



ВИРТУАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ

Салихова Венера Каримджановна,
старший преподаватель кафедры внешнеэкономической деятельности,
ТГУВ Исмаилова Тамила Тулкиновна
студентка 1-курса, направления туризм, ТГУВ

Аннотация

В данной статье анализируется влияние современных технологий на индустрию туризма. Особое внимание уделено методам и сферам применения виртуальных технологий, а также их ключевым характеристикам в контексте туристической отрасли. Работа демонстрирует, как виртуальные инновации трансформируют потребительский опыт и открывают новые горизонты для развития турбизнеса.

Ключевые слова: Туризм, виртуальность, реальность, туры, технологии

Сегодня туризм — это глобальная, высокотехнологичная индустрия, движущаяся вперёд благодаря крупнейшим мировым авиакомпаниям, гостиничным сетям и туристическим корпорациям. Современный туристический продукт становится всё более гибким, персонализированным, привлекательным и доступным для каждого потребителя.

Распространение и надёжность персональных компьютеров и интернета способствуют проникновению новых информационных технологий во все сферы нашей жизни. Эти технологии, вероятно, являются первыми в истории, обеспечивающими значительный рост производительности в сфере услуг, и туризм не исключение. В конце концов, туризм и информация неразделимы: от принятия решения о поездке, которое целиком основано на доступных данных, до самого туристического продукта, который на этапе покупки представляет собой лишь информацию. Сотни раз в день участники туристического рынка обмениваются данными. Это означает, что умение работать с информацией — собирать, обрабатывать и на её основе принимать единственно верные решения — становится критически важным. Новые



International Educators Conference

Hosted online from Toronto, Canada

Website: econfseries.com

7th June, 2025

технологии тоже влияют на развитие туризма. Одна из таких технологий это технология виртуальной реальности.

В последние годы виртуальные технологии стали неотъемлемой частью современного туризма, трансформируя традиционные подходы к путешествиям и восприятию новых мест. Развитие виртуальной реальности (VR), дополненной реальности (AR) и других цифровых инструментов открывает новые возможности для туристов и индустрии в целом.

Виртуальная реальность (VR) — это искусственно созданный мир, не существующий в природе, в который человек может полностью погрузиться не только как наблюдатель, но и как активный участник. Системы виртуальной реальности представляют собой комплекс технических средств и программного обеспечения, которые создают у пользователя ощущение присутствия в этом искусственном мире и в некоторых случаях позволяют взаимодействовать с его объектами.

Современные виртуальные туры уже сегодня обеспечивают удивительно полное погружение, используя лишь аудиовизуальные средства. Однако интеграция 4D-технологий, способных имитировать сенсорные ощущения, переводит этот опыт на качественно новый уровень, стирая границы между виртуальным и реальным.

Такое стремительное развитие указывает на то, что виртуальные технологии в скором времени станут повсеместными. Мы можем ожидать появление симуляторов обонятельных ощущений, что сделает виртуальный опыт практически неотличимым от реального, открывая безграничные возможности для взаимодействия с цифровым миром.

Большинство систем виртуальной реальности обладают (или должны обладать) следующими ключевыми характеристиками:

1. Работа в реальном времени. VR-система должна мгновенно реагировать на действия пользователя, обеспечивая соответствующее отображение изображения, звука и, при наличии, тактильных и других ощущений, без заметных задержек.
2. Реалистичное воспроизведение окружающей среды. Для полного погружения пользователю необходимо видеть виртуальные объекты с



International Educators Conference

Hosted online from Toronto, Canada

Website: econfseries.com

7th June, 2025

высокой степенью реалистичности, чтобы они выглядели максимально натурально.

3. Поддержка одного или нескольких пользователей. Виртуальные системы бывают индивидуальными, рассчитанными на одного пользователя (например, шлемы или очки виртуальной реальности), и коллективными — когда несколько человек одновременно могут взаимодействовать с виртуальной средой, например, через стереоскопический проектор, создающий объемное изображение на большой поверхности.

4. Стереоскопическое изображение. VR должна обеспечивать объемное восприятие пространства с помощью стереоскопии — технологии, при которой каждый глаз видит немного отличающуюся картинку, а мозг объединяет их в трехмерное изображение, создавая эффект глубины.

5. Интерактивность. Пользователь в виртуальной реальности не просто наблюдатель, он активно взаимодействует с окружением. VR-система должна позволять пользователю свободно осматриваться и перемещаться в виртуальном мире, а также влиять на него своими действиями.

Виртуальная реальность позволяет пользователям погружаться в смоделированные 3D-пространства, создавая эффект полного присутствия в удалённых локациях. Это особенно полезно для тех, кто не может физически посетить ту или иную достопримечательность из-за ограничений здоровья, финансов или времени [1]. Например, VR-экскурсии по музеям, историческим памятникам и природным паркам позволяют туристам заранее «попробовать» поездку и лучше спланировать маршрут [2].

