

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ISSN 2414-3863 (online)
ISSN 1999-5644 (print)

ВЕСТНИК АССОЦИАЦИИ ВУЗОВ ТУРИЗМА И СЕРВИСА



2023

ТОМ 17

№2

Universities for Tourism
and Service
Association Bulletin

СОДЕРЖАНИЕ

Редакционная коллегия:

Председатель:

Коновалова Е.Е. – главный редактор научного журнала «Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса», Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.экон.н., доцент

Члены редакционной коллегии:

Ананьева Т.Н. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), д. социол. н., профессор

Афанасьев О.Е. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), д.геогр.н., профессор

Блиева М.В. – Кабардино-Балкарский ГАУ (Россия, Нальчик), д.тех.н., профессор

Бокарева Е.В. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.экон.н., доцент

Булыгина И.И. – руководитель анимационной службы отеля «Спорт инн» ООО «Старт» (Россия, Сочи), к.пед.н., доцент

Бушуева И.В. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), д.экон.н., профессор

Гаврилов А.Ю. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.экон.н.

Гончарова Е.Н. – Пятигорский государственный университет (Россия, Пятигорск), к.тех.н., профессор

Деменев А.В. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.тех.н., доцент

Игнатьев А.В. – Российский Союз Туриндустрии (РФ, Москва), президент, д.э.н.

Кабиров И.С. – Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязева (Россия, Казань), к.экон.н., доцент

Килимова Л.В. – Юго-Западный государственный университет (Россия, Курск), к.социол.н., доцент

Киреева Ю.А. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.пед.н., доцент

Козлова В.А. – Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева (Россия, Орел), к.экон.н., доцент

ТУРИЗМ

Арифуллин М.В., Романов А.А.

ОСОБО ОХРАНЯЕМЫЕ ПРИРОДНЫЕ ТЕРРИТОРИИ АЛТАЯ: ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ, ПРОБЛЕМЫ ОХРАНЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕКРЕАЦИОННОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.....4

Гайфутдинова Т.В., Гайфутдинов А.М., Медведева Р.А.

СОЗДАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН.....17

Головин И.А.

МОНОГОРОДА КАРЕЛИИ, КАК ТОЧКИ РОСТА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ.....28

Кадирова Ш.Х.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН.....36

Киреева Ю.А., Блинова Е.А.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСКУРСИЙ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ...44

Кузнецова В.С.

РЕСУРСЫ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ.....53

Куликова В.В., Протченко М.В.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ГЛЭМПИНГ КАК КРЕАТИВНЫЙ ТРЕНД РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА.....62

Петров М.С.

ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ.....72

Писаренко Е.С., Шефер А.О.

ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ АНАЛИЗА ТУРИСТСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА ОСНОВЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.....83

Серезжкина Д.Е.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ (НА ПРИМЕРЕ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ЧЕХОВ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ).....99

ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

Газгиреева Л.Х., Шипицына О.Г.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ «ПРЕЛИМИНАРИНГ» В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА.....109

Ефанова Л.В., Коновалова Е.Е.

АНАЛИЗ АДАПТАЦИИ МОЛОДЕЖИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА Г. НОВОСИБИРСКА.....117

Зайцев Д.Н.

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ В РОССИИ.....125

Зайцев Д.Н.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГОМ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ.....134

Киселева Р.Ф., Киселев А.Г.

МУЗЕЙНОЕ ГОСТЕПРИИМСТВО И РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА Г.СТАРИЦА ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ.....144

Лагусев Ю. М. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), д.пед.н., профессор
Лебедева О.Е. – Финансовый университет при Правительстве РФ (РФ, Москва), к.э.н., доцент
Лыскова О.В. – Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., Председатель Общественного совета при Комитете по туризму Саратовской области (Россия, Саратов), д.социол.н., профессор
Очилова Х.Ф. – Ташкентский государственный экономический университет (Узбекистан, Ташкент), к.э.н., доцент
Родионов Е.И. – Российский государственный университет туризма и сервиса (РФ, Москва), к.пед.н., доцент
Романишина Т.С. – ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (РФ, Москва) [Институт сервисных технологий Российский государственный университет туризма и сервиса] (РФ, Москва)], к.э.н., доцент
Тестина Я.С. – Санкт-Петербургский государственный университет (РФ, Санкт-Петербург), к.э.н., доцент
Тимиргалеева Р.Р. – Севастопольский государственный университет (РФ, Севастополь), д.э.н., профессор
Шнорр Ж.П. – Новосибирский государственный университет экономики и управления (РФ, Новосибирск), д.э.н., профессор
Юдина Е.В. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.социол.н., доцент

Ответственный секретарь:

Афанасьева А.В. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва)

Редакторы:

Коновалова Е.Е.

