

УДК: 65.512

Абдувахидов Абдумалик Махкамович

доктор экономических наук, профессор кафедры «Туризм и сервис»
Ташкентского Государственного Экономического Университета,
(Ташкент, Узбекистан) *abdumalik1957@mail.ru*

Исмаилова Сайера Улугбековна

Докторантка научно-исследовательского института изучения
проблем объектов культурного наследия и развития туризма
(Ташкент, Узбекистан)

ОСОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА

Аннотация: В статье рассматриваются современные тенденции развития туризма: электронный туризм, виртуализация, нишевой туризм, переход от индустрии услуг к индустрии опыта и впечатлений. Изучается роль крупных компаний на рынке онлайн-путешествий.

Ключевые слова: современные тенденции, электронный туризм, виртуализация туризма, нишевой туризм, электронная коммерция, индустрия опыта и впечатлений.

Abstract: The article discusses current trends in tourism development: e-tourism, virtualization, niche tourism, the transition from the service industry to the industry of experience and impressions. The role of large companies in the online travel market is being studied.

Keywords: modern trends, e-tourism, tourism virtualization, niche tourism, e-commerce, experience and impressions industry

Введение.

Современный туризм называют феноменом XX века, а XXI век, по оценкам специалистов, станет веком туризма. Сегодня из 195 государств мира в туризм вовлечены 155 стран, в том числе и наша республика.

Для поддержания тенденций интенсивного развития туризма как глобального социально-экономического явления в современных условиях всеобщей глобализации и ограниченности ресурсов необходимо искать новые подходы к способам удовлетворения постоянно изменяющихся и возрастающих потребностей современных туристов. Важнейшим из таких способов может выступать инновационный подход к процессу функционирования и развития туризма, применение, которого заключается во включении новых факторов производства во все элементы туристской системы, что способно обеспечить непрерывность воспроизводственных процессов в данной отрасли.

В научной статье «Цифровизация туризма: формы проявления» авторов Черевичко Т.В. и Темяковой Т.В. обосновывается актуальность исследования цифровизации туризма. Отмечаются мотивы субъектов туристского рынка к использованию цифровых технологий. Указывается, что цифровизация является новой формой коммуникационного взаимодействия между производителями и потребителями туристических услуг, становясь источником конкурентных преимуществ туристских организаций [1].

В статье Абдуллаевой Ш.Е. и Ибрагимовой Д.А. под названием «Роль цифровой экономики в сфере туризма его характеристики» рассматривается развитие цифровизации в экономике, включая различные изменения в туризме и цифровую трансформацию национальной безопасности. Важность данного исследования заключается в том, что анализируется разнохарактерное воздействие и факторы формирования цифровой экономики на туристическую сферу в регионах [2].

На сегодняшний день ряд авторов придерживаются мнения, что в современных

условиях высокой конкуренции на международном рынке туристских услуг определяющим фактором обеспечения эффективного развития туризма в Узбекистане - выступают нововведения. Однако большинство исследователей рассматривают их применение исключительно в области использования информационных технологий для туристской отрасли.

Вместе с тем малоизученными остаются вопросы выявления источников формирования принципиально новых направлений эффективного развития туризма, а именно той движущей силы, которая определяет необходимость и вектор применения инновационных решений, создавая новые потенциалы для удовлетворения возрастающих потребностей туристов и формирования благоприятных условий обеспечения непрерывности воспроизводственных процессов в туризме.

Методы.

В данной научной статье используется ряд методов исследования, среди которых можно особо выделить теоретический и эмпирический виды анализа.

Посредством теоретического анализа было обработано большое количество теоретической информации на заданную тематику из книг, учебных пособий и доступных материалов в сети интернет. Также было изучено понятие цифровизации и исследованы преимущества и возможные риски реализации. Была доказана значимость процесса цифровизации для улучшения качества туристского впечатления и упрощения большого количества бюрократических процессов.

Эмпирический анализ позволил выявить современные формы цифровизации туризма. К их числу относятся приобретение спроектированных туроператорами туров онлайн, разработка мобильных приложений, полезных для осуществления туристского путешествия, а также разработка единых информационных платформ предназначенных для самостоятельного планирования путешествия туристами.

Кроме того при создании статьи был использован такой метод исследования как сравнительный анализ. В работе также представлена описательная статистика. Произведен анализ текущей ситуации и создан прогноз перспектив развития цифровизации в отрасли туризма на будущее.

Информационной базой исследования являются статистические данные, опубликованные на интернет-сайте Statista Research Department собирающем статистическую информацию по самым разным экономическим отраслям.

