

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ VR ТА AR ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Розвиток туристичних послуг залежить від динаміки туристичної галузі в багатьох регіонах, розвиненості ІТ, соціальних, економічних та демографічних факторів. Підвищення якості туристичних послуг це складний багатогранний процес, що інтегрує діяльність різних суб'єктів господарювання, метою якої є максимальне задоволення потреб споживачів. Тому проблема якості сервісу в туризмі є актуальним питанням. Більш того, на міжнародному туристичному ринку якість туристичних послуг виступає найефективнішою зброєю в конкурентній боротьбі, адже якість в кінцевому результаті сприяє підвищенню економічної ефективності туризму загалом [1].

За даними UNWTO, кількість міжнародних прибуттів за період з 2010 по 2030 рік в середньому підвищиться на 3,3% за рік. З часом, швидкість зростання кількості міжнародних прибуттів будуть поступово уповільнюватися, у 2011 з 3,8% а у 2030 р. до 2,5%. В абсолютних величинах кількість міжнародних прибуттів на рік збільшиться на 43 млн., в порівнянні з збільшенням на 28 млн. з 1995 по 2010 роки. За прогнозами в 2030 році темпи зростання міжнародних прибуттів в усьому світі досягне 1,809 млрд. (рис. 1).

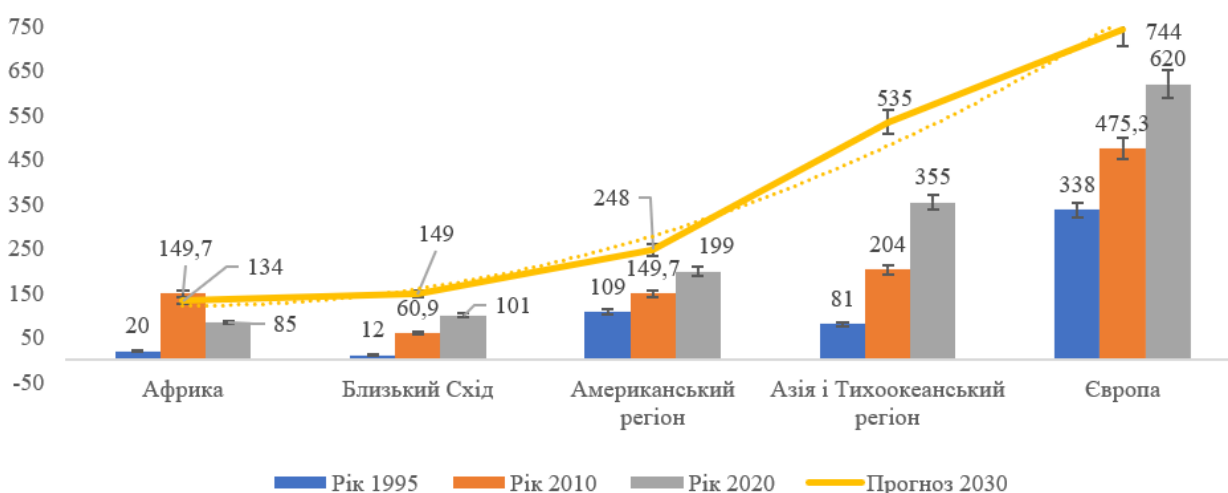


Рисунок 1 – Прогноз міжнародних прибуттів до 2030 р., млн. осіб

Джерело: складено автором за [2]

Демонструючи стале економічне зростання, туристична індустрія виступає потужним соціально-економічним та політичним чинником, що становить основу розвитку багатьох країн і регіонів світу. Так, за даними експертів Національної туристичної організації України, наша країна в 2019 році зайняла 15 місце у світі серед найбільш відвідуваних країн світу з показником рівним 13,7 млн. туристів. Відповідно до класифікації Всесвітньої туристичної організації ООН (World Tourism Organization, UNWTO), з туристичною метою в Україну в'їхало 98,6% іноземних громадян, або 13,5 млн. За цей же період 29,3 млн. громадян України виїжджало за кордон з туристичною метою [1; 2].