Более продвинутым вариантом стали экскурсии по музеям. Этот формат стал особенно востребованным во время пандемии, когда крупные музеи были вынуждены перейти на онлайн-режим из-за запрета на посещения. Современные технологии дали возможность любителям искусства и истории, не выходя из дома, виртуально осматривать Лувр и многие другие известные экспозиции. И даже после отмены ограничений такой формат экскурсий продолжает пользоваться популярностью.

Еще одним вариантом стали прогулки по улицам города. Для этого используют трансляции с уличных камер, что позволяет каждому желающему



International Educators Conference

Hosted online from Toronto, Canada

Website: econfseries.com

7th June, 2025

виртуально побывать в отелях, музеях, галереях, а также прогуляться по улицам Токио, Чикаго и других знаменитых городов.

Дополненная реальность накладывает цифровые элементы на реальный мир, обогащая восприятие окружающей среды. В туризме AR используется для интерактивных гидов, которые показывают дополнительную информацию о достопримечательностях, помогают ориентироваться в городе или переводят указатели [3]. Такие приложения увеличивают вовлечённость туристов и делают путешествия более удобными и познавательными.

Туристические компании и регионы активно используют VR и AR в маркетинговых целях. Виртуальные туры и интерактивные презентации помогают привлечь внимание потенциальных клиентов и стимулировать их желание посетить реальное место [4]. Крупные отели и курорты предлагают виртуальные экскурсии по своим объектам, что увеличивает доверие и удовлетворённость клиентов.

Несмотря на явные преимущества, виртуальные технологии в туризме сталкиваются с рядом вызовов. Высокая стоимость оборудования и разработки контента ограничивает доступность таких решений для небольших компаний. Также важно сохранять баланс между виртуальным и реальным опытом, чтобы виртуальные путешествия не заменяли полностью настоящие поездки [5]. Виртуальные технологии становятся важным инструментом развития туризма, улучшая доступность, качество и разнообразие туристического опыта. С их помощью путешествия становятся более персонализированными и интерактивными, а индустрия — более инновационной и конкурентоспособной.

Как утверждают исследователи, опыт виртуального путешествия повышает вероятность покупки, ускоряет принятие решений и увеличивает число клиентов. Ощущение присутствия при использовании технологий виртуальной реальности делает их предикторами активации поведения [6].

Ещё одно применение виртуальных технологий это – создания туров к трудно доступным местам. Например, поднятие на гору Эверест или погружения в океан. Эти туры могут привлечь всех, даже тех, кто не профессионал. Можно даже организовать туры в космос.



International Educators Conference

Hosted online from Toronto, Canada

Website: econfseries.com

7th June, 2025

Таким образом, виртуальные технологии не просто дополняют традиционный туризм, а кардинально его трансформируют, предлагая беспрецедентный уровень доступности и персонализации. От интерактивных 3D-панорам до иммерсивных 4D-симуляций, и в скором будущем, возможно, и обонятельных ощущений, эти инновации позволяют нам путешествовать по миру, не выходя из дома. Это открывает новые возможности не только для индивидуальных туристов, но и для всей индустрии, позволяя эффективно продвигать направления, сокращать операционные расходы и предлагать уникальный опыт, ранее доступный лишь избранным.

Будущее туризма неразрывно связано с дальнейшим развитием и повсеместным внедрением виртуальных и иммерсивных технологий. По мере того как эти инструменты становятся всё более совершенными и доступными, мы можем ожидать появления совершенно новых форматов путешествий и познания мира. Это вызов и одновременно огромная возможность для туристического бизнеса адаптироваться и интегрировать эти инновации, чтобы оставаться конкурентоспособным и продолжать радовать потребителей всё более захватывающими и реалистичными виртуальными приключениями.

1. Иванов И.В. Виртуальная реальность в туризме: возможности и перспективы // Туризм и инновации. — 2022. — №3. — С. 45–52.
2. Smith, J. Virtual Reality Tours in Museums: Enhancing Visitor Experience // Journal of Cultural Heritage. — 2021. — Vol. 48, Issue 2. — P. 120–130.
3. Кузнецова Е.П. Применение дополненной реальности в туристической сфере // Современный туризм. — 2023. — №1. — С. 32–39.
4. Brown, L. Marketing Tourism with Virtual Reality // Tourism Marketing Quarterly. — 2020. — Vol. 12, Issue 4. — P. 58–66.
5. Petrova A. Balancing Virtual and Real Travel Experiences // International Journal of Tourism Research. — 2022. — Vol. 24, Issue 1. — P. 15–23.
6. Hassan A., Rahimi R. Consuming «innovation» in tourism: Augmented reality as an innovation tool in digital tourism marketing // Global Dynamics in Travel, Tourism, and Hospitality. 2016. 130–147.