

– С. 21-27

2. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Ю. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин.– Випуск 126 (частина I). – 2015. – С. 12-23.

3. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія / Г.І. Михайліченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.

4. Why tourism? Tourism – an economic and social phenomenon [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/content/why-tourism>

УДК 338.48:006.063(043.2)

Мишко Ю.Ю, Кампов Н.С.

Мукачівський державний університет

hojsaknad@gmail.com

QR-CODE МАРКУВАННЯ ІСТОРИЧНИХ І РЕКРЕАЦІЙНИХ ПАМ'ЯТОК: ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ

Специфіка туристично-рекреаційного потенціалу малих міст та територій їх розташування полягає у наявності значної кількості історико-культурних та архітектурних пам'яток, які є предметом особливої зацікавленості як українських туристів, так і гостей з закордону. Попри те, що загальна динаміка розвитку потоків туристів в різні регіони країни є позитивною, регіональна туристична інфраструктура України є неоднорідною за критерієм наявності матеріально-технічної бази та інформаційного забезпечення. Це є загрозою для створення позитивного туристичного іміджу регіонів та України в цілому. Найбільш перспективними та такими, що щороку зосереджують найбільші і найінтенсивніші туристичні потоки внутрішніх та міжнародних туристів Закарпаття є міста Ужгород, Мукачево, Берегово, Виноградovo, Хуст, та

прилегли до них територій, адже на саме тут зосереджена значна кількість історико-культурних та історико-архітектурних пам'яток.

Однією з проблем подальшого розвитку туризму є недостатність інформаційно-пізнавального, рекламного забезпечення туристичної діяльності, в тому числі через інформування новітніми методами (QR-кодування), недосконалість системи інформування про можливості туризму, а також низький рівень поінформованості потенційних туристів про туристичні можливості міст Закарпатської області та прилеглих до них територій.

На сьогодні QR-коди з можливістю зчитування інформації смартфонами та іншими сучасними девайсами дозволяють швидко та зручно отримувати необхідну туристам інформацію про туристичні об'єкти, історичні місця та події. Тому розробка та встановлення таблиць з QR-кодами в місцях особливого зацікавлення туристів в містах краю та прилеглих до них територій є перспективним і цікавим напрямком для впровадження QR-кодування основної важливої для туристів інформації про історичні місця та об'єкти Закарпаття.

QR- код - нове і надзвичайно привабливе слово в туризмі. Завдяки тому, що багато країн узяли на озброєння двійкові коди, любителям технологічних нововведень стало набагато зручніше подорожувати.

QR-код (англ.*quickresponse* - швидкий відгук) -матричний код (двовимірний штрих-код), розроблений і представлений японською компанією «Denso-Wave» в 1994 році. Основна перевага QR-коду - це легке розпізнавання сканувальним обладнанням (в тому числі й фотокамерою мобільного телефона), що дає можливість використання в торгівлі, на виробництві, в логістиці.

На відміну від старого штрихкоду, який сканують тонким променем, QR-код визначається сенсором як двовимірне зображення. Три квадрати в кутах зображення та менші синхронізуючі квадратики по всьому коду дозволяють нормалізувати розмір зображення і його орієнтацію, а також кут, під яким сенсор розташований до поверхні зображення. Точки переводяться в двійкові числа з перевіркою контрольних сум.

Основна перевага QR-коду – це легке розпізнавання скануючим обладнанням (в тому числі і фотокамерою мобільного телефону).

Використання QR-кодів в повсякденному житті відкриває нові можливості, створюючи ще один зв'язок між гіперпростором-Інтернет і реальним життям, використовуючи WI – FI технології і інші способи непрямого передання інформації. Основна перевага QR-коду – це легке розпізнавання скануючим устаткуванням. Досить запустити програму зчитування QR-коду, навести об'єктив мобільного пристрою на QR-код і отримати швидкий доступ до інформації про об'єкт, це робить QR-код таким популярним серед користувачів мобільного зв'язку – за допомогою програми-розпізнавача кодів абонент може вмить заносити у свій телефон текстову інформацію, додавати контакти в адресну книгу, переходити по web-посиланнях, відправляти SMS-повідомлення і т. д.

Розміщення QR-кодів на історичних і культурних об'єктах, творах мистецтва і навіть поряд з природними пам'ятками - один з найпопулярніших способів їх використання у туристичній сфері. Сьогодні матричні коди, інформацію, яка здатна замінити розповідь екскурсовода, часто можна зустріти на вулицях і в музеях.

Використовуючи QR-код в експозиціях музею або на архітектурних пам'ятках, можна вирішити одночасно кілька завдань:

- 1) дати можливість відвідувачам музею і екскурсантам самостійно знайомитися з експонатами, вибирати мову, на якій вони будуть отримувати інформацію;
- 2) розширяти можливості екскурсовода, який може в ході екскурсії ілюструвати свою розповідь додатковими матеріалами;
- 3) проводити з дітьми ігри та інтелектуальні змагання (кожний QR-код – це питання-завдання по музейній експозиції, виконуючи яке, отримуєш ключ до наступного завдання).

Отже, на сьогодні QR-коди з можливістю зчитування інформації смартфонами та іншими сучасними девайсами дозволяють швидко та зручно

отримувати необхідну туристам інформацію про туристичні об'єкти, історичні місця та події. Тому розробка та встановлення таблиць з QR-кодами в місцях особливого зацікавлення туристів в місті Мукачево та прилеглих до нього територій є перспективним і цікавим напрямком для впровадження QR-кодування основної важливої для туристів інформації про історичні міста. Інтерактивний маршрут спростить знайомство з центром та околицями міста та допоможе зручно та швидко отримати інформацію про туристичні об'єкти міста українською, англійською та іншими мовами.

УДК 338.487:659.1:316.77:004(043.2)

Мовчан М.Ю., Кампов Н.С.

Мукачівський державний університет

hojsaknad@gmail.com

КОМПЛЕКС СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОМОЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

На сучасному етапі розвитку українського суспільства постала нагальна потреба у представленні національного туристичного продукту як цілісного образу, який формується комплексом соціально-комунікаційних технологій, спрямованих на активізацію поведінки споживача туристичних послуг. Про це засвідчує позитивний міжнародний досвід промоції національного туристичного продукту країнами-лідерами туристичного бізнесу, які застосовують механізм ефективного територіального брендингу, що реалізуються засобами інтегрованих маркетингових комунікацій. Такий підхід визнається та застосовується не тільки науковцями, представниками бізнесу, а й державними інституціями.

Територіальний брендинг все частіше стає центром уваги вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких А.Парфіренко, В.Тарнавський, Н.Торсен та



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>