

## РОЛЬ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКИ

**Абдуллаева Шахноза Еркиновна**

*PhD кафедры «Внешиэкономической деятельности и туризма» Ташкентского государственного университета востоковедения*

**Ибрагимова Дильрузахон Акмал кизи**

*студент Ташкентского государственного университета востоковедения*

**Аннотация:** В данной статье рассматривается развития цифровизации в экономике, включая изменение в туризме, цифровая трансформация национальной безопасности. Важность данного исследования заключается в том, что анализируется разнохарактерное воздействие и факторы формирования цифровизации экономики на туристическую сферу в регионах.

**Ключевые слова:** *региональное развитие, цифровая экономика, туризм, цифровизация, сфера.*

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada iqtisodiyotda raqamlashtirishning rivojlanishi, shu jumladan turizmning o'zgarishi, milliy xavfsizlikning raqamli o'zgarishi ko'rib chiqiladi. Ushbu tadqiqotning ahamiyati shundaki, mintaqalarda iqtisodiyotni raqamlashtirishni shakllantirishning turli xil ta'siri va omillari tahlil qilinadi.

**Kalit so'zlar:** *mintaqaviy rivojlanish, raqamli iqtisodiyot, turizm, raqamlashtirish, soha.*

**Abstract:** This article discusses the development of digitalization in the economy, including changes in tourism, digital transformation of national security. The importance of this study lies in the fact that it analyzes the diverse impact and factors that shape the digitalization of the economy on the tourism sector in the regions.

**Keywords:** *regional development, digital economy, tourism, digitalization.*

### **Введение**

В современных условиях как важнейший фактор развития экономики XXI век – это данные, представленные в цифровой формат. В связи с этим IT-технологии играют важнейшую роль. Стремительное развитие цифровой экономики в мире обеспечивает повышение конкурентоспособности стран и отраслей, компании.

Развитие цифровой экономики в сфере туризма - это сложный процесс, который влияет на все услуги предоставленное турагентом туристу. Внедрение технологий и новые профессиональные компетенции в повседневную жизнь, что формирование их требует глубокого изучения и понимания этих процессов, составляет актуальную проблемную зону в туристической индустрии.

## Основная часть

Понятие «цифровая экономика» сегодня не имеет единого представления у научной общественности, в результате чего важно представить основные определения исследуемого в данной статье экономического феномена:

экономическая модель, характеризующаяся активной имплементацией и применением цифровых технологий для работы с информационными ресурсами;

комплексная система социально-экономических и организационно-технических отношений, базирующихся на использовании цифровых–информационно-коммуникационных технологий;

многоуровневая организационно-техническая система в виде совокупности – технических, инфраструктурных, организационных, программных элементов с взаимным использованием экономическими агентами для обмена информацией в условиях перманентного развития [1].

Общий уровень цифровизации требует существенных изменений в процессе организации бизнеса. Тренд сегодняшнего времени – цифровая трансформация, затрагивающая все сферы, ориентированная на глобальное применение цифровых технологий в деятельности экономических субъектов, формирование информационного общества и цифровой экономики в целом.

В последние десятилетия изучение проблемы внедрения цифровых технологий получили широкое освещение. Автором данного направления стал в 1995 году профессор Массачусетского института технологий Н. Негропonte. Основа его исследования – противопоставление традиционной и цифровой экономики при интенсивном развитии информационно-коммуникационных технологий [2].

Цифровизация особенно актуальна для сферы услуг. Торговые и транспортные компании, предприятия индустрии туризма и гостеприимства и общественного питания получили возможность расширение целевой аудитории и охвата, повышение качества обслуживания и развитие ускоренными темпами, учитывая, что в глобальной цифровой экономике победу одержат те, кто использует в своей платформе больше и лучше цифровых платформ.

В современных условиях поведение потребителей туристических услуг носит постоянный характер, что они постоянно меняется, спрос растет, в свою очередь, правительства и бизнес вынуждены формировать новый маркетинг, создавать каналы, автоматизировать бизнес-процессы и экосистемы.

Согласно статистике Google пользователи, планирующие путешествия, делают около 400 поисковых запросов. Туристические компании активно используют этот огромный объем данных для воздействия решение путешественника и сопоставляет тур.

74% путешественников в мире планируют своё путешествие онлайн, что обуславливает перспективы рынка онлайн-услуг в туризме. Основная доля отечественных туристов в процессе планирования и организации поездки в 2017 – 2018 годах использовала Интернет. Тенденция дигитализации трэвел услуг заставляет игроков рынка приспосабливаться к новым реалиям. Так, mobilefirst

предлагает при разработке сервисов бронирования ориентироваться уже не на версии для десктопов и планшетов, а на приложения для смартфонов [3].

