

УДК 338.486.1

DOI: 10.31359/2312-3427-2021-2-3-3

**Іртищева І.О., д-р екон. наук, професор,
проректор з науково-педагогічної роботи та інноваційної
діяльності**

Orcid: 0000-0002-7025-9857

**Національний університет кораблебудування імені адмірала
Макарова**

Тубальцева Н.П., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту

Шарова Є.В., студентка

Кальвін В.С., студентка

**Національний університет кораблебудування імені адмірала
Макарова**

РОЗВИТОК ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ТУРБУЛЕНТНОСТІ

Визначено, що на сучасний момент туризм являється динамічною складовою сфери послуг. Показано, що цифровізація змінює можливості розвитку індустрії туризму та, особливо актуальна для туристичної інфраструктури. Приведено визначення віртуального туризму. Обґрунтовано позитивні риси віртуального туризму. Запропоновано список некомерційних сервісів для віртуальних подорожей. Представлено сім кращих додатків для віртуальних подорожей.

Ключові слова: *віртуальний туризм, цифровізація, віртуальна подорож, сервіси.*

Постановка проблеми. Подорожі та туризм постійно супроводжують діяльність людей з давніх часів і по сьогоднішній період розвитку. З 20-х рр. ХХ століття міжнародний туризм і туристичні послуги стають об'єктом міжнародного регулювання. У 1937 році Рада Ліги Націй рекомендувала визначення терміна «міжнародний туризм». Силами ЮНЕСКО в 50-х роках ХХ ст. була розроблена програма розвитку туризму ЕКОСОР, яка повинна була сприяти перетворенню туризму в найбільш розвинуту галузь економіки. З 1980 р. туризм стає галуззю сфери послуг. Сьогодні туризм являється розвинутою сферою послуг та розглядається як: джерело фінансових доходів регіонів, засіб підвищення зайнятості та якості життя населення, спосіб підтримки здоров'я громадян, основа для

розвитку соціокультурного середовища, а також як потужний інструмент освіти [1]. Інформатизація та цифровізація змінюють можливості та інструментарій індустрії туризму. Інформаційні технології сприяли виникненню віртуального туризму. На сучасний момент тема віртуального туризму недостатньо висвітлена в вітчизняних працях науковців, тому потребує доопрацювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження проблем туризму внесли вітчизняні вчені Головкова Л.С., Горіна Г.О., Дяченко Л.А., Малиновська О.Я., Миронов Ю.Б., Саковська О.М., Свидрук І.І., Чередниченко А.О., Яхно Т.П. та інші. Дослідженню віртуального туризму присвячені праці таких вчених як Лапочкина В.В., Катаєва Л.В., Ястремська О.О., Шамликашвили В.А., Филоненко В.В., Черевичко Т.В., Богомазова І.В. тощо [1-9].

Метою статті є моніторинг орієнтирів розвитку віртуального туризму в умовах глобальної економічної турбулентності.

Виклад основного матеріалу. На розвиток туризму впливають зміни в економіці, технологіях, соціальному житті. Сучасні технології та види діяльності використовують не масовий характер праці (як було 100 років тому), а більш індивідуалізовану працю. Стрімкий темп життя та діяльності в останні 20-25 років, одноманітність (дім-робота-дім) негативно впливають на людину. Тому активний характер відпустки стає не розкішшю, а необхідністю. У деяких країнах (Японія, Китай, Німеччина) подорожі під час відпусток фінансово заохочуються урядом. Туризм в сучасних умовах викликає контрастну зміну монотонного життя, з її нервовим напруженням і одноманітністю. Саме цими факторами пояснюється така затребуваність до нових вражень, які можуть реалізувати різні види туризму. Постійне зростання кількості споживачів туристичних послуг в період становлення інформаційного суспільства, формування цифрової реальності призводить до виникнення нових видів туризму, до вдосконалення сервісного обслуговування.

Розвиток мультимедіа систем привело до створення і поширення такого явища, як «віртуальна подорож по мережі», де віртуальність стає реальністю, а реальність – віртуальністю. Віртуальна реальність - це технологія, яка допомагає людині потрапити в інше середовище і переглядати різні види. Використання віртуальної реальності дає можливість допомогти потенційним клієнтам познайомитися з інфраструктурою та готельним інтер'єром, перед здійсненням угоди. В ході комплексного дослідження, в якому взяли участь 10 тисяч мандрівників, 31% респондентів заявили, що забронюють відпустку після проходження

віртуального туру [2].

