

А.А.Абдувалиев

Исследователь Самаркандского институт экономики и услуг

Республика Узбекистан

**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГЕО
ИНФОРМАЦИОННОЙ МОДЕЛИ ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИФФОРМАЦИИ**

Аннотация: Статья посвящена разработке концептуальных направлений геоинформационной модели туризма в условиях цифровизации экономики.

Ключевые слова: цифровизация экономики, туризм, электронное правительство, геоинформационная модель цифровой экономики, онлайн, ИКТ и цифровые услуги.

A.A. Abduvaliev

Researcher, Samarkand Institute of Economics and Services

The Republic of Uzbekistan

**CONCEPTUAL DIRECTIONS OF THE GEO INFORMATION
MODEL OF TOURISM IN THE CONTEXT OF ECONOMIC
DIFFORMATION**

Abstract: The article is devoted to the development of conceptual directions of the geoinformation model of tourism in the context of the digitalization of the economy.

Key words: digitalization of the economy, tourism, e-government, geoinformation model of the digital economy, online, ICT and digital services.

Вступление. Информатизация, являющаяся одним из современных условий развития современного мира, связана с быстрой и правильной реализацией стратегий электронного правительства и цифровой

экономики. Цифровизация экономики внесена в перечень актуальных вопросов в систематической и качественной реализации социально-экономических изменений в обществе, а также в повышении эффективности производства и услуг. В течение следующего десятилетия глобальный переход от традиционной экономики к цифровой, связанный с промышленной революцией, ускорился. Поэтому концепция цифровой экономики выдвигается в текущем стратегическом развитии Узбекистана.

Цифровая революция, которая возникает как новый этап экономического и технологического развития, быстро меняет жизнь человечества, создавая широкие возможности, она открыла период дальнейшей интенсификации международной конкуренции.

Внедрение цифровых технологий сформирует основные тенденции развития туризма, а это за счет снижения транзакционных издержек и повышения осведомленности об цифровых сервисах и участниках платформы все больше затрагивает практически все компоненты туристического продукта. Повышение рентабельности технологий оцифровки в туризме, постепенный переход традиционных участников рынка на онлайн-рынок, создает необходимые условия для замещения соответствующих финансовых потоков.

Анализ соответствующей литературы.

Новые направления социально-экономического развития современных стран, прежде всего состоит из инновационной экономики, основанная на идее Й. Шумпетера, тенденции развития постиндустриального общества, по мнению американского ученого Д. Белла, теория экономики знания или креативной экономики Дж. Хокинса, отраслевая экономика, выдвинутая в концепциях Ю. Банклера в его научном труде «Цифровая экономика» и цифровой экономики, представленная Д. Тепскоттом.

Методология исследования

Методология исследования - разработка концептуальных направлений геоинформационной модели туризма в условиях цифровизации экономики.

Анализ и результаты

Совершенствование информационно-коммуникационных технологий характеризуется процессами информатизации современного общества и массового распространения. Информационные технологии - это сбор данных для получения новой и качественной информации о состоянии объекта, процесса или события, в котором используется набор инструментов и методов обработки и передачи. Поэтому сегодня во всех секторах и отраслях экономики, в частности, формирование геоинформационных систем играет важную роль в развитии туристической индустрии, использовании всего потенциала отрасли.

Географические информационные системы используют информацию, распределенную по регионам, там, где есть потребность в региональной оценке, она присутствует в научной и практической деятельности. Сегодня технологии GAT все чаще используются в процессе использования туризма и туристических ресурсов, а также на объектах туристической индустрии. Однако на сегодняшний день Узбекистан не имеет больших достижений в сфере туризма.

Мировой опыт показывает, что успех любого туристического агентства зависит от времени, потраченного на оказываемые и предоставляемые клиентам услуги. В этом случае преуспеют только компании, которые предоставляют все услуги онлайн. Оформление документов в этом случае организовано для клиентов таким образом, что обмен информацией между турагентом и туроператором происходит напрямую, правда, на практике *онлайн-работа* в Узбекистане недостаточно организована.

