

# **КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ВЗАИМОЗАВИСИМОСТИ ЦИФРОВОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН НА РАЗНЫХ УРОВНЯХ**

*Юсупова Мехрибон Уктамовна*

*Начальник планово-финансового отдела,*

*ассистент кафедры «Узбекский язык и социальные дисциплины»*

*Ургенчского филиала Ташкентского университета информационных  
технологий имени Мухаммада ал Хорезми*

**Аннотация:** Цифровые технологии оказывают все более значительное влияние на туристическую индустрию, трансформируя способы взаимодействия между туристами, поставщиками туристических услуг и туристическими направлениями. Данная концептуальная модель рассматривает взаимозависимость цифрового туризма на индивидуальном, организационном и общественном уровнях, демонстрируя ключевые факторы, процессы и взаимосвязи, определяющие развитие этой динамичной сферы.

**Ключевые слова:** туризм, цифровой туризм, инфоструктура туризма, экономика услуг, цифровая экономика

## **CONCEPTUAL MODEL OF INTERDEPENDENCE OF DIGITAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN AT DIFFERENT LEVELS**

**Yusupova Mehribon Uktamovna**

**Head of Planning and Financial Department,**

**assistant at the department of “Uzbek language and social disciplines”**

**Urgench branch of the Tashkent University of Information**

**Technologies named after Muhammad al Khorezmi**

**Abstract:** Digital technologies are having an increasingly significant impact on the tourism industry, transforming the way tourists, tourism providers and destinations interact. This conceptual model examines the interdependence of digital tourism at the individual, organizational and societal levels, demonstrating the key factors, processes and relationships that shape the development of this dynamic field.

**Keywords:** tourism, digital tourism, tourism info structure, service economy, digital economy

Введение

В нашей стране ведется большая работа по развитию современных информационно-коммуникационных технологий, созданию комплексной системы предоставления электронных государственных услуг, внедрению новых механизмов коммуникации государственных органов и населения. Помимо внедрения инноваций в систему экономических отношений, он определил необходимость создания цифрового пространства в Узбекистане и проведения научных исследований цифровой экономики с экономической и социальной точки зрения. Более того, сегодня вопрос внедрения и совершенствования цифровой экономики становится приоритетной и важной задачей каждой развивающейся страны.

Являясь одним из крупнейших туристических направлений Центральной Азии, наша республика имеет большой потенциал в развитии этого сектора экономики. На современном этапе одной из тенденций развития мировой туристической отрасли является развитие интернет-технологий, иными словами, современное развитие туризма происходит в условиях цифровой экономики. То есть процесс цифровизации не обошёл туристическую отрасль, как и многие другие отрасли. Широкое использование веб-ресурсов потенциальными туристами привело к появлению цифрового туризма, развитию интеллектуальных веб-сервисов

для разработки рекомендаций, помогающих клиентам определять направления путешествий и принимать туристические решения.

Например, поднятие туризма на стратегический уровень в экономике республики, диверсификация внутренних туристических услуг и резкое увеличение их размеров, создание необходимых условий для ознакомления граждан с туристическим потенциалом нашей страны, повышение качества предоставляемых туристических услуг и повышение их конкурентоспособности. На мировых рынках субъекты предпринимательской деятельности, работающие в сфере туризма, используют электронные платформы и мобильные приложения с целью создания дополнительных возможностей для быстрого развития инфраструктуры современных услуг [1].

Анализ литературы по теме Развитие передовых информационных технологий и телекоммуникационных систем привело к цифровизации туристического сектора. По этому поводу свое мнение высказали многие ученые мира. Например, Абовд Г. и другие ученые (1997) подчеркивали важность использования мобильного гида, установленного на смартфоне во время путешествия [2], Ardissono L. и др. (2003) утверждали, что цифровая поддержка до, во время и после туристической деятельности представляет собой системы рекомендаций, которые позволяют найти подходящее жилье во время путешествия [3]. Уриели Н. (2005) написал в своей статье, что с помощью технологий цель состоит в дальнейшем улучшении качества или уровня туристического опыта [4]. Де Кэрolis Б. и другая группа ученых (2009) отметили, что туристы используют различные инструменты и решения, такие как интерактивные карты, туристические помощники в процессе осмотра достопримечательностей, поиска сувениров и покупок, и что эти инструменты и подходы означают проектирование в области цифрового туризма. [5]. Цифровой туризм подразумевает использование информационно-коммуникационного инструмента, ИТ-решения,

помогающего удовлетворить потребности туристов и повышающего конкурентоспособность организаций и предприятий в сфере туризма [6].

