

ВИРТУАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ

В.М. Маховка

Полтавский национальный технический университет имени Юрия Кондратюка, Украина,
mahovkavika@mail.ru

В условиях глобализации информационные технологии играют роль одного из основных инструментов в повышении эффективности управления предприятиями сферы туризма. Специфика туристической деятельности, особенности формирования и реализации туристических услуг, а именно большое количество участников и значительная их географическая разобщенность, разветвленная система взаимоотношений субъектов туристического рынка, территориальная дифференциация туристского продукта, удаленность места реализации туристических услуг от места их потребления, изменение вкусов и потребностей клиентов) обуславливают необходимость повышения уровня использования интерактивных технологий.

Развитие современных компьютерных технологий, активное использование возможностей сети Internet в социальной и предпринимательской сферах активно влияет и на индустрию туризма. Ис-

пользование интерактивных технологий обуславливает создание различных образовательных, рекламных и познавательных программ является актуальным вопросом на сегодняшний день. Все больше и чаще становятся популярными виртуальные туры, которые позволяют потенциальному туристу путешествовать с виртуального пространства в реальное, виртуально отображая объект и услугу, помощью современных возможностей и 3D-технологий, предоставленных серверами.

Виртуальные экскурсии и путешествия являются презентацией, которые позволяют зрителям осмотреть объекты (музеи, памятники), которые их интересуют, еще до реального их посещения. Виртуальные туры это идеальное решение для визуализации. С помощью различных интерактивных элементов в web-среде они создают моделирование реальности [2].

Уникальные интерактивные технологии позволяют обеспечивать формирование виртуальных туров, которые в свою очередь могут стать незаменимым прогрессивным решением развития туристической деятельности. Потенциальному клиенту предприятий сферы туризма при выборе отеля, ресторана, туристического комплекса, места экскурсии необходима точная информация о услуге. При покупке туристического продукта клиент не имеет возможности его ощутить и визуализировать, что является сдерживающим фактором и снижает спрос на те или иные туристические предложения. А виртуальный тур дает возможность показать будущим посетителям интерьер помещения, обстановку в номере, особенности природных, исторических, культурно-этнических ресурсов места путешествия, и оценить все в целом [3].

Основными преимуществами использования виртуальных туров в туристической деятельности позволит повысить эффективность рекламы, потому что сферические панорамы и 3D-туры имеют круглосуточный доступ для просмотра в любое время суток, размещенные на сайтах. Также, возможность разнообразного использования одних и тех же туров, как в Интернете, так и в виде CD-презентаций, позволяет демонстрировать в офисе клиента, на выставке. Все это позволяет расширить аудитории потенциальных клиентов и партнеров. Простота и оперативность размещения новых, обновление и замены старых виртуальных туров, что является гарантией актуальности предоставленной информации [1, 4].

Таким образом, развитие информационных технологий и влияние на повседневную жизнь общества сети Internet, каждая успешная компания, каждый товар или услуга должна выглядеть соответственно современным требованиям. Качественный контент, качественная презентация на веб-сайте это лицо успешного бизнеса в мировой сети. Это также относится к современной системе маркетинговых, рекламных мероприятий по продвижению туристических и гостинично-ресторанных услуг, которые должны применять новейшие информационных технологий, в частности современные мультимедийные технологии. А виртуальные туры являются одним из наиболее эффективнейших и убедительных на данный момент интерактивных способов презентации информации, а также позволяют осуществлять виртуальные экскурсии.

Список использованных источников:

1. 3D-туры: откуда ноги растут [Электронный ресурс] // Город в 3D.ru: сайт. Режим доступа: <http://gorodv3d.ru/3dtours-technology-success-story.html> – Назва з екрану.

2. Борисов, Е. А. Трехмерная визуализация туристических объектов и маршрутов как элемент информационного обеспечения деятельности турагенств [Текст] / Е. А. Борисов // Горный информационно-аналитический бюллетень: научно-технический журнал. – 2013. – № 12. – С. 302–305.

3. Миронов Ю. Б. Интернет-технологии в туризме / Ю. Б. Миронов // Экономика: проблемы теории та практики: зб. наук. праць: у 5 т. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. – Вип. 194. – Т. II. – С. 457–464.

4. Шамликашвили В.А. Виртуальный туризм как новый вид туризма [Электронный ресурс] // Креативная экономика. – 2014. – № 10(94). – С. 128–138. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/36331> – Назва з екрану.