місцях, а також розповіді про культурні та природні особливості різних регіонів. Одним з прикладів туристичного телевізійного проекту є серія програм «Wanderlust: Travel Stories», яка пропонує глядачам унікальні віртуальні подорожі до найвідоміших туристичних місць на планеті. Цей проект представлений високоякісною відеографією та 360-градусними панорамними зйомками, що дозволяють глядачам отримати максимально реалістичну віртуальну подорож.

Проект «Travel Channel» - телевізійна мережа пропонує широкий спектр програм, що присвячені подорожам. Глядачі можуть переглядати екскурсії популярних місць, досліджувати природні об'єкти та культурні артефакти, а також отримувати поради щодо планування подорожей. Цей проект дозволяє глядачам пізнавати нові місця та отримувати інформацію про них, що може надихнути їх на майбутні подорожі.

Проект «Anthony Bourdain: Parts Unknown» - телевізійна програма, в якій шеф-кухар Антоні Бурден відвідував різні країни та досліджував місцеву кухню та культуру. Програма надавала глядачам можливість познайомитися з різноманітністю світової кухні та отримати унікальну перспективу на культурні аспекти різних країн. Це створило попит на відвідування місць.

Також, туристичні телевізійні проекти можуть співпрацювати з туристичними компаніями та місцевими органами влади для просування конкретних місць або подорожей. Вони можуть створювати спеціальні програми, які присвячені певним регіонам, країнам або тематикам, що допомагають залучати увагу туристів та стимулюють їх до подорожей. Наприклад, туристичний телевізійний проект може створити спеціальну серію програм, присвячених екзотичним пляжам, де промोуються певні туристичні комплекси, активні види відпочинку та місцева культура.

5. Сучасні напрями розвитку віртуального туризму включають створення віртуально-інформаційних туристичних центрів. Ці центри є онлайн-платформами, які надають інформацію про різноманітні туристичні атракції, місцеві визначні пам'ятки, культурні події та інші цікаві об'єкти.

Віртуально-інформаційні туристичні центри забезпечують доступ до широкого спектру інформації про місцевість, допомагають вибрати найкращі маршрути та надають рекомендації щодо подорожей. Основні характеристики віртуально-інформаційних туристичних центрів включають: багатомовність, велику базу даних туристичних ресурсів, вибір віртуальних турів, планування подорожей, інтерактивність, мобільність.

Віртуально-інформаційні туристичні центри допомагають розширити можливості подорожей, надають змогу людям досліджувати та відкривати нові місця, навіть якщо вони не можуть фізично бути присутніми. Ці туристичні центри надають можливість відкрити для себе найцікавіші туристичні об'єкти, архітектурні шедеври, історичні пам'ятки світу тощо. Вони мають значну кількість фотографії туристичних об'єктів високої якості, відеоекскурсії. Тут можна також скористатися інтерактивними картами та отримати детальну інформацію про атрактивний об'єкт.

Крім того, віртуально-інформаційні туристичні центри можуть бути використані для популяризації менш відомих місць, регіонів або культур. Вони презентують унікальність і привабливість таких місць широкій аудиторії, що спонукає людей до подорожей та відвідування нових місць. Віртуальні тури не тільки розширюють можливості подорожей, але й стимулюють культурний обмін, навчання та збереження культурної спадщини.

Сьогодні віртуальний туризм впливає на розширення географічного охоплення туристичних дестинацій/локацій, що дозволяє людям відвідувати туристичні місця з усього світу, до яких вони раніше не мали можливості потрапити фізично, котрі були недоступні або віддалені. Віртуальний туризм розширює межі подорожей. Також він надає можливість досліджувати туристичні об'єкти, відвідувати туристичні локації, відкривати інші аспекти культурного спадку різних країн безпосередньо зі свого дому, підвищуючи культурну толерантність та відкритість світу.

Він також сприяє підвищенню інтерактивності та залученню користувачів завдяки технологіям віртуальної, доповненої та змішаної реальностей. Користувачі можуть взаємодіяти з віртуальними об'єктами, досліджувати їх і відчувати практично реальні враження. Це сприяє розвитку віртуальних туристичних просторів та інтерактивних подорожей.

Віртуальний туризм розширює цільову аудиторію, залучаючи нові категорії туристів, визначає «доступність для всіх», що забезпечує можливість подорожувати тим, хто фізично не може або не бажає займатися активним туризмом. Люди з обмеженою мобільністю, інваліди, літні люди чи ті, хто знаходиться в регіонах з обмеженим доступом, можуть віртуально відвідувати туристичні місця й подорожувати у зручний час та у комфорті. А також збільшує кількість подорожуючих туристів завдяки віртуальним продуктам.

Цей вид туризму стимулює розвиток нових технологій та інновацій у туристичній галузі. IT-компанії та підприємства створюють віртуальні туристичні платформи, розробляють спеціальні додатки і пристрої для покращення віртуального продукту. Такі інновації застосовують і у готельному та ресторанному бізнесах, пасажиро- й вантажоперевезеннях та в інших галузях обслуговування.

Віртуальний туризм сприяє вирішенню проблем перевантаження туристичних місць, зменшує навантаження на популярні туристичні місця, знівельовує проблему переповнення та зношення інфраструктури. Шляхом пропонування віртуальних турів до місць масових відвідин, можна зменшити негативний вплив туризму на природу та культурну спадщину, одночасно задовольняючи попит на дослідження туристичних об'єктів. Віртуальний туризм виступає як безпечний та альтернативний вид в умовах пандемій, природних катаклізмів, війн та нестабільних ситуацій. Він дозволяє подорожувати без ризику зараження та ураження.

