VR TEXNOLOGIYALARINING TURISTIK DESTINATSIYALARNI TARG‘IB QILISHDAGI O‘RNI

Xalilova Gulnoza Nurullo qizi

Oriental universiteti o‘qituvchi-stajyori, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil izlanuvchisi (PhD)

gulnoza888894@gmail.com

Toxirova Yulduz Nodirbek qizi

Oriental universiteti “Turizm va mehmondo‘stlik” ta’lim yo‘nalishi 2-bosqich talabasi

yulduztoxirova@gmail.com

Annotatsiya: *Ushbu maqolahozirgi kundagi virtual texnologiyalarni turizm sohasida nechog‘lik ahamiyatliligini o‘rganishda, turistik destinatsiyalarni tahlil qilishda qo‘l keladi.*

Kalit so‘zlar*: VR texnologiya, destinatsiya, targ‘ibot, turistlar oqimi, xalqaro aloqalar, raqamli texnologiyalar, turizm.*

РОЛЬ VR-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Халилова Гулноза Нурулло кизи

Стажёр-преподаватель университета "Ориентал", самостаятельный соискатель (PhD) в Ташкентского государственного экономического университета

gulnoza888894@gmail.com

Тохирова Юлдуз Нодирбек кизи

Студентка 2 курса направления «Туризм и гостеприимство»

Oriental университет

yulduztoxirova@gmail.com

Аннотация: *В данной статье рассматривается значимость современных виртуальных технологий в сфере туризма, а также их роль в анализе и продвижении туристических дестинаций.*

Ключевые слова: *VR-технологии, дестинация, продвижение, туристический поток, международные связи, цифровые технологии, туризм.*

THE ROLE OF VR TECHNOLOGIES IN PROMOTING TOURIST DESTINATIONS

Khalilova Gulnoza Nurullo qizi

Teacher-intern at Oriental University, independent researcher (PhD) at Tashkent State University of Economics

gulnoza888894@gmail.com

Toxirova Yulduz Nodirbek qizi

2nd-year student, "Tourism and Hospitality" program Oriental University

yulduztoxirova@gmail.com

Abstract: *This article examines the significance of modern virtual technologies in the field of tourism and highlights their importance in analyzing and promoting tourist destinations.*

Keywords: *VR technology, destination, promotion, tourist flow, international relations, digital technologies, tourism.*

KIRISH

Hozirgi kunda zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi turizm sohasiga ham sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Xususan, virtual reallik (Virtual Reality – VR) texnologiyalari turistlarni jalb qilish, turistik mahsulotlarni reklama qilish va destinatsiyalarni global miqyosida targ'ib etishda muhim vositaga aylanmoqda. VR texnologiyasi foydalanuvchiga real muhitga o'xshash sun'iy muhitni yaratib, u yerda virtual tarzda harakatlanish imkonini beradi. Bugungi kunda turizm marketingida VR innovatsion texnologiyasi keng

qo‘llanilmoqda. Turizm sanoatida raqobatning kuchayishi destinatsiyalarni samarali targ‘ib qilish usullarini izlashni talab etmoqda. An’anaviy reklama usullari – broshyuralar, videolar yoki fotosuratlar – turistlarda to‘liq tasavvur hosil qila olmaydi. VR texnologiyalari esa sayohatni oldindan “sinab ko‘rish” imkonini yaratadi. Shu sababli ushbu maqolada VR texnologiyalarining turistik destinatsiyalarni targ‘ib qilishdagi o‘rni, afzalliklari, amaliy qo‘llanishi va istiqbollari tahlil qilinadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Virtual reallik (**VR**, inglizcha: *virtual reality*, *VR*, *sun’iy haqiqat*) – texnik vositalar yordamida yaratilgan, insonga uning his-tuyg‘ulari orqali uzatiladigan dunyo: ko‘rish, eshitish, teginish va boshqalar [1]. Virtual reallik muhitida ishlash yengillik, tezlik bilan birga o‘yin xarakteriga ega, unda mashinadan foydalanuvchi virtual olamga o‘tkaziladi: virtual obyektlarning ta’siri inson tomonidan xuddi «odatdagi» reallik kabi qabul qilinadi. Aynan virtual reallikning mana shunday interaktiv imkoniyatlari shu darajada ahamiyatli bo‘lib borishiga olib kelmoqda [2].

VR texnologiyalarining asosiy xususiyatlari:

- Immersivlik (to‘liq sho‘ng‘ish hissi);
- Interaktivlik;
- Real vaqt rejimida tajriba olish;
- Vizual va audio effektlarning uyg‘unligi.

