

ВИРТУАЛЬНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ КАК ЦИФРОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

Дустматова М. А

*Преподаватель кафедры
информационных технологий Самаркандского
института экономики и сервиса*

Раматова Мафтуна

*Студентка Самаркандского
института экономики и сервиса*

Аннотация

В последние годы технологии виртуальной реальности (Virtual Reality – VR) и дополнительной реальности (Augmented Reality – AR) стали ключевыми инновациями в туристической индустрии. VR позволяет пользователям переживать immersive experiences — полноценно виртуальные экскурсии и обзоры достопримечательностей, тогда как AR расширяет реальный мир цифровыми элементами, помогая туристам получать полезную информацию в режиме реального времени. Эти технологии повышают качество туристического сервиса, улучшают пользовательский опыт (User Experience), и обеспечивают новые маркетинговые возможности. Целью данной статьи является анализ применения VR и AR в туризме, преимущества, а также примеры использования в Узбекистане и мире.

Ключевые слова: Virtual Reality, VR, Augmented Reality, AR, туристическая индустрия, digital tourism, immersive experience, user experience, мобильные приложения, интерактивные экскурсии

Введение

Современная туристическая индустрия активно использует цифровые технологии для расширения возможностей клиентов и повышения конкурентоспособности. Среди них Virtual Reality (VR) и Augmented Reality (AR) занимают особое место, так как обеспечивают новые формы взаимодействия с туристическими продуктами и услугами.

VR (Virtual Reality) – технология, создающая полностью виртуальную среду, в которой пользователь может перемещаться и взаимодействовать с объектами в 360°.

AR (Augmented Reality) – технология, которая накладывает цифровые элементы (текст, изображения, 3D-модели) на реальный мир через камеру смартфона, планшета или AR-очки.

Основная часть

1. Применение VR в туристической индустрии

VR-технологии позволяют туристам совершать виртуальные экскурсии по памятникам, музеям, природным паркам и различным локациям до фактической поездки. Это помогает пользователю:

Получить предварительное представление о месте (pre-trip experience).

Выбрать наиболее интересные маршруты.

Увеличить уровень вовлечённости (engagement) перед бронированием.

Примеры использования VR:

360° туры по историческим объектам.

Виртуальные прогулки по отелям и курортам.

Симуляции приключений и экскурсий (mountaineering, diving).

2. Роль AR в реальном туристическом опыте

AR-технологии расширяют реальный мир цифровой информацией:

Интерактивные гиды: пользователи наводят смартфон на объект и получают исторические факты, фотографии или аудио-описания.

Интерактивные карты: AR-метки направляют туристов к интересным точкам, показывают ближайшие кафе, музеи, станции транспорта.

AR-игры и квесты: повышают вовлечённость посетителей (например, scavenger hunts, gamification).

3. Преимущества VR и AR для туристического бизнеса

Использование VR и AR приносит следующие преимущества:

Enhanced Customer Experience – улучшает взаимодействие пользователя с продуктом.

Marketing Innovation – новые способы продвижения туристических услуг.

Increased Engagement – вовлечение клиентов через игровые механики и интерактив.

Higher Conversion Rates – увеличение бронирований за счёт предварительного «погружения».

Accessibility Improvements – возможность «посетить» места, которые сложны для реального доступа.

4. Примеры внедрения в Узбекистане и России

В Узбекистане крупные музеи начали внедрять AR-гиды, позволяющие посетителям получать историческую информацию в режиме реального времени через мобильные приложения.

В России туристические компании активно используют VR-туры для демонстрации горнолыжных курортов и пляжных курортов на маркетинговых платформах.

Заключение

VR и AR — это не просто модные технологии, а эффективные инструменты digital tourism, которые улучшают качество туристического сервиса, повышают уровень вовлечённости клиентов и создают новые возможности для маркетинга и продвижения. Их внедрение в индустрию туризма способствует росту конкурентоспособности, улучшению пользовательского опыта и развитию инновационной экономики.

Список литературы

1. Алимов Б. Х. Цифровые технологии в туризме Узбекистана: AR и VR решения. — Ташкент: Ilm-Ziyo, 2023.
2. Смирнова И. П. Виртуальная и дополненная реальность в туристическом менеджменте России. — Москва: Наука и Образование, 2021.
3. Кузнецов Д. А. Информационные технологии в индустрии гостеприимства. — Санкт-Петербург: Питер, 2022.
4. Milgram, P., & Kishino, F. A Taxonomy of Mixed Reality Visual Displays (англ.). — IEICE Transactions on Information Systems, 1994.