При цьому з року в рік спостерігається збільшення негативного сальдо виїзного та в'їзного туризму, яке посилилось після 2014 року у результаті військового конфлікту на Сході України

і у 2019 році сягнуло майже 15,7 млн. осіб. Дослідження показало, що у 2020 році внесок індустрії туризму у світовий ВВП знизилася на 4,9% по відношенню до попереднього року. (рисунок 2).

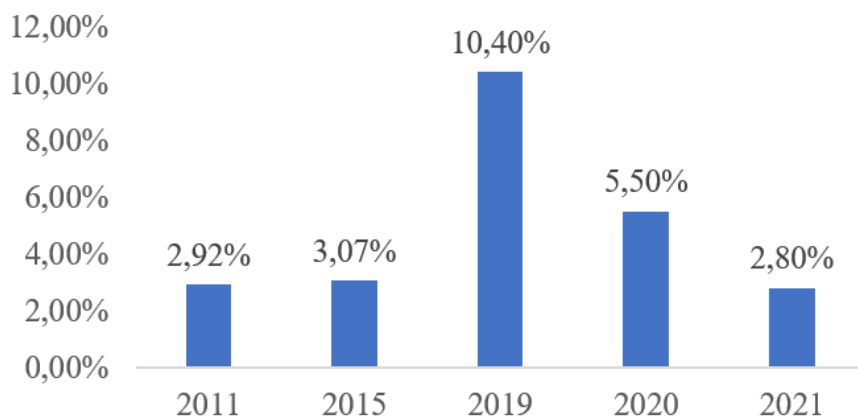


Рисунок 2 – Внесок індустрії туризму у світовий ВВП у 2020 р.

Джерело: складено автором

На початок 2020 року прогнози експертів були доволі оптимістичними, так наприклад очікувалося збільшення кількості міжнародних подорожей до 900 млн. осіб, а в 2021 р. до 937 млн. осіб, але всесвітня пандемія COVID-19 внесла свої коректування і кількість міжнародних подорожей відчутно знизилася на 73%. Відповідно, доходи від обслуговування міжнародних туристичних потоків у 2020 році також знизились на 63% (або на 1,1 трлн. дол. США), що відкинуло розвиток міжнародного туризму на позиції початку 1990-х років. Абсолютне зниження прямого внеску туристичної сфери у світовий ВВП становило близько 2 трлн. дол. США [3]. Дослідження показали, що лише в останні декілька років цифрові технології «віртуальна і доповнена реальності», які більше відомі як VR та AR поступово виходять на масовий ринок, викликаючи при цьому помірний інтерес у користувачів. Так, на рис. 3 зображено динаміку змін популярності терміна augmented reality (доповнена реальність) відносно найвищої точки на графіку починаючи з 2004 р.