Полезно использование геоинформационных систем в качестве решения этой проблемы. Полная свобода и безопасное хранение данных

высокого уровня гарантирует совместную работу обеих систем. Самое главное, что всю работу можно делать *онлайн*. В то же время служба бронирования, служба бронирования, в которую входят несколько участников, повысит эффективность туризма.

Исследования показывают, что подходы к определению понятия геоинформационных систем в сфере туризма различны, что, в свою очередь, свидетельствует о многогранности данной экономической категории. В результате анализа специализированной научной литературы мы полагаем, что географические информационные системы в туризме являются одной из систем, объединяющих все данные, имеющих широкий формат, способных полностью освещать события в процессе анализа и широко используемых. на мезо- и макроуровнях информационных технологий.

Сегодня туризм - это обычная сфера применения геоинформационных технологий. Решить следующие задачи для регионов Узбекистана, которые в настоящее время обладают богатым историко-культурным наследием, уникальным туристическим и природным потенциалом: учитывать природные и историко-культурные памятники региона, туристические предприятия и туризм; анализ туристических потоков; необходимо сформировать разностороннюю практическую геоинформационную систему, которая поможет планировать развитие региона. Одной из важнейших задач при формировании геоинформационной системы в управлении туризмом является сбор и представление информации о туристско-рекреационном потенциале региона. Следует отметить, что в настоящее время существует потребность в совершенствовании методологической базы для оценки туристских ресурсов и сбора данных.

Внедрение инновационных технологий в туризме помогло улучшить качество услуг, а также автоматизировать и оптимизировать технологические процессы. Благодаря цифровым возможностям сети

работа стала работать быстро и в течение дня, при этом появилась возможность существенно сэкономить человеческие, временные и финансовые ресурсы. Современная туристическая организация, использующая в своей деятельности информационные, цифровые и инновационные технологии, успешно и прибыльно ведет свою работу, закладывая основу для будущего. С внедрением цифровых технологий в туристический бизнес произошли значительные изменения в деятельности туристических предприятий за счет экономии человеческих ресурсов, времени и денег.

Сегодня индустрия туризма - это интенсивная информационная деятельность, в процессе покупки туристического продукта у туристических агентств и турагентств нет возможности представить и рассматривать его как материальный продукт. Обычно они покупают товар заранее и в стране, удаленной от места потребления. Рынок туризма будет зависеть от описаний, представлений, средств связи и передачи информации о туристическом продукте, предлагаемом туроператором. Сегодня туристический рынок - это коммуникационный центр, соединяющий различные услуги. Производителей туристической продукции связывают не услуги и платежи, а современные информационные потоки между ними.

Такие услуги, как ночевка в отелях, аренда автомобилей, туристические пакеты и бронирование самолетов, также будут недоступны до тех пор, пока они не будут проданы путешествующим потребителям. Вся информация о стоимости, ценах и качестве этих услуг передается и используется потребителю с помощью ИКТ-технологий. Благодаря этому в современном туристическом бизнесе геоинформационные технологии ИКТ остаются неотъемлемой частью туристических фирм и гостиничного бизнеса. Индустрия туризма становится одним из наиболее часто используемых секторов географических информационных систем в

современном процессе цифровизации. Имея это в виду, мы разработали следующие концептуальные направления геоинформационной модели туристической индустрии.

1- рисунок. Концептуальные направления геоинформационной модели туризма

Как видно на Рисунке 1, концептуальные направления геоинформационной модели индустрии туризма являются основным информационным звеном в индустрии туризма. Обеспечивается не общение между производителями туристических услуг или товаров, а поток информации, потому что услуги и платежи не отправляются по адресу, а только информация о них передается в электронном виде.