Одним из зрелых экспертов в области цифрового туризма является Дмитрий Бухалис, профессор Борнмутского университета в Великобритании, который подчеркивает, что цифровой туризм — это то же самое, что электронный туризм, а умный туризм — это цифровизация цепочек услуг [7].

В результате анализа литературы в этой области мы считаем, что цифровой туризм – это использование цифровых инструментов в процессах планирования, организации, контроля и получения удовольствия от поездки, при котором совокупность электронных услуг, предоставляемых путешественникам до, во время и после поездки имеет большое значение [8].

**Методология исследования.** Методология, использованная в данном исследовании, была основана на изучении литературы по теме и ее анализе. Мы использовали метод комплексного обзора литературы.

В ходе исследования были изучены предыдущие и текущие исследования, посвященные цифровизации секторов экономики, цифровому туризму и электронному туризму. Были изучены лекции, материалы конференций, интернет-публикации и журналы, а также новая литература по теме и информация о перспективных проектах, использованы такие методы, как анализ, синтез, критическое мышление и обобщение. Анализ и результаты Туристический потенциал Республики Узбекистан стремительно развивается.

Текущее состояние туристической отрасли во многом зависит от подключения к Интернету, электронных транзакций и услуг, предоставляемых через сеть, и в связи с этим расширение использования цифровых решений является необходимым условием адаптации туристических предприятий к потребностям бизнеса. Понятно, что аналогичная ситуация происходит и в других отраслях экономики, но следует отметить, что туристическая отрасль отличается от других отраслей своей

уникальностью, поэтому здесь возрастает необходимость использования интернет-технологий.

По данным компании Internet Live Stats, сегодня около 5,3 миллиарда человек в мире имеют доступ к интернет-ресурсам. За один день ими отправляется более 178 миллиардов электронных писем, в Google выполняется более 5,5 миллиардов поисковых запросов, в Twitter отправляется более 549,5 миллионов сообщений, на Youtube просматривается более 5,2 миллиардов видео, более 63,7 миллионов фотографий. публикуются в Instagram, загружаются, и, что интересно, эти цифры растут с каждым днем [9]. При этом пользователями Интернета являются люди разного возраста, достатка и социального статуса.

Интересно отметить, что среди активных пользователей интернет-ресурсов с каждым годом увеличивается количество людей старшего возраста, которые общаются в социальных сетях и используют Интернет для поиска информации. В соответствии с мировой тенденцией общее количество пользователей Интернета в Узбекистане превысило 27,2 миллиона человек. Число пользователей мобильного Интернета составляет 25,3 миллиона человек. На сегодняшний день 95 процентов жилых территорий покрыты мобильным интернетом, 54 процента домохозяйств имеют доступ к высокоскоростному Интернету [10]. Также увеличивается количество базовых станций мобильной связи и ускоряется пропускная способность международной сети передачи данных.

Показатели цифровизации экономики нашей страны свидетельствуют о необходимости развития цифрового туризма в Узбекистане. Продолжается конкретная целенаправленная работа по ускоренному развитию туризма, созданию соответствующей инфраструктуры для туристов, дальнейшему повышению качества услуг, эффективному использованию туристского потенциала регионов, созданию новых рабочих мест, увеличению производства национальных туристических продуктов. На наш взгляд, для

дальнейшего развития туризма в Узбекистане вместе с необходимой туристической инфраструктурой необходимо совершенствовать туристическую информационную структуру.

Прежде чем выбрать туристическое направление, турист самостоятельно получит подробную информацию об этом месте в Интернете (даже посредством 360-градусных и панорамных видов), купит электронные авиабилеты (железнодорожные, автобусные) билеты на удобные маршруты, отель по своему желанию, без выходя из дома, выбирает один из видов из предложений множества интернет-порталов, просматривая рекомендации и комментарии подобных туристов в социальных сетях, выражают свое мнение и во время поездки достигают максимального удовлетворения за счет эффективного использования онлайн и оффлайн карт, таких как Google Maps, Maps.me, сервисов геолокации, мобильных приложений и т. д. Технологии QR-кода. Цифровые туристические услуги могут предоставить советы по поиску подходящего жилья, чтобы помочь путешественнику спланировать свой маршрут.