Перший віртуальний тур відбувся в червні 1994 року за участю англійської королеви Єлизавети II. Тур являв собою екскурсію по англійському музею "Замок Дадлі", яка складалася з прогулянки по реконструкціям, що показували відновлений вигляд замку, яким той був в 1550 році. На сучасний момент тема віртуального туризму недостатньо висвітлена в вітчизняній літературі, так як він є новою формою туризму, тому однозначного визначення поки немає. На думку автора, найбільш повне визначення дане Шамлікашвілі В.А. в 2014 р. в роботі «Віртуальний туризм як новий вид туризму»: «віртуальний туризм - діяльність індивіда, яка дозволяє за допомогою сучасної комп'ютерної техніки та комунікаційних мереж створити і отримати максимально реалістичну інформацію про бажаний об'єкт, який реально існує, без фактичного переміщення в нього.» Віртуальний тур розглядається як засіб реалістичного відображення тривимірного багатоелементного простору [3]. Віртуальні тури створюються з різними цілями: інформаційною, ознайомчою, рекламною, навчальною, пізнавальною, реабілітаційною. Залежно від мети віртуальний туризм може реалізовувати освітню, розважальну, наукову, екзотичну функції. Кожному виду віртуального туризму відповідає своя цільова аудиторія, свій споживач. Позитивні риси віртуального туризму: мінімум часу і грошових коштів, безпека, можливість подорожей без знань іноземної мови.

За допомогою віртуальних турів сучасний горожанін в умовах пандемії COVID-19 може відволіктися від монотонності побуту та напруженого ритму життя. Активне формування сучасного інформаційного простору впливає на розвиток туристичної сфери. Використання Інтернету прискорило швидкість і обсяг інформаційних потоків. У 2000 р. за допомогою Інтернету у світі бронювалося 3% подорожей, що у вартісному вираженні еквівалентно 7 млрд. дол. Через два роки частка Інтернет-турів склала 8% і досягла 20,2 млрд. дол. [4]. Ще у 2017 р. 44% туристів планували поїздку за допомогою смартфона, а більше половини (52%) користувалися мобільними додатками для подорожей. Згідно з даними Google, сьогодні при плануванні подорожі споживачі роблять близько 400 пошукових запитів. Віртуальний сектор туризму представлений такими структурами, як туристський Інтернет-магазин, туристські веб-фірми, віртуальні екскурсії та концерти, віртуальні інститути сервісу, за допомогою яких формуються інтерактивні зв'язки з реально діючими об'єктами [4].

Зарубіжні туристичні компанії активно ведуть діджиталізацію своєї

діяльності, отримуючи значні прибутки. Азіатські країни, в економіку яких туризм вносить істотний внесок, приступили до цифрової трансформації на урядовому рівні. У 2018 р. Шрі-Ланка організувала масштабне цифрове промокрані як привабливого туристичного напрямку, завдяки якому планується залучення 2,5 млн. туристів. Індонезією в якості відповіді на міжнародну експансію «Airbnb» запущена власна мережа бронювання вілл «Indonesia Travel Exchange» (ITX), що налічує більше 2000 різних домоволодінь. Камбоджійська платформа «CamboTicket» по електронній пошті дозволяє забронювати місце на паромах, в автобусах і в приватних службах таксі одночасно в Лаосі, Таїланді, Камбоджі, В'єтнамі. Французька платформа «Tripnparty» дозволяє мандрівникам відшукувати в будь-якій країні аутентичні бари та паби, про які зазвичай добре інформовані тільки місцеві жителі [5]. Процеси цифровізації є особливо актуальними для туристичної інфраструктури. Торгові та транспортні компанії, підприємства індустрії туризму, гостинності та громадського харчування отримали можливість розширити цільову аудиторію, охоплення та поліпшити якість обслуговування. Багато готелів використовують інтерактивні карти, які дозволяють більше дізнатися про визначні пам'ятки, надають гостям ігри в режимі доповненої реальності. У 2015 р. Marriot (мережа найбільших готельних брендів) запустив «VroomСервіс». На гарнітури віртуальної реальності, що надаються 160 відвідувачам, були завантажені три захоплюючі 3D-історії про подорожі в Чилі, Руанді та Китаї. 51% нових гостей протестували дану послугу, відзначили, що хотіли б частіше зупинятися в готелях Marriot [2]. На основі даних з відкритих джерел був складений список некомерційних сервісів, які дозволять відправитися у віртуальну подорож у будь-яку точку світу [6]:

1. На сайті офісу з туризму в Японії можна знайти різні віртуальні тури в панорамному форматі: від прогулянки по бамбуковим лісам до цвітіння сакури.

2. Французька компанія ClubMed пропонує своїм клієнтам перегляд відеороликів в огляді на 360 градусів. Оберт компанії в 2017 році склав 1527 млн. євро, показник виріс на 3,8% у порівнянні з минулим роком, а прибуток на 20%.