Направления и компоненты этого модуля позволяют выполнять следующие операции:

Программное обеспечение GAT - это механизм, который выполняет функции GAT в сочетании с информацией, программным обеспечением, документацией по программному обеспечению и другими видами поддержки.

Информационная поддержка GAT состоит из взаимосвязанных баз данных, классификаторов, правил числового описания, форматов представления данных и набора соответствующих документов.

Компонент правового обеспечения состоит из набора норм, регулирующих правоотношения принятия решений при создании и использовании GAT.

Компонент технической поддержки GAT - это набор технических инструментов, используемых для реализации функциональных возможностей GAT, включая средства ввода, обработки, хранения и передачи информации; В результате исследования был определен ряд направлений повышения эффективности туристского потенциала с использованием компонентов, обеспечивающих функционирование геоинформационной системы в концептуальных направлениях геоинформационной модели туризма.

поддерживать всеобъемлющую базу данных, необходимую для создания цифровых электронных форм основных и дополнительных туристических услуг в рамках открытого экономического ГАТ;

формирование их базы данных с целью ведения обязательного реестра объектов туристской индустрии и туристских ресурсов;

возможность оперативно реагировать на любую ситуацию в регионе, получая всю необходимую картографическую и тематическую информацию по туристическому направлению;

создание и развитие сервисов дополненной реальности для передвижения по выставочным городам и объектам (музеи, выставочные центры, художественные галереи и др.) для повышения привлекательности туристических объектов и повышения эффективности использования туристических ресурсов;

мониторинг различных социально-экономических событий и явлений в туризме;

продвижение регионального туристического продукта на зарубежных туристических рынках и формирование его туристического имиджа через геоинформационную систему;

разработка региональной географической информационной системы для развития туризма.

Выводы и предложения

Индустрия туризма Узбекистана - одна из наиболее широко используемых информационных и коммуникационных технологий и оснащена новейшими компьютерными технологиями. Все зависит от характера носителей данных, и все более цифровая трансформация общества ведет к оцифровке как информации, так и носителей информации.

ГАТ - это комплексная сеть, которая координирует деятельность в области экономики, бизнеса, экологии, спортивных и образовательных

поездов, экскурсий, круизов, гостиничных и ресторанных услуг, недвижимости и страхования, здравоохранения и удовлетворяет потребности туристов в этих услугах в соответствии с международными стандартами.

Поэтому для повышения эффективности использования информационных технологий в развитии туризма в условиях цифровой экономики все структуры туристического рынка - туроператоры, турагенты, крупные гостиничные комплексы и частные отели, санатории, курорты, автотранспортные компании, авиакомпании, глобальные системы бронирования, туристический бизнес и другие туристические услуги, интеграция услуг музеев и предприятий культуры и отдыха в единую географическую информационную систему (GAT).

В современном туристическом бизнесе геоинформационные технологии ИКТ остаются неотъемлемой частью туристических фирм и гостиничного бизнеса. Индустрия туризма становится одним из наиболее часто используемых секторов географических информационных систем в современном процессе цифровизации. Имея это в виду, мы разработали концептуальные направления геоинформационной модели туристической индустрии, а также возможность выполнения операций, обеспечивающих направления и компоненты этой модели.

Использованная литература

1. Шумпетер. Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2007.862 с.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999.956 с.
3. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Penguin, 2001.
4. I.S. Tukhliev, S.A.Abduxamidov, A.N. Muhamadiev. Features of the Use of Digital Technology in the Development of Geographic Information

Systems in Tourism. Journal of Advanced Research in Dynamical and Control
Systems – JARDCS. Pages: 2206-2208. DOI:
10.5373/JARDCS/V12SP7/20202345 Volume 12 | 07-Special Issue (Скопус)

5. Tuxliyev I.S., Hayitboyev R. va boshq. “Turizm asoslari”. Darslik. T.:
“Fan va texnologiya”, 2014 y.