

ВІРТУАЛЬНИЙ ТУРИЗМ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Наумова О.О.,

*к.е.н., доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна
e-mail: olenan@krok.edu.ua*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1237-833X>

Матко Ю.О.,

*студентка 3 курсу спеціальності «Туризм»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна
e-mail: matkoio@krok.edu.ua*

Стрімкий розвиток інформаційних технологій зумовив появу віртуальної складової у соціальному середовищі. Інформаційні технології стали невід'ємним супутником не лише в трудовій діяльності людей, а й і в сфері дозвілля – відвідування віртуальних виставкових залів на сайтах музеїв, перегляд театральних вистав на Youtube-каналах тощо. Доступність та зручність інформаційних технологій вплинули на зростання популярності віртуального туризму у сфері гостинності.

Віртуальний туризм – це термін, який включає в себе широкий спектр віртуального досвіду, доступного в туристичному секторі, від перегляду рекламного відео до інтерактивного музейного досвіду і відчуття цілого свята за допомогою віртуальних засобів в стилі, комп'ютерних програм, технологій [2].

Віртуальний туризм почав свій розвиток ще в 1994 році у Великій Британії. Збільшення інтернет-користувачів по всьому світу, посилення конкуренції на ринку туристичних послуг стало потужним поштовхом діджиталізації у цій сфері.

Фотографії та 360° відео інтер'єрів готелів і номерів стають більш важливим джерелом інформації, ніж відгуки. Ці інструменти допомагають клієнтам реалізувати досвід «спробуй перед покупкою». Вже сьогодні цю технологію починають активно впроваджувати готельні мережі. Нещодавно на сервісі Booking.com також з'явилася можливість для готельєрів додавати 3D-панорами об'єктів розміщення [3].

Технології віртуального туризму дозволяють компаніям подолати негативні наслідки, які спричинила пандемія COVID-19. Наприклад, віртуальний туризм дозволяє компаніям просувати туристичні маршрути і надихати клієнтів подорожувати віртуально, тим самим підтримуючи продажі. Так, мексиканська мережа преміум курортів Vidanta використовує системи віртуальної реальності, щоб показати потенційним покупцям весь масштаб територій своїх одиниць розміщення [4].

Ті готельні мережі, що почали застосовувати технології віртуальної реальності в маркетингових цілях, відзначають зростання інтересу до готелів мереж з боку мандрівників, і, як наслідок, збільшення кількості бронювань і підвищення лояльності клієнтів. Так само віртуальні системи є відмінним

прикладом можливості демонстрацій гостям нових технологій і послуг, спеціального сервісу або нових об'єктів підприємств [5].

Використання віртуального туризму в якості ефективного маркетингового інструменту особливо корисна у разі, коли вартість традиційного туристичного продукту є дорогою для клієнтів.

Мета створення віртуальних турів може бути досить різноманітною. Вона включає в себе інформаційно-ознайомчу складову. Реалізація цієї мети дозволяє показати відкриті території, музейні експонати, також розмаїття експонатів у запасниках колекцій музеїв. Рекламно-демонстраційна складова сприяє пошуків інтересу до дестинації та готельних закладів. Відзначимо і навчально та культурно-просвітницьку мету віртуального туризму, яка сприяє розширенню просторового бачення туристів. А соціально-реабілітаційна мета віртуального туризму дозволяє в значній мірі підвищити якість життя людей, які позбавленні можливостей скористатися послугами традиційного туризму.

У висновку слід зазначити, що впровадження туристичним підприємствам віртуальних технологій викликає повагу з боку клієнтів за інформованість, взаємну економію часу, в той час, як продавці турів можуть займатися удосконаленням безпосередньо сервісних послуг. Також віртуальний тур може служити як рекламний інструмент в залученні нових клієнтів, оскільки саме завдяки впровадженню цих технологій, рівень сервісу покращиться, а це автоматично впливає на поліпшення розвитку підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. *Стан та перспективи розвитку віртуального туризму.* URL: https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/29171/1/RSVPU_2019_159.pdf
2. *Niche Tourism and virtual tourism.* URL: <https://www.sciencedirect.com/book/9780750661331/niche-tourism>
3. *Черевичко Т.В. Туризм в контексте информационной экономики.* URL: <https://www.sgu.ru/archive/old.sgu.ru/files/nodes/9769/1.pdf>
4. *VR індустрія в сфері гостинності.* URL: <https://corp.wtcmoscow.ru/services/international-partnership/actual/vr-v-industrii-gostepriimstva/>
5. *Віртуальні подорожі.* URL: <https://it-tourism.jimdofree.com/тема-8/виртуальные-путешествия/>