

# NAHRADÍ NĚKDY VIRTUÁLNÍ CESTOVNÍ RUCH OPRAVDOVÉ CESTOVÁNÍ?



Mnoho cestovatelů si již uvědomilo, že virtuální cestovní ruch může lidi dostat do vzdálených destinací, aniž by opustili pohodlí vlastního domova.

Jen za poslední rok ztratil cestovní ruch po celém světě 4,5 bilionu dolarů a 62 milionů pracovních míst. Muzea po celém světě jsou zavřena, města jsou zavřená. Ale co s tím? Co dělají potenciální turisté v hodinách, dnech a týdnech, kdy by normálně cestovali?

Cestování je v tuto chvíli něco z říše snů. Ale jak je to s virtuální realitou? Co takhle vidět obraz Rembrandta pouze na Googlu nebo v našich domovech prostřednictvím rozšířené reality? Mohu virtuálně změnit prostor a cestovat zpět v čase? Mohu vstoupit do Rembrandtova obrazu pomocí rozšířené reality, když procházím svým obývacím pokojem během lekce anatomie?

Předpovědi pro trh rozšířené reality (rozšířená realita - AR a virtuální realita - VR), které naznačují, že by dosáhla velmi slibné tržní hodnoty, byly ještě donedávna poněkud zastaralé. V roce 2016 Pokémon Go tento potenciál posílil. Tehdy jsme si mysleli, že fenomén AR bude stačit pro úspěšnou budoucnost.

Nepředstavovali jsme si však, a to ani v těch nejpodivnějších předpovědích, že tento potenciál bude umocněn dalším globálním fenoménem v roce 2020. Covid-19 a virtuální cestování přinesly předpovědi, že za pouhé 3 roky vzrostou trhy AR a VR o 300 miliard amerických dolarů.

Během tohoto dlouhého a náročného období pro cestovní ruch jsme měli čas dát do pořádku náš dům, restrukturalizovat společnosti, přepracovat prostory a také přehodnotit tento velmi důležitý sektor. Měli jsme čas snít o udržitelnějším cestovním ruchu pro všechny a řádně se připravit na „pomstu“. Mezitím jsme však objevili nové profese a zdroje příjmů a podnikání. Objevili jsme nové způsoby cestování a cesty turistů.

Uvědomili jsme si, že cestovní ruch v kombinaci s VR nás může přepravit na jiná místa, aniž bychom opustili pohovku. A nešlo jen o výzkumy a vývoje. Objevili jsme to s praxí a přístup k těmto technologiím poskytlo více než 2000 muzeí, která se stala virtuální prostřednictvím Google Cultural Institute.

Objevili jsme to prostřednictvím nejtradičnějších muzeí, jako je Královská hrobka v egyptských pyramidách nebo světový klenot Ermitáž v Petrohradě, který rovněž otevřel své virtuální dveře do celého světa.

Milióny turistů v těch prázdných hodinách, dnech a týdnech podnikly virtuální lety ve virtuálním světě, virtuálním městě, virtuální éře nebo virtuálním muzeu, aniž by opustily svou pohovku. A dobrou zprávou je, že tito turisté ocenily tyto výlety a jejich působivost.

To vyplývá ze zprávy Světové rady pro cestovní ruch o Covid-19, dle níž je virtuální cestovní ruch trendem, který vydrží, a bude důležitým marketingovým a obchodním nástrojem.

Společnost Accenture to rovněž uvádí ve své zprávě Immersive-Experience-Digital-Report 2020. Zdůrazňuje, že 64 % značek začíná investovat do pohlcujících zážitků, protože si uvědomuje, že to zlepšuje „špičku mysli“ více než 50 % jejich spotřebitelů, když jejich interakce probíhá tímto způsobem.

Ti, kdo věří v apokalyptickou vizi, že svět nahradí stroje, počítače nebo mimořádný software, se však mýlí. Je třeba zdůraznit, že tradiční cestovní ruch nikdy nebude nahrazen. Ale pro ty, kteří nemohou (nebo nikdy nebudou moci) fyzicky navštívit některé destinace, a dokonce i pro ty, kteří mají tu možnost, ale rádi si podrobně naplánují všechny návštěvy turistických itinerářů, představuje takový koncept vsutku kvalitní řešení.

Nenahradí samozřejmě fyzický a skutečný cestovní ruch, ale přišel posílit roli tohoto druhého, doplnit ho, vylepšit, vyprávět všechny příběhy, které nikdy předtím vyprávěny nebyly. Příběhy, které nebyly slyšeny ani zažity.

Date: 2021-05-10

Article link:

<https://www.tourism-review.cz/virtualni-cestovni-ruch-doplnek-pro-klasicky-turismus-news12020>