Цифровые технологии оказывают все более значительное влияние на туристическую индустрию, трансформируя способы взаимодействия между туристами, поставщиками туристических услуг и туристическими направлениями. Данная концептуальная модель рассматривает взаимозависимость цифрового туризма на индивидуальном, организационном и общественном уровнях, демонстрируя ключевые факторы, процессы и взаимосвязи, определяющие развитие этой динамичной сферы.

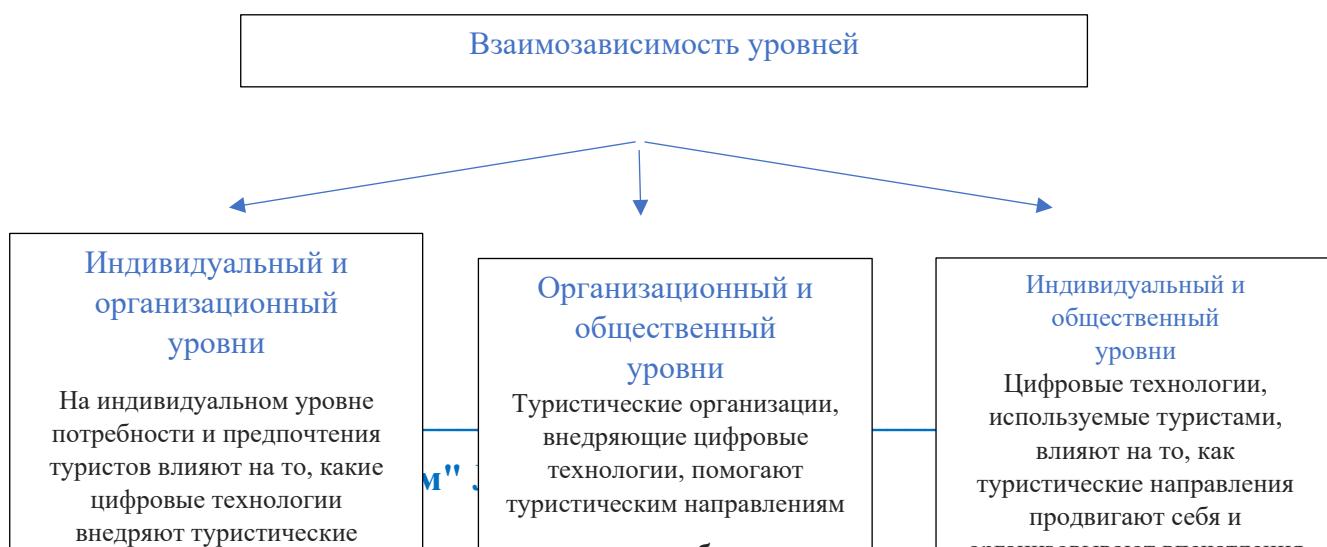




Рисунок 1. Концептуальная модель взаимозависимости цифрового туризма на разных уровнях [11]

На индивидуальном уровне цифровые технологии предоставляют туристам широкие возможности для поиска, планирования и бронирования поездок.

Современные путешественники используют мобильные приложения, онлайн-платформы и социальные сети для получения информации, сравнения вариантов и обмена отзывами. Это позволяет им более эффективно и персонализировано удовлетворять свои потребности, что в свою очередь повышает их удовлетворенность и приверженность к туристическим брендам.

На организационном уровне цифровые технологии помогают туристическим компаниям повышать эффективность своей деятельности. Они автоматизируют внутренние процессы, оптимизируют цепочки поставок, персонализируют предложения и улучшают взаимодействие с клиентами. Кроме того, использование аналитики больших данных позволяет организациям лучше понимать потребности и предпочтения потребителей, что способствует разработке более востребованных продуктов и услуг.

На общественном уровне цифровые технологии оказывают влияние на туристические направления, помогая им привлекать больше посетителей, улучшать инфраструктуру и предоставлять более качественные услуги.

Использование онлайн-платформ и мобильных приложений позволяет туристическим направлениям эффективнее продвигать себя, предоставлять актуальную информацию и организовывать более комплексные впечатления для гостей.

Целесообразно определить следующие приоритеты развития цифрового туризма в нашей стране:

а) Развитие туристско-информационной инфраструктуры совместно с туристской инфраструктурой.

