

3. Johnson C., & Williams, D. Personalization Strategies for Tourism Communication Channels. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 2019. 28(3). P. 189-202.
4. Lee K., & Kim, S. The Role of Technology in Tourism Communication: A Review of Current Trends. *International Journal of Hospitality Management*. 2018. 25(1). P. 45-58.
5. Smith J. The Role of Social Media in Tourism Marketing: Opportunities and Challenges. *Journal of Tourism Research*. 2021. 45(2). P. 123-135.

О. В. Прокопенко

*Естонський університет підприємництва Майнор,
Сумський державний педагогічний університет
імені А. С. Макаренка*

О. В. Кочубей

*Київський національний університет технологій та дизайну,
RushApp OU*

Д. Р. Костирко, Є. В. Хоменко

*Сумський державний педагогічний університет
імені А. С. Макаренка*

РОЛЬ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Використання віртуальної реальності (VR) в туризмі є перспективним напрямом для підвищення ефективності та задоволення туристів. Дослідження показує, що VR дозволяє туристам планувати майбутні подорожі та відчувати емоції подорожі без фактичної присутності. Проте, існують виклики, такі як висока вартість та обмежена доступність технологій VR, які потребують уваги та подальшого дослідження.

***Ключові слова:** віртуальна реальність, туризм, ефективність, задоволення, Естонія.*

The utilization of Virtual Reality (VR) in tourism presents a promising avenue for enhancing efficiency and tourist satisfaction. Research indicates that VR enables tourists to plan future trips and experience the emotions of travel without physical presence. However, challenges such as high costs and limited accessibility of VR technologies require attention and further exploration.

***Keywords:** virtual reality, tourism, efficiency, satisfaction, Estonia.*

Технологія, яка створює імерсійне середовище, що імітує реальність або створює абсолютно нові віртуальні світи за допомогою комп'ютерної графіки та стимуляційного програмного забезпечення називається віртуальною реальністю (VR). Завдяки VR користувач може інтерактивно взаємодіяти з цими віртуальними середовищами за допомогою спеціального обладнання, такого як VR-окуляри та контролери руху [1].

Застосування VR в різних сферах, включаючи туризм, відкриває безліч можливостей. У сфері туризму VR може бути викорис-

тана для створення віртуальних турів та подорожей, які дозволяють користувачам відчувати емоції та атмосферу різних місць, не покидаючи зручності власного дому. Наприклад, віртуальні тури по Естонії, доступні прямо у аеропорту, можуть дозволити туристам попередньо оглянути пам'ятки та культурні об'єкти цієї країни, а також підібрати маршрут своєї подорожі заздалегідь.

Дослідження ролі VR в підвищенні ефективності туристичних послуг стає важливим з метою зрозуміти, як ця технологія може покращити якість та доступність туристичних пропозицій. Вона може сприяти збільшенню зацікавленості туристів, підвищенню продажів туристичних пакетів, а також зменшенню витрат на маркетинг та рекламу за рахунок імерсійного віртуального досвіду. Однак, для успішного впровадження VR у туристичну галузь необхідно вирішити питання доступності обладнання та контенту, а також забезпечити високу якість віртуальних досвідів, щоб вони відповідали очікуванням та потребам користувачів [1].

VR в туризмі відкриває нові горизонти для якісної підготовки та планування подорожей, сприяючи покращенню якості обслуговування туристів. Програми VR створюють можливість для користувачів зазирнути в потенційні місця відпочинку зручним та імерсивним способом, що дозволяє їм отримати реалістичне уявлення про свою майбутню подорож ще до того, як вони розпочнуть свою подорож у реальному житті.

Наприклад, при виході з літака в аеропорту Естонії, туристи можуть вже в аеропорту скористатися програмою віртуальної реальності, щоб відчувати атмосферу різних туристичних пунктів та визначити свої вподобання. Завдяки VR, вони можуть «перенестися» на вулиці та площі старовинного Таллінна, відвідати середньовічні замки або навіть побачити прекрасні пейзажі національних парків і дикої природи. Це дозволяє туристам не лише ознайомитися з потенційними місцями відпочинку, але й зробити обґрунтовані вибори щодо своєї майбутньої подорожі, спираючись на власні враження та вподобання. Окрім того, VR демонструє гостям Таллінна національні традиції, такі як сауна, а також надає інформацію щодо відкриття бізнесу в Естонії та його супроводу, та навіть демонструє можливості і переваги високого рівня цифровізації країни.

VR може бути корисним інструментом для туристичних агентств та компаній у рекламуванні своїх послуг. Вони можуть створювати віртуальні туристичні пакети та екскурсії, які дозволяють потенційним клієнтам побачити, що їх чекає, та відчувати атмосферу туристичного місця перед бронюванням. Це сприяє покращенню комунікації з клієнтами та збільшенню інтересу до їхніх послуг.