Переводчик: Макарова А.И.,
к.филол.н., доцент

УЧРЕДИТЕЛЬ:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет туризма и сервиса».

Журнал основан в 2007 г.

ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ЖУРНАЛЕ:

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия (свидетельство о регистрации Эл. №ФС77-69439 от 14 апреля 2017г.).

Журнал включен в базу данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ), а также индексируется в базе данных крупнейшей в России научной электронной библиотеки eLibrary.ru.

Адрес редакции;

141221, РФ, МО, Г. о. Пушкинский, дп. Черкизово, ул. Главная, 99, к. 1311а.

Тел.: 8 (495) 940-83-63 доб. 395

Эл. почта: redkollegiamgus@mail.ru

www.rguts.ru

Максимова И.В.

ПРЕОДОЛЕНИЕ СЕЗОННОСТИ В РАЗВИТИИ МАЛЫХ ГОРНОЛЫЖНЫХ ОТЕЛЕЙ.....155

Сухотина Т.А.

АНАЛИЗ КЛИЕНТСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ АО «ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «ЯЛТА-ИНТУРИСТ».....164

Ушаков Р.Н.

МОТИВАЦИОННАЯ ПРОГРАММА СЛУЖБЫ ПИТАНИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....173

Фитисова А.С.

КЛАССИФИКАЦИЯ СЕРВИСНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ: ТРЕНД ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.....181

СЕРВИС

Писаренко Е.С., Харитонова И.В.

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ЛОКАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ АВИАЦИОННОГО РЫНКА НА РУБЕЖЕ 2020-2023 ГОДА.....194

Путин А.Д.

ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ.....206

ОБРАЗОВАНИЕ

Лазарева Л.В.

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И РЕСУРСОВ ПРИ ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ТУРИСТСКОГО И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА.....215

Шпильман В.И.

ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....227

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

Представляем Вашему вниманию журнал «Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса».

Наш журнал выпускается с 2007 года и освещает вопросы подготовки высокопрофессиональных кадров для сфер туризма, гостеприимства и сервиса с учетом требований современного рынка труда.

В выпуск входит серия статей, посвящённых методическим основам развития сферы туризма и гостеприимства. Авторы провели научные исследования современных проблем, тенденций и перспектив развития сферы туризма и гостеприимства, концептуальных основ инновационных технологий управления, регулирования и глобальных трендов, включая вопросы подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства.

Все статьи распределены по рубрикам, соответствующим тематике и их содержанию: туризм, гостиничное дело, сервис и образование.

Всех наших читателей, авторов, членов редакционной коллегии и коллег приглашаем продолжать присылать в редакцию для публикации новые статьи, характеризующие Ваши научные поиски и исследования.

Желаем Вам и Вашим коллегам профессиональных успехов, удачи, благополучия и выражаем надежду на дальнейшее взаимовыгодное сотрудничество!!!

*Коновалова Елена Евгениевна,
главный редактор*

УДК. 332.1

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Кадирова Ш.Х.

Преподаватель Факультета экономики и туризма

Бухарский государственный университет

г. Бухара, Республика Узбекистан

Аспирант

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»

г. Москва, Российская Федерация

shafoatkadirova@gmail.com

Научный руководитель:

Лустина Т.Н.

Канд. экон. наук, доцент Высшей школы бизнеса, менеджмента и права

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»

г. Москва, Российская Федерация

lustinat@mail.ru

Аннотация. Туризм – крупнейшая в мире гражданская отрасль, рост, экономическое значение и потенциал которой феноменальны по всему миру. Онлайн-туризм быстро становится растущей темой исследований, и его важность как будущего способа получения информации и покупки туристических продуктов и услуг растет с каждым днем. Статья обсуждает актуальные вопросы сохранения и популяризации историко-культурного наследия Республики Узбекистан, а также рассматривает перспективы развития различных видов туризма в рамках реализации программы. Одним из ключевых направлений обсуждения является онлайн-туризм, который становится все более значимым как способ получения информации и приобретения туристических продуктов. В частности, статья подчеркивает, что онлайн-туристические услуги еще не полностью осознали свои преимущества, но они уже значительно увеличили прибыль туристических организаций и имеют важное значение для стимулирования развития отрасли. Рассматривается роль онлайн-туроператоров, их влияние на конверсию и удержание клиентов.