Результаты.

Сегодня туризм представляет собой систему как совокупность структурно связанных между собой предприятий, вовлекая в себя все более широкий спектр правовых, организационных, хозяйствующих субъектов. Данный процесс происходит, с одной стороны, под влиянием изменяющихся - потребностей туристов, с другой стороны, обусловлен заинтересованностью предприятий в повышении своей конкурентоспособности и эффективности, что и заставляет их включаться в производственные - процессы, протекающие в туризме, в целом обеспечивая интенсификацию его развития в регионе:

Поскольку современный процесс функционирования и развития системы туризма включает большое количество разнообразных элементов (туристы, инфраструктура туризма, туристские организации и иные структурные образования, а также элементы, деятельность которых направлена на, предоставление услуг туристам в соответствии с их потребностями и возможностями) можно утверждать, что ей присуще такое свойство как сложность структуры системы.

Данное свойство характеризуется многообразием компонентов и связей между ними, а также объемом информации, которая необходима для эффективного управления системой туризма. При этом каждый элемент (компонент) системы может рассматриваться; как подсистема (самостоятельная система) со своим набором элементов. Так, например,

сфера общественного питания - представляет собой отдельную подсистему большой системы туризма и отдельной самостоятельной системой, элементами которой могут быть предприятия питания, транспортные предприятия, заготавливающие предприятия и т.д. Все элементы по отдельности обладают определенным набором качеств. Однако, только их совокупность и наличие между ними связей предполагает возникновение нового, отличного качества, которым характеризуется подсистема в целом.

Таким образом, при изучении процессов включения и взаимодействия различных компонентов в сфере туризма весьма эффективно использование понятия - больших систем. Под большой системой понимается совокупность подсистем постоянно уменьшающегося уровня, сложности вплоть до элементарных подсистем, выполняющих в рамках данной большой системы базовые элементарные функции. В то же время это такая система, в которой число состояний, определяемых состоянием элементов или взаимосвязями между элементами, комбинаторно велико и несчетно.

Как большая система туризм обладает рядом специфических свойств, которые проявляются в процессе его функционирования и развития, а также своевременное изучение и учет которых имеют большое значение при совершенствовании - системы управления туризмом. Одним из таких свойств является - неаддитивность - большая система (туризм как объект исследования) не равна сумме подсистем в нее входящих, при этом свойства элементов (предприятий туризма) отличны от свойств самой системы туризма. Так, например предприятия размещения, и предприятия транспорта можно рассматривать как самостоятельные подсистемы, обладающие своими отличительными характеристиками. Первые предоставляют услуги размещения, ночлег. Вторые - услуги по перевозке пассажиров и грузов. Во взаимодействии друг с другом» они способны оказывать новый вид услуги - трансфер (встреча клиентов гостиницы в аэропорту, на вокзале и перевозка клиентов к месту назначения, а при выезде из гостиницы - наоборот).

Тесное взаимодействие туризма с окружающей его макросредой: политической, экономической, социальной, технологической и т.д., и включение в производство туристских услуг новых факторов, возникающих под влиянием повышающихся потребностей современных туристов, характеризует его как большую открытую систему. При этом, чем полнее туризм отвечает требованиям внешней среды, тем эффективнее его работа. Именно посредством связей с внутренней и внешней средой туризм имеет возможность функционировать и обеспечивать свое развитие.

Стремительный рост электронного позиционирования и продвижения турпродукта привел к появлению понятий «электронный туризм» и «мобильный туризм».

Развитие информационных технологий и телекоммуникаций привело к невероятному росту электронной коммерции. В настоящее время электронная продажа туристических услуг оставила позади продажу книг, музыки и компьютеров. Преобладающее большинство туристских компаний имеют свои электронные офисы и предлагают потребителям полную информацию по всем видам услуг. Перечень продуктов туристических компаний, представленных в режиме онлайн, постоянно расширяется: сегодня он включает групповые и индивидуальные турпакеты по различным видам туризма, круизы, широкий выбор услуг размещения и питания, самые разные дополнительные услуги. Тенденция электронного туризма будущего – создание и продвижение еще более комплексных продуктов.

Рынок онлайн-путешествий включает в себя такие крупные компании, как Booking и Expedia, которые позволяют туристам самостоятельно бронировать туристические услуги онлайн, и туристические веб-сайты, предлагающие отзывы и варианты бронирования поездок, такие как TripAdvisor. Между тем, потребители продолжают искать больше возможностей для использования цифровых технологий во время путешествий. Они могут включать в себя такие опции, как виртуальные туры по желаемому месту назначения или размещению, а также мобильные решения для путешествий, например, использование приложения для знакомства с новыми туристическими достопримечательностями или

регистрации в гостиничном номере. По оценкам Statista's Digital Market Outlook, ожидается, что в 2023 году глобальный доход от приложений для путешествий вырастет на 17 процентов по сравнению с предыдущим годом и составит почти 400 миллионов долларов США.

