

ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ

Модул 1 Въведение в мениджмънта

Урок 6 – Туризмът и новите технологии

В последния урок споменахме накратко използването на обогатената/разширена реалност (AR) и виртуалната реалност (VR), като начини за иновации в туристическата индустрия, като в същото време като начин да правим всичко интерактивно и интересно.

Разликата между AR и VR е, че „обогатената/разширена реалност (AR) добавя цифрови елементи към изгледа на живо често с помощта на камерата на смартфон. Примери за преживявания с добавена реалност включват лещи Snapchat и играта Pokemon Go. Виртуалната реалност (VR) предполага пълно потапяне, което изключва физическия свят”.

През последните години VR се превърна в мощен инструмент за туристическата индустрия: хотели, екскурзии и преживяването на клиентите.

В случая с хотелите, благодарение на този нов инструмент, те могат да предложат виртуална туристическа обиколка на гостите си из хотела, вместо да им се налага да четат надписи и да гледат снимки. В този случай клиентът има „разходка“ отвътре - от съоръженията до удобства в хотела, за да може по този начин лесно да вземе решение. Този нов метод, дава на хотелите повече прозрачност и нови маркетингови инструменти.

Друго приложение на VR технологията е използването ѝ по време на обиколки или посещения. Да приемем например, че нашите клиенти посещават стар средновековен замък и искаме да покажем напредъка на реконструкцията му: в този случай можем да използваме VR. Туристът ще види всички фази и развитието ѝ, сякаш е на място. Туристът ще бъде потопен в нова епоха и място. Трябва да имаме предвид, че в днешно време хората искат да събират и изпитват преживявания, да се чувстват свързани с хората и местата, които посещават.

Не на последно място, VR може да се използва в процеса на резервация. Клиентите ще имат възможност да се потопят в преживяването от самото начало. Вместо да

Erasmus+ Strategic Partnership 2018-1-ES01-KA204-050711

използват компютър или телефон, те ще използват VR, за да резервират ваканциите си. Така, те ще могат да проверяват хотели, местни забележителности, пейзажи и т.н.

Сега е време да поговорим и за AR. Както обяснихме в урок 6, хората използват своите цифрови устройства, като смартфони или планшети, от самото начало на преживяването и по време на самото пътуване. Ето защо AR има значително развитие през последните няколко години.

Това се превърна във важен инструмент за бизнеса и може да промени начина, по който клиентът възприема обкръжаващата среда. AR дава възможност на туриста да промени възприятието за дадено място с помощта на устройство, което наслажда различни елементи. Например можете да използвате устройство и AR, за да гледате историята на даден паметник. Друга примерна употреба е да използвате AR, за да разгледате менюто в ресторант.

AR и VR също могат да се използват за да превърнат света в едно по-добро място. Например, някои зоологически градини по света вече не затварят животните в клетки. С използването на VR и AR те могат да предложат посещение, което да потопи посетителите в дивата природа, хората могат да си „взаимодействат“ с животните и да научат всичко за тях, без да е необходимо те да бъдат държани в плен. Можете да проверите видеоклипа в документа „Връзки и ресурси“.

И накрая, AR може да се използва за допълване на преживяването с геймификация. Например хотел, който организира търсене на съкровища с AR. Едно от основните предимства на AR за бизнеса е, че е по-евтин вариант от VR. За да предложи бизнесът ви VR преживяване, ще трябва да имате налични устройствата (слушалки, очила и др.), докато AR може да бъде преживян чрез личните смартфони или планшети на клиентите. Технологиите вече променят туристическата индустрия.

Вече знаем, че VR и AR са реалност, и че те със сигурност ще променят индустрията. В наши дни, след избухването на COVID 19, VR и AR могат да помогнат на пътуванията в туристическата индустрия. Според експерти, „пандемията COVID-19 може да съкрати 50 милиона работни места по целия свят“. Една от предложените мерки е да увеличат бюджетите за популяризиране на туристическите дестинации, като това може да стане, чрез използване на виртуална реалност (VR).

Чрез туристическата компания, клиентите ще имат преживяването „опитайте преди да купите“, ще могат да изградят доверие и ще бъдат вдъхновени да пътуват.

Erasmus+ Strategic Partnership 2018-1-ES01-KA204-050711

По време на огнището на COVID-19 хората използват VR в дома си, за да посещават музеи, да посещават опера или да посещават гробницата на Нефертити в Египет. Тези преживявания ви дават възможност да се отдалечите от реалността за известно време и да „мечтаете“ за следващото си пътуване.

Дори в момента пътуването да не е разрешено, хората ще се радват да организират и подготвят следващото си пътуване.

Хотели, туристически агенции и авиокомпаниите вече предлагат тази услуга или я развиват. През следващите години ще станем свидетели как технологията ще промени света. Да се надяваме, че технологията ще ви помогне да се изгради по-устойчив модел на туризъм, съобразен с насоките дадени от ЕС или ЮНЕСКО.

Erasmus+ Strategic Partnership 2018-1-ES01-KA204-050711



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Erasmus+ Strategic Partnership 2018-1-ES01-KA204-050711



ASSET
BASILICATA



LAB University of
Applied Sciences



NIKANOR
Education means attitude



stpeuropa

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Erasmus+ Strategic Partnership 2018-1-ES01-KA204-050711



ASSET
BASILICATA



LAB University of
Applied Sciences



NIKANOR
Education means attitude



stpeuropa

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."