Ключевые слова: онлайн-туризм, туристическая индустрия, туристских услуг, туристический потенциал, тур агент, туроператор

На сегодняшний день туризм является одной из наиболее динамично развивающихся и прибыльных отраслей мировой экономики, оказывая влияние на социокультурное развитие и повышение уровня жизни населения. Обширные задачи туризма делают его эффективным инструментом стимулирования социально-экономического развития на региональном и национальном уровнях. Реализация основных задач туризма преимущественно происходит на территориях конкретных регионов, а возможности развития этой отрасли зависят от природно-ресурсных условий и организации предоставления туристских услуг.

Узбекистан, обладая богатым культурно-историческим и природным наследием, а также выгодным геополитическим положением, привлекает внимание как иностранных, так и национальных туристов. Туристический потенциал региона, однако, не полностью

реализуется из-за необходимости правильной организации и предоставления туристских услуг.

На территории, превратившейся в шедевр и легенду Востока, насчитывается 8208 объектов материального культурного наследия, включая 4788 памятников археологии, 2265 памятников архитектуры, 625 объектов монументального искусства и 530 достопримечательностей. В регионе также имеется 100 музеев, 50 театров, 72 концертных организации, 1 цирк, 192 парка культуры и отдыха, и 3 зоопарка [7].

Узбекистан активно развивает индустрию туризма и гостеприимства, придерживаясь концепции бережного сохранения традиций и памятников прошлого, а также внедряя новые инновационные решения. Страна выступает лидером в области культурно-познавательного туризма в Центральноазиатском регионе.

Следует отметить, что город Ташкент играет ведущую роль по всем основным показателям в туристической отрасли, привлекая 73,4% фирм и организаций и 58,8% посетителей. Другие регионы, такие как Самаркандская (13,1% и 4,1%), Бухарская (4,5% и 9,2%) и Хорезмская (1% и 21%), имеют меньший вклад в общую картину. На эти четыре региона приходится 92% фирм и организаций Узбекистана, а также 93,1% посетителей туристических услуг. Доля остальных областей страны ограничена 2,3% и 1,5% для Сырдарьинской, Наманганской, Сурхандарьинской, Кашкадарьинской и Ферганской областей соответственно [8].

В условиях глобализации и интеграции государств региона в мировую экономику, включая развитие туризма, ключевую роль играет развитие транспортной инфраструктуры, в частности, Великого Шелкового пути. Восстановление этого исторического маршрута стало приоритетной задачей, в которой активное участие принимает Узбекистан, способствуя развитию международного историко-культурного туризма на Великом Шелковом пути.

На сегодняшний день территория Узбекистана, находящаяся в центре Средней Азии, обладает значительными преимуществами благодаря своему расположению на Великом Шелковом пути – всемирно известной торговой магистрали древности. Это позволяет стране привлекать туристов своими древними городами, такими как Самарканд, Бухара, Хива, с их архитектурными комплексами, национальными ремеслами и фольклором, а также богатым историческим прошлым.

В исследовательской работе осуществлен анализ туристического маршрута по городам Узбекистана, через которые проходил Великий Шелковый путь. В ходе этого исследования выявлены особенности каждого региона. Основные факторы привлекательности страны для туристов включают в себя благоприятные природно-климатические условия и развитую сферу услуг.

В соответствии с Посланием Президента Ш.М.Мирзиёева Олий Мажлису от 28 декабря 2018 года отмечается, что приняты комплексные меры по развитию туризма, привлечению инвестиций и повышению кадрового потенциала. В стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы уделяется внимание увеличению числа туристов, как местных, так и иностранных, с акцентом на программу "Путешествие по Узбекистану" [15]. Для реализации поставленных задач необходимо активное развитие местного туризма, увеличение его доли в ВВП, создание новых рабочих мест, цифровизация туризма и гостиничных услуг, а также переход от традиционной модели развития отрасли к инновационной.