Він впливає на розвиток нових форм туристичного бізнесу. Віртуальний туризм відкриває нові можливості для підприємців у галузі туризму. Створення віртуальних туристичних платформ, продаж віртуальних турів та послуг, створення віртуальних туроператорів та агентств – це лише кілька прикладів нових форм туристичного бізнесу, які можуть розвиватися в контексті віртуального туризму. Компанії можуть створювати інноваційні продукти та послуги, що базуються на використанні віртуальної реальності, доповненої реальності та інших технологій, що розширюють туристичний досвід. Це може включати інтерактивні екскурсії, віртуальні музеї, виставки тощо.

Віртуальний туризм також доцільно використовувати як додатковий інструмент для навчання, дозволяючи студентам досліджувати і вивчати різноманітні культури, історичні події та географічні об'єкти. Віртуальні екскурсії та інтерактивні платформи допомагають розширити знання та стимулюють інтерес до світу навколо нас.

Віртуальний туризм є доповненням до реального. Він слугує вихідною базою для планування реальних поїздок. Віртуальні тури можуть бути первинними у формуванні навиків подорожування.

Особливості віртуального туризму:

1. Доступність до світових пам'яток та місць, оминаючи фізичні, фінансові, транспортні, бюрократичні та інші бар'єри. Одна з головних переваг віртуального туризму є доступність. Не виходячи зі свого помешкання, споживач туристичних послуг має можливість віртуально відвідати екзотичні країни, світові архітектурні шедеври, природні заповідники, музеї та інші об'єкти чи події.

2. Культурний обмін дозволяє споживачам віртуального туризму поглибити свої знання про світ, його історію, культуру та природу, ознайомитися з культурними та релігійними особливостями певних народів і/чи етносів. Віртуальні тури допомагають підвищити культурну свідомість та стимулюють інтерес до вивчення інших країн та народів.

3. Екологічно стійкий віртуальний туризм сприяє зменшенню рекреаційного впливу подорожей на довкілля, оскільки не потребує фізичного переміщення та використання ресурсів, пов'язаних з транспортом, енергією та іншими ресурсами. Цей вид туризму зменшує викиди вуглецю, забруднення та мінімізує деградацію природних та культурних систем.

4. Економічно вигідний віртуальний туризм відкриває нові можливості для туристичної індустрії та місцевих спільнот, сприяє розвитку віртуальних туристичних платформ, створенню віртуальних екскурсій та подорожей, що розширює географію туристичного ринку та створює нові робочі місця, формує групу споживачів туристичних послуг. Віртуальні тури також можуть стати додатковим джерелом прибутку для місцевих громад, дозволяючи їм презентувати свої культурні та природні ресурси широкому загалу.

Віртуальний туризм як сегмент туристичної індустрії має великий потенціал для розширення та розвитку, оскільки: відкриває нові можливості для подорожей, освіти, бізнесу та сталого розвитку. Завдяки поєднанню технологій, креативності та інновацій, віртуальний туризм може змінити спосіб, яким ми сприймаємо та досліджуємо світ навколо нас.

Висновки. Віртуальний туризм відкриває нові можливості для туристичної індустрії та місцевих громад й спільнот. Віртуальний туризм розширює географію туристичного ринку та створює нові робочі місця, є додатковим джерелом доходу для місцевих громад. А віртуальні продукти слугують рекламною платформою культурних та природних ресурсів для широкого загалу.

Список використаних джерел

- Багрий К.* Віртуальний туризм як новий напрямок туризму в умовах війни. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект» (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.) Чернівці: Технодрук, 2022. 352 с. С.144-149.
- Лазуренко В. С., Орлик О. В.* Віртуальний туризм: особливості, переваги та недоліки впровадження. Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2023. Вип. 5. С. 112–123.
- Марусей Т.* Віртуальна екскурсія як напрямок розвитку сучасного туризму. Економіка та суспільство, 2021. Вип. 26. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-75>
- Сидоренко Г.Ю.* Віртуальний туризм: кінець традиційному туризму? Наукові записки Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка. Географічні науки, 2013. Вип.4. С.112-114.

References

- Bahriy K.* Virtual Tourism as a New Direction of Tourism in Times of War. [Virtual'nyy turizm yak novyy napryamok turizmu v umovakh viyny]. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference "Hospitality Industry Development Management: Regional Aspect" (Chernivtsi, May 5, 2022). Chernivtsi: Technodruk, 2022. P. 144-149. (in Ukrainian).
- Lazurenko V.S., Orlyk O.V.* Virtual Tourism: Features, Advantages, and Implementation Disadvantages. [Virtual'nyy turizm: osoblyvosti, perevahy ta nedoliky vprovadzhennya]. Information Technologies in Economics and Management: Collection of Scientific Student Papers. Odessa: ONEU, 2023. Issue 5. P. 112–123. (in Ukrainian).
- Marusei T.* Virtual Excursion as a Direction of Modern Tourism Development. [Virtual'na ekskursiya yak napryamok rozvytku suchasnoho turizmu]. Economics and Society, 2021. Issue 26. (in Ukrainian). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-75>.
- Sidorenko H.Yu.* Virtual Tourism: The End of Traditional Tourism? [Virtual'nyy turizm: kinets' tradytsynomu turizmu?]. Scientific Notes of Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko. Geographic Sciences, 2013. Issue 4. P. 112-114. (in Ukrainian).

Надійшла до редколегії 13.05.2024

Прийнята до друку 15.09.2024