3. Власні VR-тури є навіть у найпівденнішій у світі обсерваторії - European Southern Observatory (ESO). Вона розташована в чилійській пустелі Атакама і вважається одним із найкращих місць для спостереження за зірками.

4. На сайті Kayak.com зібраний ряд маршрутів, які зацікавлять

любителів незвичайних турів. Сенс цих віртуальних турів полягає в проведенні часу в одному місті, задіюючи при цьому різноманітні інтерактивні можливості. Завдяки таким віртуальним турам можна відвідати Лондон, Париж, Сідней, Мехіко і Ріо-де-Жанейро.

5. Сервіси від «Google», наприклад, «Google Earth», дозволяють розглянути пам'ятки, включені до списку спадщини ЮНЕСКО. В Google Maps можна пройти трек навколо Евересту. А сервіс Arts & Culture від того ж Google, крім відвідування відомих музеїв, дає можливість також прогулятися по печерах Карлсбад у США або печері Шові у Франції, відомої доісторичними наскельними малюнками.

6. Розроблено віртуальний тур по українським музеям під відкритим небом [7].

На рис. 1. представлено сім кращих додатків для віртуальних подорожей [8].



Рис. 1. Додатки для віртуальних подорожей

1. Ascape – додаток, що повністю присвячений темі віртуальних подорожей і містить безліч відеоматеріалів: наприклад, дайвінг в Червоному морі, екскурсію по Гонконгу або зимову поїздку на оленях в Норвегії.

2. Youvisit – колекція присвячених подорожам 360-градусних відеороликів, які можна переглядати через Інтернет без необхідності завантажувати великі відеофайли на смартфон. Додаток дозволяє відвідати понад 1000 різноманітних визначних туристичних пам'яток.

3. Discovery – найбільша компанія, яка дуже ретельно підходить до світу технологій віртуальної реальності. Discovery пропонує широкий

вибір мальовничих відеороликів про природу. Каталог розділений на зручні категорії.

4. Lufthansa – ця компанія створила відмінний контент віртуальних подорожей, який знайомить користувачів Інтернету з різними містами світу. Триваючі в середньому 45 хвилин відеоролики перенесуть мандрівників у великі міста - Лондон, Пекін, Сан-Франциско, Маямі та багато інших відомих туристичних точок.

5. Littlestar – додаток, що дозволяє випробувати переживання від занять екстремальним спортом.

6. VeeR VR – один з додатків віртуальної реальності, що найбільш швидко розвивається і часто поповнюється новим матеріалом. Великий обсяг завантаженого користувачами контенту дозволить заглянути навіть у найбільш відокремлені куточки планети.

7. NASA – віртуальний матеріал NASA, присвячений подорожі на Марс. Фахівці NASA підібрали тисячі знімків, зроблених дослідними станціями Sojourner і Curiosity, і створили віртуальний тур по червоній планеті.

Висновки. Таким чином, сьогодні туризм є однією з провідних сил розвитку світової економіки, його функціонування продовжується з розвитком цивілізації та не має ознак суттєвого зменшення в умовах глобальної економічної турбулентності. З часом тільки можуть змінюватися форми і якість туристичних послуг. Розвиток інформаційних технологій сприяв виникненню віртуального туризму. На сучасний момент існує велика кількість платформ і додатків, які можуть забезпечити віртуальну подорож, відвідування концерту або музею. Ознайомчі віртуальні тури особливо ефективні в рекламі туристичних послуг. Використовуючи комплекс людських почуттів, віртуальний вплив перевершує традиційні види інформації, які застосовуються в процесі прийняття рішень при придбанні туристичного продукту.

Бібліографічний список.

1. Катаева Л.В. Макроэкономические аспекты развития индустрии гостеприимства. *Вестник экспертного совета*. 2017. №2 (9). С. 114–120.
2. Ястремська О.О. Сучасні світові тенденції розвитку туризму. *Проблеми економіки*. 2013. №1. С. 22–27.
3. Шамликашвили В.А. Виртуальный туризм как новый вид туризма. *Креативная экономика*. 2014. Т. 8. № 10. С. 128–138.
4. Черевичко Т.В. Туризм в контексте информационной экономики.

URL: https://tourlib.net/statti_tourism/cherevichko2.htm (дата звернення: 29.01.2021).

5. Богомазова И.В. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы. *Сетевой научный журнал*. 2019. Т. 13. №3 (85). С. 34–46.

6. Полный онлайн: виртуальные путешествия в эпоху коронавируса. URL: <https://samokatus.ru/virtual-travel/> (дата звернення: 31.01.2021).