Следует отметить, что в свете глобальных изменений в мировой экономике и туристической индустрии, важно провести оценку факторов, влияющих на развитие туристических услуг в регионе, разработать бизнес-модели онлайн туристических услуг, проанализировать динамику туроператорских услуг в Узбекистане и решить задачи, направленные на обеспечение устойчивого развития туризма в регионе.

Согласно определению Всемирной туристской организации, внутренние расходы на туризм охватывают затраты граждан на маршрут и посещаемые места, а также расходы, связанные с подготовкой и осуществлением поездки. Однако эти расходы часто не отражаются в статистической и финансовой отчетности туристского рынка [6].

Поэтому важно использовать международные статистические показатели, так как статистика размещения туристов является ключевым источником данных для расчета числа местных и иностранных посетителей. Одной из основных задач в этом контексте является разработка эффективных стратегий учета и анализа расходов граждан на внутренний туризм [8].

С точки зрения экономического развития регионов, местный туризм занимает промежуточное положение между выездным и въездным туризмом. В отличие от выездных туристов, местные туристы не осуществляют экспорт полезных ископаемых и природных ресурсов, что является текущим фокусом совместных предприятий. Местный туризм создает дополнительный спрос на местных производителей разнообразных сувениров, подарков и национальных блюд.

Исследование опирается на труды таких авторов, как О.А. Серебрякова, С.С. Фрольченко, М.М. Бегеулова, М.Н. Забаева, П.З. Хашимов, Т.В. Ким, Н.С. Ибрагимов, О.Х. Хамидов и других, которые заложили основы теории туроператорской деятельности и изучали различные аспекты предоставления туристских услуг через туроператоров в регионах. Также важными источниками являются работы Fang Meng, Iveta Fodranova, Susanna Curtin, Chris K Anderson, Irena Emilova, Sukru Yarcın, Gurel Cetin, Dimitrios Maditinos и других, которые разработали свои концепции в области построения бизнес-

моделей туроператоров. J. Kabelkaite в своей статье отмечает роль платформ-агрегаторов в разрушении традиционных бизнес-моделей, однако она фокусируется в основном на гостиничных услугах и услугах турагентов.

Исследование научной литературы и практических результатов указывает на ярко выраженный региональный характер и территориальную специализацию местного туристического комплекса Узбекистана. Автоматизация операционной деятельности в сфере туризма может снизить нагрузку на сотрудников, увеличив оперативность и эффективность их работы.

Объектом исследования являются туроператоры, предоставляющие туристические услуги иностранным туристам в Республике Узбекистан.

Предметом исследования выступают бизнес-модели, используемые в настоящее время для упрощения деятельности туроператоров в регионе, а также правила и методы создания бизнес-моделей онлайн туроператоров.

Целью исследования является разработка бизнес-модели онлайн-туроператора для регионов Узбекистана с целью интеграции в туристические предприятия, что позволит повысить производительность и эффективность деятельности туроператора.

Основные задачи исследования включают в себя определение предприятий, предоставляющих онлайн туристические услуги, выявление факторов и условий, влияющих на развитие туристических услуг, системную организацию туроператорских услуг, анализ динамики развития туроператорских услуг в регионах Узбекистана, разработку бизнес-модели онлайн-туроператора и внедрение этой модели.

Теоретическое значение данной работы заключается в синтезе существующих исследований в области предоставления туристских услуг, в частности, рассмотрении деятельности туроператоров и турагентов. Разрабатываются новые теоретические концепции, применимые в сфере туризма, с углублением научных знаний в данной области. Работа также анализирует теоретические аспекты, возникающие при интеграции и создании новых бизнес-моделей онлайн туроператоров, способствуя дополнительному расширению теоретического аппарата.

Практическое значение представленной работы заключается в создании универсальной бизнес-модели онлайн туроператора для регионов Узбекистана. Эта модель призвана повысить производительность, эффективность и качество деятельности туристских предприятий региона. Разработанная бизнес-модель упрощает операционную работу туристических предприятий и предоставляет разнообразный набор услуг для туристов, обеспечивая быструю и эффективную продажу туристических услуг. Применение данной бизнес-модели способствует накоплению экономической устойчивости туристических предприятий и обеспечивает экономический рост региона.

Появление онлайн-туроператоров существенно влияет на туристическую деятельность, предоставляя удобные средства для планирования маршрутов, расчета стоимости, бронирования билетов и проживания. Прогнозируется, что полная конвергенция этих технологий сыграет важную роль в улучшении доступности и осведомленности, снижая неопределенность в общении. Технологии также предоставляют возможность более эффективного управления туристическими операциями в будущем.