б) в целях повышения сегодняшней конкурентоспособности специалистов и сотрудников туроператоров и турагентов, отелей и ресторанов, транспортных и других обслуживающих туристических предприятий в нашей стране, цифровой маркетинг, возможности электронного бизнеса, GoogleAnalytics, Яндекс, Метрика, Социальные сети, Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, необходимо обеспечить регулярное участие местных экспертов и иностранных экспертов в образовательных семинарах и тренингах по цифровым знаниям и современным информационным технологиям, таким как маркетинг по электронной почте, мобильный маркетинг (QR-код, мобильный приложение), инновационные методы интернет-рекламы. В результате сотрудники, получившие в ходе тренингов современные знания, могут выявить недостатки в своей деятельности, устранить их, а также разработать перспективные практические рекомендации и предложения по дальнейшему развитию своего направления.

в) В целях ликвидации отсталости туристических предприятий, организаций и учреждений в сфере экономического отношения и управления необходимо преобразовать их деятельность (в режиме on-line) посредством общения с потребителями, внедрения новых форм электронных расчетов.

г) Поддержка научных исследований, практических исследований, создание учебников, учебных пособий и руководств по развитию цифрового



туризма в Узбекистане послужит дальнейшему совершенствованию этой области. Цифровизация в туризме заставляет туристический бизнес быть не только гибким к событиям современности, но и более конкурентоспособным в развивающемся «цифровом мире».

Развитие цифрового туризма в нашей стране обеспечит большие удобства и выгоды для наших клиентов и, в свою очередь, поможет владельцам туристических предприятий обеспечить более высокий доход.



Рисунок 2. Ключевые факторы успеха

**Заключение:** Цифровая трансформация туризма оказывает существенное влияние на все уровни – от индивидуального до общественного. Эффективное внедрение цифровых технологий, ориентированное на потребности туристов и повышение эффективности бизнеса, становится ключевым фактором успеха в современной туристической индустрии. Дальнейшее развитие этих технологий, персонализация предложений и создание интегрированных экосистем определяют перспективы роста и конкурентоспособности отрасли.

#### Список использованной литературы

1. Постановление Президента Республики Узбекистан от 30.04.2022 № PQ-232 «О дополнительных мерах, связанных с диверсификацией услуг внутреннего туризма». <https://lex.uz/docs/5991928>
2. Abowd GD, Atkeson CG, Hong J, Long S, Kooper R, Pinkerton M (1997) Cyberguide: a mobile context-aware tour guide. *Wireless Networks* 3, 5, pp 421–433
3. Ardissono L, Goy A, Petrone G, Segnan M, Torasso P (2003). Intrigue: personalized recommendation of tourist attractions for desktop and handset devices. *Applied artificial intelligence, special issue on artificial intelligence for cultcommunities of agents*
4. Uriely Natan (2005) The tourist experience: conceptual developments. *Ann Tour Res* 32(1):199–216
5. De Carolis B, Novielli N, Plantamura V, Gentile E (2009) Generating comparative descriptions of places of interest in the tourism domain. In *Proceedings of the third ACM conference on recommender systems (RecSys '09)*. ACM, New York, pp 277–280
6. Benyon, D., Quigley, A., O'Keefe, B., & Riva, G. (2014). Presence and digital tourism. *AI & society*, 29(4), 521-529.
7. Buhalis, D. (2003): eTourism: Information technology for strategic tourism “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali <http://iqtisodiyot.tsue.uz/journal> 413 management, Pearson (Financial Times/Prentice Hall), London ISBN 0582357403.
8. Хуррамов О.К. Цифровой туризм. Учебник. Бухара: «Садриддин Салим Бухари» Дурдона, 2021. С. 16.
9. Каюмович К. О. и др. Направления совершенствования цифрового туризма и туристической информационной структуры в Узбекистане //Журнал критических обзоров. - 2020. - Т. 7. – нет. 5. - С. 366-369.

10. Навруз-Зода Б. Н., Хуррамов О. К. Роль информационных технологий в цифровом туризме // Международное научное обозрение проблем экономики, финансов и менеджмента. - 2020. - С. 22-36.
11. Хуррамов О.К. Перспективы развития цифрового туризма в Узбекистане. Научно-практический журнал "Сервис". Выпуск 2 за 2020 год. Б. 34-39
12. <https://www.internetlivestats.com/> веб-страница