Соломія ЧИКИТА
здобувачка магістерської освітньої програми
«Міжнародний туризм та крос-культурні комунікації»
Науковий керівник –
кандидат географічних наук, доцент,
завідувач кафедри географії України і туризму
Інна ПОПЛАВСЬКА
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

ВІД РЕАЛЬНОГО МАРШРУТУ ДО ЦИФРОВОГО ДОСВІДУ: ВІРТУАЛЬНІ ПОДОРОЖІ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ

Сучасний міжнародний туризм перебуває під впливом активної цифрової трансформації. Змінюються способи пошуку інформації, вибору дестинацій, бронювання туристичних послуг та отримання вражень від подорожі. Одним із найбільш перспективних напрямів цих змін є розвиток віртуального туризму, який дозволяє людині знайомитися з туристичними об’єктами та територіями без фізичного переміщення.

Віртуальні подорожі базуються передусім на використанні технологій віртуальної реальності (VR), панорамних зображень, 3D-моделювання, інтерактивних карт та цифрових реконструкцій. Вони створюють ефект присутності й дозволяють користувачеві взаємодіяти з цифровим середовищем, оглядати визначні пам’ятки, музеї, природні території чи готельні комплекси. Саме тому віртуальний туризм поступово перетворюється з допоміжного інформаційного інструменту на окремий формат туристичного досвіду.

Потенціал віртуальної реальності у туризмі почали активно досліджувати ще на початку XXI ст. Серед основних напрямів її використання визначають туристичне планування, маркетинг, розваги, освіту, підвищення доступності туристичних об’єктів та збереження культурної спадщини [1]. Таким чином, сфера застосування VR значно ширша, ніж проста демонстрація цифрових панорам.

Однією з найбільш важливих функцій віртуальних подорожей є попереднє знайомство з дестинацією. Перед реальною поїздкою турист може віртуально відвідати місто, готель, музей, національний парк або інший об’єкт, оцінити його привабливість та сформувати власне уявлення про майбутню подорож. У такому випадку віртуальний тур виступає своєрідною «цифровою репетицією» реального туристичного досвіду.

Особливе значення це має для маркетингу туристичних дестинацій. Традиційна фотографія або відеоролик демонструють туристичний

об’єкт з позиції автора, тоді як VR дає користувачеві більшу свободу огляду та створює відчуття особистої присутності. Емпіричні дослідження показують, що відчуття присутності у віртуальному середовищі може підвищувати задоволення від перегляду, покращувати ставлення до дестинації та посилювати намір відвідати її у реальному світі [2].

Отже, віртуальна подорож не обов’язково є конкурентом традиційного туризму. Навпаки, вона може виступати інструментом стимулювання реальної туристичної мобільності. Людина, яка отримала позитивний цифровий досвід, може бути більш мотивованою побачити об’єкт наживо. Для туристичних підприємств це відкриває додаткові можливості просування продукту та формування емоційного зв’язку потенційного туриста з дестинацією.

Водночас віртуальний туризм має важливе соціальне значення, оскільки робить подорожі доступнішими для людей, які через стан здоров’я, вік, фінансові обмеження, значну географічну відстань або інші обставини не можуть здійснити фізичну поїздку. Віртуальні екскурсії музеями, історичними містами та природними об’єктами дають таким користувачам можливість долучитися до культурного та туристичного простору.

Перспективним є застосування VR і для збереження культурної спадщини. За допомогою цифрових технологій можна створювати моделі архітектурних пам’яток, історичних об’єктів та археологічних комплексів. Це особливо важливо для територій, доступ до яких обмежений через природну вразливість, руйнування, воєнні конфлікти або надмірний туристичний тиск [1].

Ще однією перевагою віртуальних подорожей є можливість зменшення фізичного навантаження на найбільш популярні туристичні об’єкти. Надмірна концентрація відвідувачів здатна негативно впливати на історико-культурні пам’ятки та природні території. В окремих випадках віртуальний доступ може доповнювати реальні відвідування та створювати альтернативний спосіб знайомства з особливо вразливими об’єктами [1].

Сучасні дослідження підтверджують, що VR дедалі активніше інтегрується у різні етапи туристичної подорожі. Віртуальні технології можуть використовуватися до поїздки – для вибору дестинації, під час неї – для отримання додаткового досвіду, а також після повернення – для повторного переживання або доповнення туристичних вражень [3]. Таким чином, цифровий компонент поступово стає частиною цілісного туристичного досвіду.

Разом із перевагами віртуальний туризм має певні обмеження.

Навіть найбільш реалістичне цифрове середовище не здатне повністю відтворити фізичну подорож. Воно не передає у повному обсязі запахи, кліматичні відчуття, гастрономічний досвід, безпосередню взаємодію з місцевими мешканцями та емоції від перебування у реальному просторі. Крім того, створення якісного VR-контенту потребує спеціального обладнання, програмного забезпечення та фінансових ресурсів [3].

Особливі перспективи віртуальні подорожі мають для України. Оцифрування культурної та природної спадщини, створення віртуальних екскурсій містами, замками, музеями та природними територіями може використовуватися для популяризації країни на міжнародному туристичному ринку. В умовах обмеженої фізичної доступності окремих територій цифрові формати здатні підтримувати інтерес іноземної аудиторії до української культури та туристичних ресурсів.

Віртуальні проєкти можуть також виконувати важливу функцію збереження інформації про об'єкти, які перебувають під загрозою пошкодження або руйнування. У перспективі цифрові реконструкції можуть бути використані не лише в туризмі, а й у музейній діяльності, освіті, культурній дипломатії та міжнародному просуванні України.

Отже, віртуальні подорожі формують новий напрям розвитку міжнародного туризму, у якому традиційний маршрут доповнюється цифровим досвідом. Їхній потенціал полягає у розширенні доступності туристичних об'єктів, підтримці маркетингу дестинацій, збереженні культурної спадщини та створенні нових способів взаємодії туриста з простором.

Водночас віртуальний туризм доцільно розглядати не як повну заміну реальної подорожі, а як її доповнення та новий етап формування туристичного досвіду. Перспективи цього напряму визначатимуться розвитком технологій, якістю цифрового контенту та здатністю туристичної галузі інтегрувати віртуальний і реальний простори.

Список використаних джерел:

1. Guttentag D. A. Virtual Reality: Applications and Implications for Tourism. *Tourism Management*. 2010. Vol. 31, No. 5. P. 637–651. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.003

2. Tussyadiah I. P., Wang D., Jung T. H., tom Dieck M. C. Virtual Reality, Presence, and Attitude Change: Empirical Evidence from Tourism. *Tourism Management*. 2018. Vol. 66. P. 140–154. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.12.003

3. Calisto M. de L., Sarkar S. A Systematic Review of Virtual Reality in Tourism and Hospitality: The Known and the Paths to Follow. *International Journal of Hospitality Management*. 2024. Vol. 116. Article 103623. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103623.