Turizm ta’limi bo‘yicha tadqiqotchilar Sarp T. Kumlu va Emrah Ozkul VR texnologiyasi talabalar bilimini o‘zlashtirishda video yoki oddiy ta’lim vositalariga nisbatan samaraliroq ekanini aniqlagan. Ularning fikricha, VR talabalarning o‘rganishga bo‘lgan qiziqishini va eslab qolish darajasini oshiradi [3].

Ushbu xususiyatlar turizm marketingi uchun ayniqsa muhim hisoblanadi, chunki turistlar sayohat qilishdan oldin manzil haqida maksimal darajada tasavvurga ega bo‘lishni istaydi.

METODOLOGIYA

Mazkur maqolada tahlilning kuzatuv, statistik, taqqoslama usullaridan

foydalanildi xorijiy hamda mahalliy olimlarning fikr va mulohazalari tahlil qilindi.

TAHLIL VA NATIJALAR

So‘nggi yillarda ko‘plab mamlakatlar VR texnologiyalarini turizmni rivojlantirish strategiyasiga kiritmoqda. Virtual ekskursiyalar muzeylar, tarixiy obidalar, mehmonxonalar va tabiiy maskanlarni namoyish etishda keng qo‘llanilmoqda. Masalan:

- Virtual muzey sayohatlari;
- Mehmonxona xonalarining 360° ko‘rinishi;
- Shahar bo‘ylab virtual sayr;
- Madaniy meros obyektlarini raqamli rekonstruksiya qilish.

Bu usullar turistlarga safar rejasini aniqroq tuzish imkonini beradi. Ayniqsa pandemiya davrida VR texnologiyalari turizmni onlayn shaklda targ‘ib qilishning samarali vositasi bo‘lib xizmat qildi. VR texnologiyalarining asosiy ustunliklari quyidagilardan iborat:

Birinchidan, hissiy ta’sir kuchi yuqoriligi. Oddiy reklama materiallariga nisbatan VR tajribasi inson xotirasida uzoqroq saqlanadi. Tadqiqotlarga ko‘ra, virtual tajribani boshdan kechirgan foydalanuvchilar real sayohat qilish ehtimoli yuqori bo‘ladi.

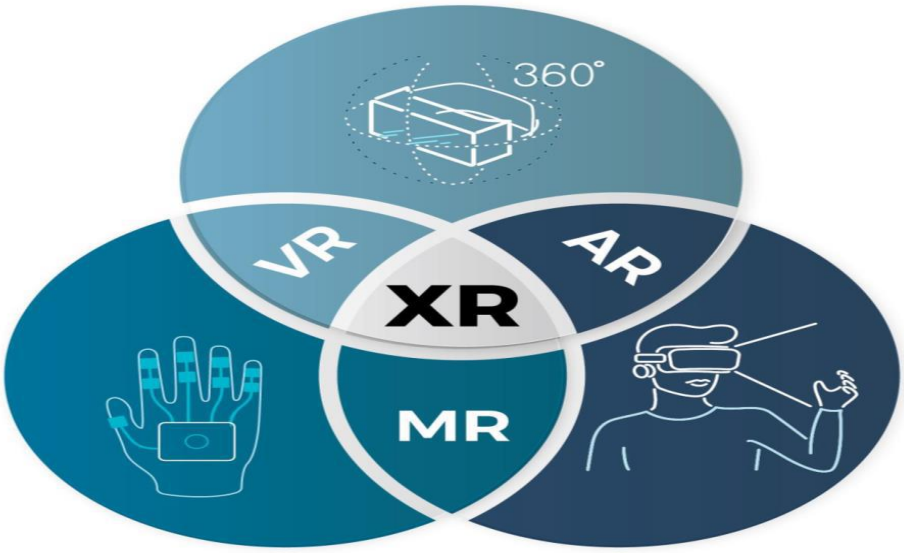
Ikkinchidan, marketing samaradorligi oshadi. Turistlar manzilni virtual tarzda ko‘rib chiqib, qaror qabul qilishni osonlashtiradi. Bu esa turistik kompaniyalar uchun konversiya darajasini oshiradi.

Uchinchidan, xarajatlarni kamaytirish imkoniyati mavjud. Har bir turistni bepul tanishtiruv safariga olib borish o‘rniga virtual tur orqali destinatsiya haqida ma’lumot berish mumkin.