Отже, використання віртуальної реальності в туризмі відкриває можливості для покращення планування подорожей, підвищення якості обслуговування та залучення більшого числа туристів, що робить її важливим інструментом для розвитку туристичної галузі.

VR в туризмі не лише підвищує задоволення туристів від подорожей, але й відкриває широкі можливості для створення унікальних іммерсивних досвідів. Завдяки VR, туристи можуть не лише бачити місця відпочинку на екрані, але й відчутти себе частиною цих місць, переносячись у простір і час обраної локації. Це дозволяє подорожуючим отримати більш повне та емоційне враження від своєї подорожі, навіть якщо вони фізично не знаходяться на місці.

Проте, необхідно врахувати обмеження, пов'язані з використанням VR в туризмі. Перш за все, висока вартість як обладнання VR, так і створення вмісту для цієї технології, може стати перешкодою для широкого поширення VR-туризму. Значні витрати на закупівлю та підтримку обладнання можуть вплинути на доступність таких послуг для широкої аудиторії.

Також, існує проблема обмеженої доступності VR-програм у різних регіонах. У багатьох місцях світу інфраструктура для розвитку та підтримки VR може бути недостатньою, що ускладнює доступ туристів до віртуальних турів та інших VR-досвідів.

Крім того, існує потенційне занепокоєння щодо того, що використання віртуальної реальності може призвести до зменшення реальних подорожей та збільшення негативного впливу на довкілля. Хоча VR може надавати можливості для віртуального подорожування без фактичного перельоту або виїзду, це може вплинути на попит на реальні подорожі та призвести до збільшення викидів вуглекислого газу від транспортних засобів.

Отже, для успішного впровадження VR в туризм необхідно розвивати інфраструктуру, знижувати вартість та підвищувати доступність обладнання та вмісту, а також уважно враховувати його можливий вплив на туристичну діяльність та довкілля.

Для подальшого розвитку та успішного впровадження VR в туризм, насамперед, необхідно активно працювати над зниженням вартості та підвищенням доступності VR-технологій. Це може включати в себе розробку більш доступного обладнання, такого як VR-окуляри, а також зниження вартості створення віртуального вмісту. Постійні вдосконалення в цих напрямках дозволять зробити VR більш доступною для широкої аудиторії туристів.

Крім того, для успішного впровадження VR в туризм необхідно забезпечити баланс між використанням віртуальної реальності та реальними подорожами. Хоча VR може надавати вражаючий іммерсивний досвід, важливо не забувати про значення реальних подорожей для культурного обміну, фізич-

ного здоров'я та розвитку туризму в цілому. Тому важливо стимулювати та підтримувати реальні туристичні відправлення, зберігаючи інтерес до туризму та сприяючи збереженню природних та культурних ресурсів.

Додатково, продовження досліджень впливу VR на індустрію туризму є важливою складовою для успішного впровадження цієї технології. Це включає вивчення впливу VR на вибір туристів, їхні враження від подорожей та сприйняття різних туристичних послуг. Результати таких досліджень можуть використовуватися для вдосконалення туристичних послуг та розробки нових способів використання VR з метою поліпшення якості подорожей.

Загалом, розвиток VR в туризмі може принести багато переваг як для туристів, так і для галузі в цілому. Але важливо постійно вдосконалювати технології, зберігати баланс між віртуальним та реальним досвідом, а також продовжувати досліджувати його вплив на індустрію туризму для досягнення максимальної користі від використання цієї інноваційної технології.

Зведені висновки демонструють, що використання VR в туризмі може стати значною перевагою для підвищення ефективності та якості туристичних послуг. Програми VR дозволяють туристам відчувати емоції подорожі та планувати свої майбутні подорожі, віртуально переносячи їх у потенційні місця відпочинку. Проте, існують певні виклики, такі як висока вартість обладнання та вмісту, обмежена доступність VR-програм у різних регіонах, а також потенційне занепокоєння щодо впливу на довкілля та зменшення реальних подорожей.

Для подальшого розвитку та успішного впровадження VR в туризм рекомендується зосередитися на зниженні вартості та підвищенні доступності технологій, збалансувати використання віртуальної реальності з реальними подорожами для збереження інтересу до туризму та збалансування впливу на довкілля. Додатково, важливо продовжувати дослідження впливу VR на індустрію туризму та розробляти нові способи використання цієї технології для поліпшення якості туристичних послуг.

Загалом, успішне впровадження VR в туризм може стати важливим фактором у підвищенні якості обслуговування та задоволення туристів від подорожей, але вимагає уваги до деталей, постійного вдосконалення технологій та урахування впливу на довкілля та культурну спадщину.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабушко С. Р., Попович С. І. Використання VR та AR технологій у туристичному бізнесі. *Управлінські науки в сучасному місті: збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції (22 – 23 листопада 2018 р., м. Київ)*. К., 2018. С. 171 – 177. <https://reposit.uni-sport.edu.ua/handle/787878787/1621>