

даних закладів на ринку готельних послуг, а також можливості отримання більшого доходу за рахунок іноземних інвестицій.

Список використаних джерел

1. Барабаш Є.В. Інноваційні технології в готельному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/barabash.htm.
2. Глебова А.О. Інноваційні технології у туристичній галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/glebova2.htm.
3. Top 10 ideas from Tourism and Travel over the last 12 months [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.springwise.com/top-10-ideas-tourism-travel-12-months/>
4. Основні напрямки впровадження інноваційних технологій в сфері гостинності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://infotour.in.ua/chernousova.htm>

ВІРТУАЛЬНИЙ ТУРИЗМ, ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМОК ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ

Н.М. Салига, магістр

О.В. Хрептик, магістр

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

На сьогоднішній день інформаційні технології проникають углиб людського життя, змінюючи його, і туризм не є винятком. Сфера туризму ідеально пристосована для впровадження сучасних інформаційних технологій. Під впливом новітніх технологій можна подорожувати, знаходячись вдома чи на роботі, і, навіть, не витратити на це гроші. Інтернет створив передумови для появи такого інноваційного та парадоксального явища в туризмі як віртуальний туризм. У мережі Інтернет зустрічаються й інші назви, такі як, 3d-екскурсії, 3d-панорами, 3d-тури.

Розвиток віртуального туризму – це закономірний процес. Його поява зумовлена, з одного боку, наявністю системи комп'ютерних комунікацій, під впливом яких змінюється сприйняття світу. З іншого – формуванням віртуальної

культури, під впливом якої народжується новий тип туриста з особливими потребами та особливою поведінкою [1].

Згідно із Stephen Wearing, віртуальний туризм – це вид туризму без подорожі, подорож без фізичного переміщення, яке відбувається в уяві, а дестинація знаходиться у зображенні, а не у географічній локації [2]. Віртуальний туризм надає туристам можливість подорожувати, використовуючи інформаційно-комуніфікаційні технології.

Віртуальні тури – це онлайніві або офлайніві презентації, які дозволяють потенційним клієнтам оглядати будь-який об'єкт. Відвідувачі віртуальної реальності можуть за допомогою аудіовізуальних способів спілкування з іншими онлайн-мандрівниками, пізнавати нову інформацію, тощо [3]. Цей вид туризму є досить різностороннім і включає наступне: звичне відвідування сайтів з фотографіями, статтями та відео, стеження за онлайн-щоденниками, участь у віртуальних турах (прогулянка по місту чи музею) або занурення у віртуальні світи.

Як і кожний вид туризму віртуальний туризм має сильні сторони, так точно, як і обмеження.

До переваг використання віртуальних екскурсій слід віднести такі:

1) інтерактивність, що створює ефект присутності та дозволяє користувачеві не просто пасивно спостерігати, а й активно брати участь у процесі;

2) реалізація потреб у подорожах для людей з обмеженими фізичними та фінансовими можливостями;

3) інформативність: а) отримання повної чи додаткової інформації про будь-який об'єкт туристичної дестинації; б) детальне ознайомлення з будь-якими об'єктами, що є частиною 3d-зображення.

4) універсальність та простота в користуванні: тури можуть бути розміщені на будь-якому електронному носії чи завантажені на веб-сторінці та залишені для широкодоступного користування.

5) економія часу та коштів: традиційні подорожі потребують значних фінансових витрат, а віртуальні – в мережі Інтернет повністю безкоштовні та дають змогу економити час;

6) безпека: «подорожуючи» за монітором власного комп'ютера, турист уникає фізичних труднощів і небезпеки, а ризик настання нещасного випадку – мінімальний.

До недоліків використання віртуальних екскурсій варто віднести:

1) брак емоцій: людський мозок розуміє підміну реальності, адже емоції та відчуття, які турист отримує від проходження реальних маршрутів, неможливо отримати від віртуальних.

2) низький рівень запам'ятовуваності.

3) висока вартість послуг зі створення 3d-панорам для замовників (суб'єктів туристичної діяльності – готелів, ресторанів, музеїв і т. д.).

4) повноцінно може відобразитися тільки на електронних носіях.

Міжнародний досвід впровадження віртуальних турів переконливо доводить, що даний напрям діяльності створює умови для підвищення конкурентоспроможності туристичної послуги. Такий туристичний продукт, який презентований у вигляді віртуального туру є «інформаційно місткішим», презентабельнішим і привабливішим.

Отже, впровадження віртуальних 3D-екскурсій у сфері туризму нині є: найбільш перспективним інноваційним напрямком Інтернет-технологій для популяризації туристичних об'єктів; популярним маркетинговим інструментом для багатьох закладів готельно-ресторанного господарства, музеїв та інших об'єктів комерційної нерухомості в індустрії туризму; ефективним інструментом візуалізації туристичних ресурсів для потенційних споживачів туристичних послуг; альтернативою традиційному туризму для людей, які не мають можливості подорожувати.

Незважаючи на зростаючу популярність даної інновації, є підстави сподіватися, що вона ніколи не зможе замінити традиційний туризм як засіб пізнання навколишнього світу, гармонійного поєднання з природою, джерела збільшення доходів як для туристичних підприємств, так і для національної економіки загалом, та в повній мірі витіснити його з туристичного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Черевичко Т.В. Туризм в контексте информационной экономики. / Туризм и культурное наследие: Межвуз. сб. науч. тр. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2004.– 248 с.

2. Wearing S. Tourist Cultures: Identity, Place and Traveller / S. Wearing, D. Stevenson, T. Young. – GB: SAGE, 2009. – 185 p.

3. Віртуальна екскурсія як інноваційний метод лінгвокраїнознавчої підготовки майбутніх фахівців туристичної сфери/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/jpdf/Nznuoaf_2013_33_98.