

Є. Ю. Коваль, Д. Р. Мозгова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В МІЖНАРОДНОМУ ПРОСТОРИ

Віртуальна реальність стала найпоширенішим явищем у сфері розвитку туристичної галузі у світі. Непередбачувані соціальні та економічні виклики, пандемія COVID-19, війна в Україні викликали гостру потребу розглядати віртуальний туризм як альтернативу традиційним подорожам. Віртуальний досвід у туризмі залежить від факторів, пов'язаних з інформацією, якістю, прийняттям технологій та емоційним залученням інструментів інтернет-ресурсів, та надає значний вплив на ставлення та поведінкові наміри туристів. Тому тема обґрунтування перспектив розвитку віртуального туризму є актуальною та потребує подальшого дослідження.

Ключові слова: *віртуальна реальність, туризм, стратегії розвитку, міжнародний туризм.*

Virtual reality has become the most common phenomenon in the field of tourism development in the world. Unforeseen social and economic challenges, the COVID-19 pandemic, and the war in Ukraine caused an urgent need to consider virtual tourism as an alternative to traditional travel. Virtual experiences in tourism depend on factors related to information, quality, technology acceptance, and emotional involvement of Internet resource tools, and have a significant impact on tourists' attitudes and behavioral intentions. Therefore, the topic of substantiating prospects for the development of virtual tourism is relevant and requires further research.

Keywords: *virtual reality, tourism, development strategies, international tourism.*

Мета роботи. Дослідження особливостей та можливостей організації віртуального туризму в міжнародному просторі.

Постановка проблеми. Віртуальна реальність в останні роки стала однією з найпоширеніших явищ у сфері розвитку туристичної галузі у всьому світі. Спочатку пандемія, а потім і війна на нашій Більшовщині спричинили гостру потребу у пошуці альтернативи традиційному туризмі. Тому необхідно розглянути різні перспективи розвитку віртуального туризму і дослідити його.

Виклад основного матеріалу. Віртуальна реальність стає все більш популярною в індустрії ігор, кіно та тематичних парків. Незважаючи на тривалий зв'язок туризму з фізичним місцем розташування та автентичністю, віртуальна реальність застосовується до туристичних контекстів навіть до пандемії разом з іншими сучасними стратегіями, такими як доповнена реальність, 3D-віртуальні світи, імерсивні медіа та гейміфікація [1].

Організація віртуального туризму в міжнародному просторі має свої особливості. Основні з них наступні:

Мультикультурність. Міжнародний віртуальний туризм пов'язаний з багатокультурним оточенням, тому він вимагає від організаторів уваги до культурних особливостей країн, що відвідуються. Це може включати в себе мовні перешкоди, різні культурні нюанси і традиції, а також різні законодавчі вимоги.

Технічні можливості. Успішна організація віртуального туру вимагає наявності відповідних технічних засобів, які дозволять клієнтам отримувати максимальний комфорт і задоволення від подорожі. Це можуть бути спеціальні програми, веб-сайти, соціальні мережі, відео і аудіо матеріали.

Маркетинг та реклама. Міжнародний віртуальний туризм потребує ефективного маркетингу та реклами, що забезпечить розповсюдження інформації про послуги серед потенційних клієнтів. Також важливо мати маркетингову стратегію, яка враховує культурні різниці між країнами і містить адаптований під них контент.

Комунікація з клієнтами. Оскільки віртуальний туризм здебільшого здійснюється в Інтернеті, важливо забезпечити ефективну комунікацію з клієнтами. Клієнти можуть звертатися з питаннями про послуги, їхню ціну, розклад і т.д. Тому важливо мати ефективну систему підтримки клієнтів, щоб зможливість відповісти на всі їх запитання та вирішити всі проблеми, які можуть виникнути [3].

Безпека. Віртуальний туризм в міжнародному просторі пов'язаний з певними ризиками, такими як злочинність, кібератаки та

інші виклики безпеки. Тому важливо вживати заходів для захисту клієнтів та їхніх даних в Інтернеті, щоб забезпечити надійність і безпеку віртуальної подорожі.

Гнучкість. Оскільки віртуальний туризм може включати в себе різні формати і різні маршрути, важливо бути гнучким і здатним пристосовуватися до потреб клієнтів. Варіанти маршрутів та інші деталі повинні бути легко доступними для зміни відповідно до потреб клієнта.

