

Карина МАРЦИНЮК

ЗВО спеціальності 242 «Туризм»

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

*Науковий керівник – д-р філос. наук, професор кафедри готельно-ресторанної
справи та організації бізнесу*

Галина ГАРБАР

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ VR ТА AR У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

У сучасному світі туристична галузь динамічно розвивається під впливом новітніх технологій. Віртуальна (VR) та доповнена реальність (AR) відкривають нові можливості для туризму, дозволяючи подорожувати без фізичного переміщення, занурюватися у віддалені або недоступні місця та отримувати інтерактивний досвід. Однак, постає питання: чи можуть ці технології повністю замінити реальні подорожі, або ж вони залишаться лише допоміжним інструментом для туристів? Дослідження цього питання є актуальним, оскільки впровадження VR та AR у туристичний бізнес здатне змінити формат подорожей, вплинути на попит та трансформувати ринок туристичних послуг.

Метою дослідження є аналіз впливу новітніх технологій, зокрема віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR), на розвиток готельної та туристичної індустрії. Визначити, як ці технології змінюють підходи до бронювання, персоналізації досвіду клієнтів та можливості для туристичних агентств залучати нових клієнтів через інноваційні маркетингові інструменти. Проаналізувати вплив віртуальних турів на процес бронювання і прийняття рішень клієнтами. Визначити переваги і обмеження віртуального туризму в порівнянні з реальними подорожами. Розглянути можливості використання AR і VR для створення персоналізованого досвіду для туристів. Оцінити перспективи розвитку цих технологій в контексті глобалізації туризму і готельного бізнесу.

Станом на сьогодні готельна індустрія активно впроваджує новітні технології, серед яких Віртуальна Реальність (VR) є однією з найбільш інноваційних. Вона вже стала важливим елементом стратегії багатьох готелів,

змінюючи способи взаємодії гостей із послугами та процес бронювання. [1] Туристичні агентства постійно шукають нові підходи до залучення клієнтів і просування своїх послуг. З розвитком технологій і доступністю інтернету віртуальні тури стали ефективним інструментом маркетингу в онлайн-просторі. Подорожі через інтернет вже давно стали звичайною практикою. [2] Розвиток доповненої (AR) та віртуальної реальності (VR) відкриває нові можливості для різних галузей. Ресторанний і готельний бізнес також активно використовують ці технології, що дозволяє створювати для клієнтів новий цікавий досвід та підвищувати ефективність роботи. Однією з причин зростання популярності AR та VR у сфері гостинності є бажання гостей отримати більше інформації про готель до того, як вони забронюють номер. Наприклад, готельний персонал може показати віртуальну модель номера або запропонувати AR-додатки для ознайомлення з інструкціями щодо користування певними послугами. Це дозволяє клієнтам краще уявити, чого вони можуть очікувати під час перебування. Віртуальні тури вже використовуються для демонстрації інтер'єрів номерів, що дозволяє гостям побачити приміщення до бронювання або навіть до їхнього прибуття. [3] AR і VR різняться тим, що доповнена реальність інтегрує цифрові елементи в реальний світ, тоді як VR повністю занурює користувача у віртуальний простір. Наприклад, AR може додавати віртуальних персонажів на реальні вулиці, а VR переносить вас у вигаданий світ, наприклад, під час гри з використанням гарнітури. [4] Доповнена реальність може бути корисною для персоналізації перебування гостей. Вони можуть за допомогою смартфонів експериментувати з розташуванням меблів у номері або змінювати кольори стін і текстилю, що дає відчуття контролю і допомагає створити персоналізований досвід. Окрім того, AR/VR-додатки можна використовувати для створення інтерактивних карт міста, що дозволяє туристам планувати маршрути до визначних місць. [3] Завдяки новітнім технологіям туристи можуть визначати своє місцезнаходження і прокладати маршрути самостійно, що зручно для організації екскурсій. Інтерактивні послуги дозволяють отримати необхідну інформацію про пам'ятки без допомоги гіда. Сучасні туристичні агентства також

активно використовують ці технології для візуалізації турів і презентації різних напрямків. [5] Проте віртуальний туризм має свої обмеження. Багато мандрівників цінують не лише візуальні враження, але й емоції, які виникають під час реальних подорожей. Віртуальні подорожі можуть лише передати візуальне сприйняття, але не здатні створити атмосферу нового місця, де можна відчувати запахи, клімат і взаємодіяти з місцевими жителями. Тому хоча віртуальні тури є корисним доповненням до традиційних подорожей, вони не здатні замінити справжній досвід. Реальні подорожі завжди мають елементи несподіванки, нові знайомства та відчуття, яких не може передати екран. Віртуальний туризм доповнює традиційні подорожі, надаючи можливість людям, які не можуть подорожувати, побачити нові місця. Однак він не здатний замінити унікальні емоції від реальних подорожей. [6]

Отже, віртуальна реальність та доповнена реальність відкривають нові горизонти для готельної та туристичної індустрії, пропонуючи клієнтам нові способи взаємодії з послугами ще до фактичного бронювання. Ці технології дозволяють не лише покращити досвід клієнтів, але й оптимізувати маркетингові стратегії компаній, надаючи потенційним гостям можливість “відвідати” об’єкти до фактичної поїздки. Проте, попри всі переваги віртуального туризму, реальні подорожі залишаються незамінними завдяки унікальним емоціям та непередбачуваним враженням. Віртуальний туризм стає доповненням традиційних подорожей, роблячи світ більш доступним, але не здатен замінити живий досвід від відвідування нових місць.

Список використаних джерел:

1. Hotel industry and virtual reality: how VR is changing approaches to booking – URL: <https://hotel-solution.com.ua/news/hotel-industry-and-virtual-reality-how-vr-is-changing-approaches-to-booking> (дата звернення: 20.02.2025).
2. Віртуальний туризм в Україні – URL: https://doba.ua/ukr/blog/virtualniy-turizm-v-ukraini.html?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 20.02.2025).
3. Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR) в індустрії гостинності – URL: <https://cases.media/article/virtualna-ta-dopovnena-realnist-vr-ar-v-industriyi-gostinnosti?srltid=AfmBOooqvt2bgJ4PCeGAa2K0Wn4vU-nTsf3hq2Fpo76MOrpF1iRaUHF6> (дата звернення: 20.02.2025).

4. AR і VR: як бренди почали їх використовувати – URL: <https://gwaramedia.com/ar-y-vr-yak-brendy-pochaly-yih-vykorystovuvaty/> (дата звернення: 20.02.2025).

5. Доповнена реальність: що це таке, як працює, основні сфери застосування – URL: <https://dailyday.com.ua/tech/dopovnena-realnist-shcho-tse-take-yak-pratsyue-osnovni-sferi-zastosuvannya.amp.html> (дата звернення: 20.02.2025).

6. Віртуальний туризм: чи замінить він традиційні подорожі? – URL: <https://rovno-hotel.org.ua/virtualnyj-turyzm-chy-zaminyt-vin-tradycijni-podorozhi/> (дата звернення: 20.02.2025).