По информации опубликованной Statista Research Department в августе 2023 года, сегодня Booking.com занимает первое место среди ведущих онлайн-туристических компаний по всему миру с рыночной капитализацией приблизительно в 78,2 миллиарда долларов США. Конкуренты Airbnb, Trip.com, и Expedia следуют за ними по списку. Рыночная капитализация Airbnb, занимающего второе место, составила примерно 54,1 миллиарда долларов США. Данные отображены графически на рисунке 1.

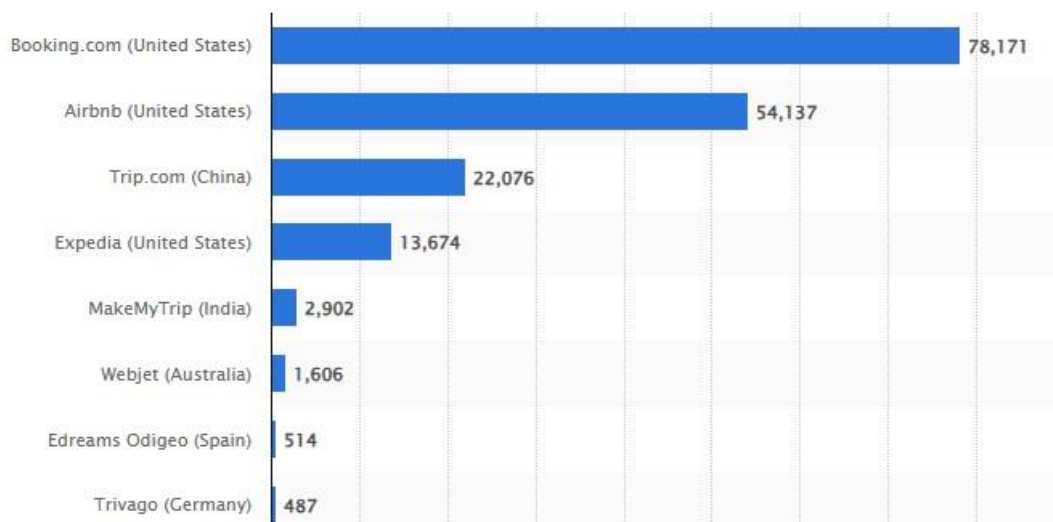


Рисунок 1. Рыночная капитализация ведущих туристических онлайн-компаний по всему миру по состоянию на декабрь 2022 года (в млн. долл. США)¹

Разновидностью электронного туризма является мобильный туризм. Мобильные технологии в виде приложений для мобильных телефонов уже сегодня позволяют пользователям по телефону бронировать авиарейсы, отели, автомобили, находясь в любом месте.

Обсуждение.

Под электронным туризмом понимается не только электронная дистрибуция туристических услуг, но и электронные экскурсии, которые также называют виртуальными.

Туристские компании из разных секторов туризма объединяются с компаниями информационных технологий для своего представительства в сети Интернет. В онлайн переносятся следующие функции турфирм: выбор турпродукта или отдельных услуг, бронирование, предоплата, оплата, аннулирование, перебронирование и другие.

Для продвижения реальных туров и экскурсий, курортов и отелей, тематических парков и музеев турфирмы используют виртуальные путешествия, в которые посетитель интернет-сайта туристических компании, отеля, ресторана может отправиться, находясь у своего домашнего компьютера или с помощью мобильного телефона, находясь в любом месте.

Тенденция виртуализации путешествий приведет к сформированной потребности потенциального туриста сначала опробовать тур или посетить отель виртуально и лишь, затем принимать решение о покупке. Таким образом, виртуализация приведет к

¹ [Top online travel companies by market cap 2022 | Statista](#)

кардинальным изменениям в профилях туристов, природе туристского опыта, характере предпочтений, мотиваций и решений.

Заключение.

Будущее туризма связывают с развитием пищевого туризма, занимающего узкие сегменты рынка путешествий. К нишевому прежде всего относят специализированный туризм, к которым относятся фотографический, кинотуризм, ретротуризм, геотуризм, транспортный, гастрономический, генеалогический туризм. Любое хобби может лечь в основу специализированного путешествия, сформировать спрос на рынке туризма и таким образом занять свою нишу.