7. Виртуальный тур по украинским музеям под открытым небом. URL: <https://museums.authenticukraine.com.ua/ru/> (дата звернення: 01.02.2021).

8. 7 лучших приложений для виртуальных путешествий. URL: <https://museums.authenticukraine.com.ua/ru/> (дата звернення: 05.02.2021).

9. Пономарьова М. С. Роль менеджменту спортивно-оздоровчого як інструменту конкурентопроможності розвинутої туристичної інфраструктури / матеріали конференції Напрями модернізації фінансово-економічної системи держави, регіонів, підприємств, організацій: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Вінниця. 2019/4/17. Том 1 С. 127-130

References.

1. Kataeva L.V. Makroekonomicheskiye aspekty razvytiya yndustryi hostepriymstva. *Vestnyk ekspertnoho soveta*. 2017. №2 (9). S. 114–120.

2. Yastremska O.O. Suchasni svitovi tendentsii rozvytku turyzmu. *Problemy ekonomiky*. 2013. №1. С. 22–27.

3. Shamlykashvyly V.A. Vyrtualnyi turyzm kak novyi vyd turyzma. *Kreatyvnaia ekonomyka*. 2014. Т. 8. № 10. S. 128–138.

4. Cherevychko T.V. Turyzm v kontekste ynformatsyonnoi ekonomyky. URL: https://tourlib.net/statti_tourism/cherevichko2.htm (data zvernennia: 29.01.2021).

5. Bohomazova Y.V. Tsyfrovaia ekonomyka v yndustryi turyzma y hostepriymstva: tendentsyy y perspektyvy. *Setevoi nauchnyi zhurnal*. 2019. Т. 13. №3 (85). S. 34–46.

6. Polnyi onlain: vyrtualnye puteshestvyia v epokhu koronavyrusa. URL: <https://samokatus.ru/virtual-travel/> (data zvernennia: 31.01.2021).

7. Virtualnyi tur po ukrainskym muzeiam pid vidkrytym nebom. URL: <https://museums.authenticukraine.com.ua/ru/> (data zvernennia: 01.02.2021).

8. 7 luchshykh prylozheniy dlia vyrtualnykh puteshestvyi. URL: <https://museums.authenticukraine.com.ua/ru/> (data zvernennia: 05.02.2021).

9. Ponomar'ova M. S. Rol' menedzhmentu sportyvno-ozdorovchoho yak ynstrumentu konkurentopromozhnosti rozvynutoyi turystychnoyi infrastruktury

/ materyaly konferentsyy Napryamy modernizatsiyi finansovo-ekonomichnoyi systemy derzhavy, rehioniv, pidpryyemstv, orhanizatsiy: materialy Vseukrayins'koyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi. m. Vinnytsya. 2019/4/17. Tom 1 S. 127-130

И.А. Иртышева, Н.Ф. Тубальцева, Е.В. Шарова, В.С. Кальвін.
Развитие виртуального туризма в условиях глобальной турбулентности. Определено, что на современный момент туризм является развитой сферой услуг. Показано, что цифровизация изменяет возможности развития индустрии туризм и особенно актуальна для туристической инфраструктуры. Приведено определение виртуального туризма. Обоснованы положительные черты виртуального туризма. Предложен список некоммерческих сервисов для виртуальных путешествий. Представлено семь лучших приложений для виртуальных путешествий.

Ключевые слова: виртуальный туризм, цифровизация, виртуальное путешествие, сервисы.

I.A. Irtishcheva, N.P. Tubaltseva, E.V. Sharova, V. S. Kalvin .
Development of virtual tourism in the conditions of global turbulence. The aim of the article is to monitor the guidelines for the development of virtual tourism in conditions of global economic turbulence. Presenting main material. The development of tourism is affected by changes in the economy, technology, social life. Modern technologies and activities do not use the mass nature of labor (as it was 100 years ago), but more individualized labor. The rapid pace of life and activity in the last 20-25 years, monotony (home-work-home) have a negative impact on people. Therefore, the active nature of the holiday becomes not a luxury but a necessity. In some countries (Japan, China, Germany) travel is financially encouraged by the government. Tourism in modern conditions causes a contrasting change of monotonous life, with its nervous tension and monotony. These factors explain the demand for new experiences that can realize different types of tourism. It is determined that the modern tourism is a developed service sector. It is shown that digitalization has changed the development opportunities of the tourism industry and is especially relevant for the tourism infrastructure. The definition of virtual tourism is provided. The advantages of virtual tourism are substantiated.

Keywords: virtual tourism, digitalization, virtual travel, services.