

ВІРТУАЛЬНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від застосування інновацій, які впливають на формування якісно нових туристичних продуктів та надання унікальних туристичних послуг, спрямованих на розширення туристичних можливостей. Сучасні інформаційні технології дають можливість створювати, зберігати та передавати дані, які пов'язані з віртуальною реальністю.

Використання інтерактивних технологій забезпечують формування віртуальних турів та формують ефективний розвиток туристичної діяльності. Віртуальні тури дають можливість майбутнім відвідувачам об'єктивно оцінити особливості природних, історичних та культурних ресурсів, спілкуватися з іншими туристами та дізнаватися багато нового.

Створення та використання віртуального простору при просуванні туристичного продукту являється одним із основних напрямів технологічних інновацій у сфері туризму. Організації, які надають туристичні послуги мають впроваджувати та використовувати сучасні програмно-технічні інтерактивні інформаційні системи, які будуть сприяти розширенню можливостей туристичних підприємств.

Такі системи зберігають у пам'яті велику кількість інформацію про минулі заявки і клієнтів, на підставі якої можна визначити найкращі напрями просування продукту з урахуванням демографічних факторів, інтересів, кращих засобів розміщення тощо. Інформація про клієнтів може бути зібрана з різних джерел: телефонних розмов, Інтернет мережі, інформаційно-довідкових кіосків, туристичних інформаційних відділів – і збережена в єдиній базі даних.

Використання віртуальних подорожей дають змогу споживачам швидко і легко переходити від планування подорожі до її бронювання, що дозволить зробити туристичні послуги доступними для всіх користувачів мережі Інтернет, а також популяризуватиме імідж регіону [1].

Віртуальний туризм має наступні особливості:

– подолання меж часу і простору (світ представлений поза часом і простором, віртуальний туризм дає можливість для відвідувачів з'явитися в одній частині світу, заходячись фактично в іншій);

– інтерактивність (мається на увазі комунікація між людьми і комп'ютерами. віртуальний туризм використовує різноманітні датчики для взаємодії із багатовимірним інформаційним простором);

– високі технології (віртуальний туризм є результатом поєднання туризму з інформацією і технологіями віртуальної реальності, а отже даний вид туризму не може існувати без високих технологій);

– економія (віртуальний туризм робить подорож дешевою);

– різносторонні відчуття (можливість відчуттів віртуальних турів, світів сприймати зображення, звуки, отримувати досвід та інші складові сприйняття) [2].

Інтерактивна система, призначення якої – замінити реальні екскурсії віртуальними, надає користувачеві такий же обсяг інформації, що і при «живій» екскурсії. Застосування такої системи може бути наступним:

— по-перше, охочі побувати на екскурсії, не виходячи з дому, можуть використовувати таку систему за прямим призначенням, тобто пройти екскурсію, переглядаючи фото та фільми на комп'ютері і слухаючи роз'яснення електронного гіда;

— по-друге, туристи можуть використовувати подібну систему як додаткове джерело інформації, наприклад, при реальному проходженні туру без гіда-людини;

— по-третє, вибіркові варіанти системи можуть використовуватися туристичними компаніями в якості рекламних засобів при пропозиції клієнтам певних маршрутів;

— в-четвертих, система може використовуватися в якості навчальної для підготовки нових екскурсуючих, або, підвищення кваліфікації вже досвідчених.

Всі перераховані застосування можуть варіюватися турфірмою в міру необхідності [3, с. 58].

Віртуальний туризм може бути як альтернатива справжньої подорожі і реального туризму. Така «віртуальна туристична подорож» комфортна і зручна, безпечна, так як вона здійснюється в межах зручного середовища перебування і розширює горизонти культурного простору.

Отже, впровадження віртуальних систем дозволяє збільшувати кількість потенційних клієнтів, підвищують рівень сервісу та обслуговування, забезпечують широкий доступ співробітників та партнерів до інформації.

Список використаних джерел:

1. Фарат О. В. Інноваційні напрями розвитку туристичної галузі Львівського регіону / О. В. Фарат, М. В. Марущак: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/admin/Downloads/eui_2012_2_29.pdf.

2. Сидоренко Г. Ю. Віртуальний туризм: кінець традиційному туризму? / Г. Ю. Сидоренко: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://scinotesgeo.at.ua/Volume_4/sydor.pdf.

3. Атанасов М. Вплив інформаційних технологій на розвиток підприємства / М. Атанасов, О. Йона // Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави : Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених, 25 березня 2014 р. : матер. конф. – Одеса, ОНЕУ. – С. 54-61.

Налбатов О. О., студент

*Науковий керівник Кузьмінов М. В., к.е.н., старший викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У сучасному світі туристичний бізнес почав ставати масовим соціально-економічним явищем яке отримує стрімкий розвиток зі сторони розширення культурних, наукових, політичних і економічних зв'язків між державами і народами світу. В Україні же туристичний бізнес не зазнає таких стрімких розвитків як у світі. Тому постає таке питання «Які актуальні проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні?».

Мета цієї публікації є розбір актуальних проблем розвитку туристичного бізнесу в Україні, а також їх висвітлення і можливі їх рішення.

У сучасних умовах вітчизняними дослідниками таких як: Кожухівська Р. Б.[1], Кальченко О. М.[2], Соловійов Д. І.[3], виділяється значна кількість підходів до проблем розвитку туристичного бізнесу в Україні, які так або інакше відрізняється один від одного за концепцією і баченням проблем розвитку туристичного бізнесу в Україні та їх вирішенням.

Різноманітність існуючих підходів до проблеми в ніякому разі не викликана їх неактуальністю в сучасних умовах розвитку туристичного бізнесу та їх недостовірністю. Існування значної кількості варіантів проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні, а також різні авторські погляди на проблему і поставлення головних задач її вирішення в умовах сучасного ринку послуг у галузі туризм.

Вище обґрунтовані фактори мають бути враховані під час створення авторського підходу до проблеми туристичного бізнесу в Україні, що використовуватиметься як теоретична основа побудування проблеми і рішення.