Перспективы роста нишевого туризма в будущем, включая диверсификацию специализированных путешествий, связаны с развитием информационного общества, которое производит более опытных, избирательных и требовательных туристов. Именно такие туристы формируют образ и профиль туристов будущего. Они будут стремиться к более индивидуализированному опыту и специализированному туризму, исходя из определенного хобби или условий конкретной дестинации.

Доминирующей тенденцией развития туризма является формирование и развитие туристской индустрии как индустрии опыта и впечатлений. Другими словами, происходит эволюция индустрии, производящей туристических услуги, в индустрию, производящую туристский опыт. Современные путешественники находятся в поиске новых переживаний, эмоций, впечатлений. Туристские услуги имеют ценность, если их цепочка способна обеспечить потребителю получение качественного опыта в туристской дестинации. Ценность туристского опыта в его новизне, уникальности и эксклюзивности. В основе нового туристского опыта – культурное и природное разнообразие дестинаций, необычность ресурсов, самобытность культуры и культурных традиций, креативность и технологичность инфраструктуры, своеобразие, дружелюбие и гостеприимство жителей и туристских кадров.

Список литературы

1. Черевичко Т.В., Т.В. Цифровизация туризма: формы проявления // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2019. №1. <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-turizma-formy-proyavleniya> (дата обращения: 27.09.2023).
2. Абдуллаева Ш.Е., Ибрагимова Д.А. Роль цифровой экономики в сфере туризма и его характеристики. ["raqamli iqtisodiyot" ilmiy-elektron jurnali \(infocom.uz\)](https://www.infocom.uz)
3. Абдувахидов, А.М., Маннопова Э.Т.. Теоретические подходы к формированию интеллектуальных систем как к инструменту обеспечения эффективности управления. (2018): 239-243. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=18356903660288252914&hl=en&oi=scholar>
4. Abidova D. Development, international tourism, hospitality, industry. <http://www.indianjournals.com/mobile/JournalDetails.aspx?target=journal&ccode=aca&paid=True&type=browse>
5. Safaeva S. Organizational and economic aspects of the development of the international tourism and hospitality industry. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85090732443&origin=resultslist&sort=plf-f&cite=2-s2.0-85070736866&src=s&imp=t&sid=88ed804ee542ccb2375f01a4a12ff987&sot=cite&sdt=a&sl=0&relpos=0&citeCnt=0&searchTerm>
6. Афанасьев П.А. Интернет-технологии как фактор повышения конкурентоспособности предприятий индустрии туризма / П. А. Афанасьев, Т. С. Дьяков, Ш. Ш. Галимов // Теоретические и практические аспекты научных исследований в туризме

: материалы I науч.-практ. конф., Казань, 08 декабря 2018 г. / Казанский (Приволжский) федер. ун-т. – Казань : НОЦ "ЗНАНИЕ", 2019. – С. 24-30.

7. Гизун Э.И. Технологии цифрового маркетинга в туризме // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации : сб. науч. тр. VII Всерос. конф. с междунар. участием. – Симферополь: Крымский федер. ун-т им. В.И. Вернадского, 2022. – С. 236-240. – Электрон. копия доступна на сайте Науч. электрон. б-ки eLibrary.ru. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50303460_48770425.pdf (дата обращения: 22.03.2023). – Доступ после регистрации.

8. Демьянов С.А. SEO-оптимизация туристического сайта // Туризм и гостеприимство. – 2017. – № 1. – С. 29-33. – Электрон. копия доступна на сайте Репозиторий Полесского гос. ун-та. URL: <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/12829/1/5.pdf> (дата обращения: 22.03.2023)

9. Файзуллин Н.Ф. Классификация веб-сайтов для продвижения предприятия в современных условиях // Научное и образовательное пространство: перспективы развития : сб. материалов XVI Междунар. науч.-практич. конф., Чебоксары, 28 февраля 2020 г. / редкол.: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары : ЦНС "Интерактив плюс", 2020. – С. 110-112. – Электрон. копия доступна на сайте ЦНС "Интерактив плюс". URL: <https://interactive-plus.ru/e-articles/686/Action686-530230.pdf> (дата обращения: 22.03.2023). – Доступ после регистрации.

10. Шмидт И.А. Применение цифрового маркетинга в индустрии туризма / И. А. Шмидт, С. А. Черных // Молодежь в науке и предпринимательстве : сб. науч. ст. IX междунар. форума молодых ученых, Гомель, 13–15 мая 2020 г. – Гомель : Белорус. торгово-экон. ун-т потребительской кооперации, 2020. – С. 401-404.