

ВІРТУАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК НАПРЯМОК СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ

Ірина Вавриків

магістрантка

Науковий керівник: Христина Лешко

викладач кафедри економіки та менеджмент

Львівський державний університет

фізичної культури імені Івана Боберського

У період пандемії COVID-19 життя усіх людей змінилося, боротьба за здоров'я стала на першому місці. Через карантинні обмеження настала економічна криза, багато підприємств впроваджували новітні інформаційні технології, щоб перейти на дистанційну роботу, інші зачинилися назавжди. Туристичний бізнес у цей період постраждав найбільше, 96% туристичних регіонів опинилися у карантинній зоні, кордони закрили на невизначений термін. Однак деякі туроператори, почали шукати нові можливості. Першими в Україні були організовані онлайн-прогулянки поміж сакур у різних містах Закарпаття за участі 14 гідів. Трансляцію переглядали в Києві, Бучі, Полтаві, Харкові, Дніпрі, Краматорську, Сумах, Запоріжжі, Краматорську, Кременчуку, Броварах та інших містах України й за кордоном.

Поняття «віртуальний» можна пояснити як «змодельований за допомогою комп'ютера». Віртуальна екскурсія – це організаційна форма навчання, що відрізняється від реальної екскурсії віртуальним відображенням реальних об'єктів (музеї, парки, вулиці міст тощо) для створення умов для самостійного спостереження, збирання необхідних фактів [1].

Вперше віртуальні музеї з'явилися в інтернеті у 1991 році. Це були сайти з інформацією про музей та графік роботи. Сьогодні 3d-тур – це можливість не тільки пасивно спостерігати а й активно брати участь у туристичному процесі. Прогулюватися парками та вулицями міст, відвідувати музеї, замки, бібліотеки та інші архітектурні пам'ятки завдяки технологіям стало можливо з дому.

Згідно із Stephen Wearing, віртуальний туризм – це вид туризму без подорожі, подорож без фізичного переміщення – переміщення, яке відбувається в уяві, а DESTИНАЦІЯ розміщена у зображенні, а не в географічній локації [2].

Віртуальний туризм є різностороннім і містить: звичайне відвідування сайтів із фотографіями, статтями та відео, стеження за онлайн-щоденниками, участь у віртуальних турах (прогулянка містом чи відвідування музею) або занурення у віртуальні світи («віртуальні реальності») [3].

У віртуальному туризмі є переваги та недоліки. Передусім це змога подорожувати людям, які не мають фінансової можливості придбати квиток на авіапереліт, оплатити проживання в готелі, а дуже хочуть побачити найвіддаленіші куточки планети. Також 3d-тур – це нагода подорожувати людям похилого віку та людям з інвалідністю безкоштовно з дому. Недоліком є те, що візуалізація не може сповна наповнити емоційний стан мандрівника. Розроблення 3d-туру – це довготривалий та фінансово затратний проєкт.

Зарубіжні розробники віртуальних туристичних проєктів стверджують, що протягом півріччя кількість відвідувачів реальної екскурсії збільшується на 15 %. Яскравими прикладами є віртуальний тур Білого Дому у США, в Іспанії театр-музей Сальвадора Далі. У Китаї – віртуальна модель імператорського палацу «Заборонене місто». Ще один яскравий приклад є музей Ван Гога в Амстердамі. Подібні віртуальні тури є в Англії, Японії, Франції, Індії, Мексиці, Данії, на Кіпрі та в багатьох інших країнах.

Україна також активно розвивається у цьому напрямі. Створено 3d-тури містами та областями України: Закарпаття, Одеса, Івано-Франківськ, Запоріжжя, Харків, Київ, Львів, Черкащина, Чернівці, Дніпропетровщина та багато інших. Отже, усі користувачі інтернету можуть подорожувати як своєю країною, так і здійснити віртуальну екскурсію в будь яку країну світу.

Період пандемії COVID-19 дав поштовх для створення нових 3d-турів, адже віртуальний туризм – це позитивне формування туристичного іміджу певного міста чи регіону для зацікавлення мандрівників. Також розробка великої кількості віртуальних турів містами України це своєрідна візитівка для потенційних інвесторів.

Список використаних джерел

1. Коваленко О.В. Використання віртуальних екскурсій як сучасних форм організації навчального процесу. – URL: http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2019/9/part_1/22.pdf
2. Wearing S., Stevenson D., Young T. Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveller. – SAGE, 2009. – 185 p.
3. Sheller M., Urry J. Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play. Routledge Ltd, 2004. – 253 p.