Співпраця з місцевими партнерами. Для успішної організації віртуального туризму важливо співпрацювати з місцевими партнерами в кожній країні, яку відвідує турист [2]. Це дозволить підвищити якість послуг, забезпечити доступ до локальної експертизи та знань, а також розширити свої можливості для пропозиції цікавих маршрутів. Усі ці фактори важливі для успішної організації віртуального туризму в міжнародному просторі. Організатори мають забезпечити надійність, безпеку та якість послуг, щоб забезпечити задоволення та комфорт клієнтів.

Використання технологій. Віртуальний туризм вимагає використання високотехнологічних засобів, таких як відео, віртуальна реальність, 3D-моделювання, додатки та інші інноваційні технології, щоб забезпечити клієнтам максимально реалістичний та захоплюючий досвід.

Реклама та маркетинг. Віртуальний туризм в міжнародному просторі потребує ефективної реклами та маркетингу, щоб залучити нових клієнтів та зберегти існуючих. Інтернет-маркетинг, соціальні медіа та інші інструменти можуть допомогти в організації ефективної реклами [3].

Система комунікації. Оскільки віртуальний туризм включає в себе віддалені території та різноманітні культури, необхідна ефективна система комунікації між клієнтами та організаторами. Це дозволить забезпечити гладку та ефективну співпрацю та вирішення проблем, які можуть виникнути під час подорожі.

Віртуальний туризм є відносно новою формою туризму, яка набирає все більше популярності в останні роки. Основна ідея полягає в тому, щоб дозволити людям відвідувати туристичні місця та пам'ятки не виходячи з дому, за допомогою технологій віртуальної реальності та інтернету.

Організація віртуального туризму в міжнародному просторі

має свої особливості та виклики, зокрема:

Наявність мовного бар'єру. Кожна країна має свою мову та культуру, тому щоб залучити міжнародних туристів до віртуального туризму, необхідно мати переклади та інтерфейс на різних мовах [3].

Підготовка контенту. Для організації віртуального туризму потрібно створювати якісний та цікавий контент, що потребує значних витрат на розробку, зйомку та обробку відео та фото.

Технічна інфраструктура. Організація віртуального туризму потребує потужної технічної інфраструктури, зокрема, високошвидкісного інтернет-з'єднання та розробки програмного забезпечення для віртуальної реальності [5].

Інтерактивність. Щоб залучити більше туристів, контент віртуального туризму має бути інтерактивним та цікавим, з можливістю взаємодії з пам'ятками та місцями.

Створення мережі партнерів. Для організації віртуального туризму потрібно мати партнерів в різних країнах, які будуть займатися створенням та просуванням контенту.

Висновки. Застосування інновацій у туристичній сфері спрямоване на формування нового туристичного продукту, надання унікальних туристичних послуг, застосування нових маркетингових підходів, використання новітніх технологій та ІТ-технологій, що підвищить конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та міжнародному ринках, призведе до появи нових видів туризму. Ступінь інноваційності туристичної індустрії визначається: кон'юнктурою ринку, рівнем освіти та кваліфікації персоналу, наявністю ресурсів, насамперед унікальних, у досліджуваній території. Хочеться вірити, що сучасні інновації не зможуть замінити традиційний туризм як спосіб пізнання навколишнього світу, що гармонійно поєднується з природою, джерело збільшення прибутку, як для туристичних підприємств, так і для національної економіки в цілому.

Список використаних джерел

1. Ахмедова О.О. Можливості використання світового досвіду розвитку інновацій у сфері туризму в Україні. *Вісник Харківського національного університету ім Каразіна*. 2018. № 1. С. 32-37.
2. Божко Л. Д. Віртуальний туризм: нові віяння часу. *Культура України*. 2015. Вип.49. С.151-160.
3. Віртуальна екскурсія як інноваційний метод лінгвокраїнознавчої підготовки майбутніх фахівців туристичної сфери. *Наукові записки Національного*

- університету «Острозька академія». Сер. : Філологічна. 2013. Вип. 33. С. 312-315
4. Котик Л. Віртуальний туризм як можливість популяризації історикокультурних пам'яток Сколівського району Львівської області. Історико-культурні пам'ятки Прикарпаття та Карпат – важливі об'єкти в розвитку туризму : матер. наук.-практ. конф.(21-22 березня 2019 р., м. Львів). Львів: ЛІЕТ, 2019.
 5. Манько А. В., Орлик О. В. Інструменти та механізми віртуального туризму. *Інформаційні технології в економіці і управлінні* : зб. наук. студ. праць. Одеса: ОНЕУ, 2019. Вип. 1. С. 119–125.