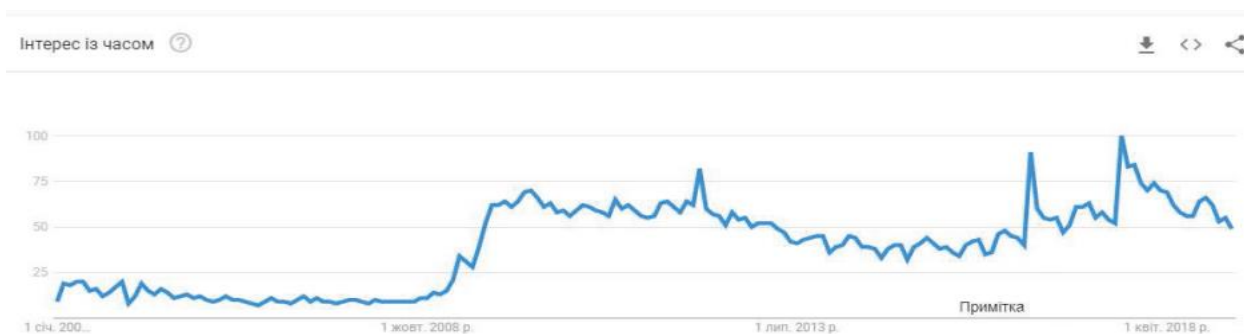


Рисунок 3 – Популярність терміна augmented reality у пошуковій системі Google

Джерело: дані отримані із сервісу Google Trends

Більш того, відомі музеї, такі як Музей сучасного мистецтва у Нью Йорку вже використовують для туристів VR інсталяції, як частину своєї постійної експозиції. Авіа компанії пропонують мандрівникам VR технології для створення «реальної» картини салону

літака для того, щоб обрати краще місце та купити квиток заздалегідь, збільшити рівень продаж авіа квитків та додаткових послуг.

Використовуючи віртуальні тури підприємство може не тільки залучати нових клієнтів, але і підігрівати інтерес у постійних клієнтів. Віртуальні тури істотно заощадають час, продемонструвавши споживачу реальні переваги і характеристики продукту або послуги в віртуальному просторі.

Розглянемо більш докладніше структуру віртуального туристичного простору:

- інформаційне поле (сукупність всієї інформації про туристичну діяльність);
- інформаційні потоки (сума даних, які передаються в віртуальному інформаційному просторі за певним каналу зв'язку);
- інформаційних ресурсів (автоматизовані бази даних, веб-сайти, програми та мережі);
- правових та інституційних заходів (інформаційне право, міжнародні нормативно-правові документи, міжнародні договори);
- ринку інформаційних технологій.

Слід зауважити, що перед запровадженням AR-технологій необхідно чітко усвідомити ціль та бажані результати. Зокрема, доцільно відповісти на низку питань, зокрема:

- яку проблему має вирішити даний застосунок (виокремити на тлі конкурентів, підвищити залученість аудиторії, привернути увагу молодого покоління);
- який результат має бути у підсумку (емоція, думка, дія);
- яка аудиторія буде ним користуватися (важливо розуміти цільову аудиторію, її вік і ступінь схильності до використання AR-технологій, в яких умовах вони будуть їх використовувати, з якою метою, як часто і за допомогою яких пристроїв);
- де й як буде використовуватися застосунок (удома/у подорожі, самостійно чи в офісі туристичного агентства з менеджером);
- як відбуватиметься просування AR-рішення (перед тим як завантажити застосунок, користувачі мають дізнатися про нього та зацікавитися);
- який контент буде відображений у застосунку

Таким чином, цифрові технології такі як VR та AR мають великий потенціал для застосування у туристичному бізнесі за умови їх відповідності низці критеріїв: поширення, зручності, мобільності, вартості, готовності суспільства та ін. Крім того, подальший розвиток технологій, безумовно, сприятиме появі нових переваг VR/AR для туристів і для туристичних компаній. А компанії, які зважаться стати ранніми послідовниками щодо застосування AR-технологій, мають можливість отримати значну конкурентну перевагу, оскільки нова технологія, вірогідно, викликатиме значний інтерес серед користувачів, що дасть змогу відносно легко доносити до них потрібну інформацію, і максимально залучати їх у бізнес-процеси.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко Л.А. Ваганян Р.Т., Удосконалення якості послуг туристичного підприємства. *Матеріали сімдесять восьмої студентської науково-технічної конференції. Дніпро, 24-28 квітня 2023 р. Д.: НТУ «ДП», 2023. С. 419-421.*
2. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>
3. Бондаренко Л.А. Бочинський Б. Використання ІТ технологій в умовах сучасного розвитку туристичної індустрії. *Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ. 28 лютого-1 березня 2023 р. Харків. с 664-670* URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6bc18840-9049-4c30-acf7-fe7bf84d6f41/content>
4. Ахмедова О.О. Можливості використання світового досвіду розвитку інновацій у сфері туризму в Україні. *Вісник Харківського національного університету ім Каразіна. 2018. № 1. С. 32-37.*