Стимулирование цифровой экономики при развитии регионального туристического сектора экономики стало необходимым для широкого применения информационных технологий. Инвестиции и формирование инфраструктуры в цифровой экономике способствовало появлению инноваций в сфере регионального туризма изменило отношения между производителями и потребителями.

На сегодняшний день создано множество альтернативных туристических продуктов и услуг, которые повышают вовлеченность и удовлетворенность туристов. Несмотря на то, что цифровая экономика также оказывает негативное влияние на традиционный туризм, который может пострадать на ранней стадии применения новых технологий, специалистами отмечается возникновение необходимости для традиционного туризма повышать качество продуктов и услуг, что, в свою очередь, повышает удовлетворенность и последующую вовлеченность потребителя. Таким образом, очевидно, что цифровая экономика – важнейший аспект развития регионального туризма [4].

С активным внедрением современных технологий в туристическую отрасль регионального развития появляются различные тенденции, к которым можно отнести:

- повышение темпов глобализации туристической сферы;
- формирование новых каналов сбыта;
- сокращение времени поставщика, предоставляемого услуги, и снижение количества лояльных потребителей;
- возможность выхода туристических организаций в открытый доступ в интернет;
- совершенствование туристической деятельности регионов за счет разработки и использования мобильных приложений, удовлетворяющих нуждам современного туризма [5].

Согласно Постановлению № ПП-60 Президента Узбекистана от 28 января 2022 года «О стратегии развития нового Узбекистана на 2022-2026 годы», в рамках задач по обеспечению ускоренного развития национальной экономики и высоких темпов роста, было внедрено особое внимание на развитие малого бизнеса т.е туризма [6].

В Узбекистане туристическая индустрия, ее развитие как на уровне государства в целом, так и для ее субъектов, муниципальных образований и общества, имеет значимую роль. Так как для страны важным является развитие въездного туризма, то ключевыми критериями при принятии решений о цифровизации данной сферы и развитии инфраструктуры должна быть ориентация на предпочтения потенциальных и фактических туристов. Наибольший прирост числа въездных туристских поездок в 2018 году по сравнению с 2017 года.

Концепция развития сферы туризма в Республике Узбекистан на 2019–2025 годы [7] закрепляет видение и основные приоритеты государства по дальнейшему развитию конкурентоспособной туристской отрасли. Целью

реализации Концепции является преобразование туризма в стратегическую отрасль национальной экономики и достижение целевых показателей за счет ее диверсификации и улучшения качества туристских услуг, совершенствования туристской инфраструктуры, в том числе посредством привлечения иностранных инвестиций и проведения эффективной рекламно-маркетинговой работы. За счет развития необходимой инфраструктуры и успешного продвижения республиканского туристского потенциала на мировых рынках на 2021–2025 годы поставлена цель увеличить долю туризма в ВВП страны до 5%, а также привлечь по итогам 2025 года более 9 млн туристов, в том числе 2 млн человек из дальнего зарубежья [8].

### **Заключение**

Результаты исследования процесса планирования развития регионального туризма подтверждает важность и необходимость внедрения цифронизации в экономики. Совершенствование туристской деятельности в условиях повсеместного внедрения цифровых технологий, дает возможность быстрого развитие экосистемы туристической отрасли, что проведет к повышению экономики страны.

### **Список использованной литературы**

1. Гретченко А.А. Типы цифровых платформ и их содержание // Россия: тенденции и перспективы развития. 2020. №5. С.420–431.
2. Герчикова Е.З., Спиридонова Е.П. Социологические аспекты трансформации сферы рекреации и туризма в условиях цифровой экономики // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2018 №3 (72). С. 185-189
3. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы
4. М.С. Найденова Влияние цифровой экономики на развитие регионального туризма // Экономика. Финансы. Общество. №3, 2022
5. Арефьев А.С. «Платформизация» как инструмент управления цифровой трансформацией в сфере туризма // Теоретическая и прикладная экономика 2020. №3, С. 22–34
6. Указ Президента Республики Узбекистана «О стратегии развития нового Узбекистана на 2022-2026 годы» № УП-60 от 28 января 2022 года.
7. Указ Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан» № УП-5611 от 05 января 2019 года.
8. Абриев З.С. Развитие социально-экономического потенциала туризма в Узбекистане в условиях пандемии COVID-19: перспективы на будущее через призму настоящего // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Том 12. – № 4. – С. 1361-1376.