To‘rtinchidan, inklyuzivlikni ta’minlaydi. Harakatlanish imkoniyati cheklangan shaxslar ham VR yordamida dunyo bo‘ylab sayohat qilgandek tajriba orttirishi mumkin.

Dunyoning ko‘plab davlatlari VR texnologiyalaridan faol foydalanmoqda. Masalan, Buyuk Britaniyada muzeylarning virtual turlari yaratilgan bo‘lib, foydalanuvchilar uyidan chiqmasdan eksponatlarni tomosha qilishi mumkin.

Yaponiya turizm agentliklari esa tarixiy joylarning VR rekonstruksiyalarini ishlab chiqqan. Shuningdek, mehmonxonalar ham VR dan marketing vositasi sifatida foydalanmoqda. Potensial mijoz mehmonxonaga borishdan oldin xona, restoran va xizmatlar bilan virtual tanishadi. Bu esa bron qilish ehtimolini oshiradi. Quyidagi rasmda VR va uning turlari haqida ma’lumotlar keltirilgan:



1-rasm: VR va uning turlari[1]

VR (Virtual Reallik - Virtual Reality)**:** Foydalanuvchini to‘liq sun’iy dunyoga "tushiradi". Maxsus dubulg‘alar (masalan, Meta Quest 2) orqali real dunyo ko‘rinmaydi.

AR (Boyitilgan Reallik - Augmented Reality)**:** Real dunyo ustiga raqamli ma’lumotlarni (tasvir, 3D modellar) qo‘shadi. Telefon kamerasi yoki maxsus ko‘zoynaklar orqali ishlaydi (masalan, ARKit yoki ARCore).

XR (Kengaytirilgan Reallik - Extended Reality)**:** VR, AR va MR (Mixed Reality - Aralash Reallik) texnologiyalarini birlashtirgan soyabon atama.

MR (Aralash Reallik - Mixed Reality): ARning ilg‘or shakli bo‘lib, virtual obyektlar real dunyo bilan o‘zaro ta’sir qiladi (masalan, stol ustida virtual to‘pning dumalashi) [4].

Jahon VR (virtual reallik) bozorining hajmi 2024-yilda 21,1 mlrd dollar, garnituralar bozori esa 12,7 mlrd dollarga yetdi.

[1] M. Mahmudova, X. Karabayeva, T. Ibragimova. Ta’limda VR va AR texnologiyalarini qo‘llashning afzalliklari hamda kamchiliklari/// Science and pedagogy in the modern world: problems and solutions// Vol. 2. Issue 7.

O‘sish dinamikasi: 2034-yilgacha bo‘lgan davrda bozorning o‘rtacha yillik o‘sish sur’ati (CAGR) 26,2 % ni tashkil etishi kutilmoqda [5].

XULOSA VA TAKLIFLAR

Virtual reallik texnologiyalari turistik destinatsiyalarni targ‘ib qilishda innovatsion va samarali vosita hisoblanadi. U turistlarga sayohatni oldindan his qilish imkonini berib, marketing samaradorligini oshiradi hamda turizm raqobatbardoshligini kuchaytiradi. Kelajakda VR texnologiyalarining rivojlanishi turizm industriyasini yanada raqamlashtirishi va yangi tajribalar yaratishi kutilmoqda.

O‘zbekiston boy tarixiy-madaniy merosga ega davlat bo‘lib, VR texnologiyalari orqali Samarqand, Buxoro va Xiva kabi shaharlarni global miqyosda targ‘ib qilish imkoniyati mavjud. 3D modellashtirish orqali tarixiy obidalarni virtual ko‘rinishda namoyish qilish xorijiy turistlar qiziqishini oshiradi. Kelajakda quyidagi yo‘nalishlarni rivojlantirishni taklif sifatida kiritishimiz mumkin:

- Virtual ipak yo‘li sayohatlari;
- AR/VR asosidagi muzey ekspozitsiyalari;
- Turizm ko‘rgazmalarida VR stendlar;
- Ta’limiy virtual ekskursiyalar.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. https://uz.wikipedia.org/wiki/Virtual_reallik

2. Sanaqulov, A. (2021). Ҳозирги давр фани ва фалсафасида виртуал реаллик муаммоси. *Заҳириддин Муҳаммад Бобур номидаги Андижон Давлат университети илмий хабарномаси*.

3.https://digitalcommons.usf.edu/m3publishing/vol5/iss2021/16/?utm_source=chatgpt.com

4. https://newsroom.arm.com/blog/xr-ar-vr-mr-difference

5. https://www.tadviser.ru/index.php