Онлайн-туризм определяется как новая форма распространения туристических продуктов, где поставщики услуг предлагают свои продукты и услуги в основном через онлайн-каналы, независимо от местоположения клиентов. Онлайн-туризм значительно повышает удобство обмена информацией между туристами, туроператорами и турагентами. В данном контексте онлайн-маркетинг играет ключевую роль в продвижении туристических возможностей, обеспечивая широкий доступ и повышая уровень осведомленности пользователей. Появление онлайн-технологий в туризме содействует созданию удобной и доступной среды для туристов, уменьшая неопределенность и способствуя развитию лояльности клиентов.

Исследователи, внесшие значительный вклад в теорию онлайн туроператоров, определяют оптимальные стратегии ценообразования для туроператоров (ТО) и онлайн-турагентств (ОТА), реализующих модель O2O через онлайн-продажи и офлайн-сервисное сотрудничество. Анализ условий сотрудничества, стратегий ценообразования и доходов в рамках моделей Штакельберга и Бертрана производится с использованием модели конкуренции. Результаты исследования указывают на различное воздействие уровня обслуживания, комиссии за продажу единицы, коэффициента стоимости услуги и коэффициента компенсации за единицу услуги на ценовые решения ТО и ОТА [5].

Далее приведены определения ключевых компонентов туристических услуг:

- Туроператор - обычно крупная компания, формирующая турпакеты, включающие билеты на транспорт, трансфер, бронирование отеля и экскурсионные услуги.
- Турагентство - фирма, специализирующаяся на продаже туров, сформированных туроператорами.
- Онлайн-турагентство (агрегатор) - оператор, объединяющий актуальные предложения от различных туроператоров.
- Онлайн тур услуги - предоставление туристических услуг в онлайн-режиме.
- ОТА (Онлайн тревел агентство) - турагентство, осуществляющее продажу продуктов и услуг через онлайн-платформы.
- С появлением онлайн туроператоров каждый потребитель с доступом к компьютеру и интернету получил возможность планировать и оплачивать свои поездки, не выходя из дома. Бизнес-модель онлайн туроператоров основана на принципах

самообслуживания потребителя, с возможностью консультации специалистов call-центра или онлайн консультантов при обработке более сложных запросов.

- Онлайн туроператоры предоставляют широкий спектр услуг, включая бронирование авиабилетов, проживания в отелях, аренду автомобилей, круизы и пакетные туры для отдыха и деловых поездок. Часто онлайн бронирование может быть более выгодным, чем в традиционных турагентствах, благодаря возможности работать с более низкими ставками, обеспечиваемыми объемом сделок и дискаунтными продажами.

Возможность перехода бизнеса в онлайн-режим (без необходимости аренды офисного пространства и штата сотрудников) привела к уменьшению числа турагентств старого образца. Появление онлайн туроператоров содействует улучшению доступности туристических услуг, уменьшая финансовые затраты и расширяя клиентскую базу.

Вышеупомянутые факты подчеркивают практическое формирование Национальной модели туризма в Республике Узбекистан в 2017-2021 годах. Основные компоненты этой модели включают богатое историческое и культурное наследие, стабильное политическое и экономическое положение, благоприятные природно-климатические условия и развитую сферу услуг, а также уникальные культурные и природные аспекты, делающие Узбекистан привлекательным для туристов [16]. Туристический сектор в Узбекистане рассматривается как стратегическая отрасль экономики, что привело к комплексному развитию туристической индустрии.

Туристический поток в Узбекистане демонстрирует неравномерное распределение, где город Ташкент занимает доминирующее положение по основным показателям туристической отрасли, подобно ситуации в Самаркандской, Бухарской и Хорезмской областях. Эти четыре региона концентрируют в себе 92% фирм и организаций Узбекистана, а также 93,1% посетителей сервисов в данной отрасли.

В настоящее время информационные технологии оказывают значительное воздействие на различные аспекты нашей жизни. Экспансия интернета продолжает изменять ландшафт бизнес-операций, влияя на распространение информации и обеспечивая поддержку транзакций. Этот новый порядок внес существенный вклад в развитие туризма, приобретая все возрастающую осведомленность, значение и рост онлайн-туризма. Различные технологии активно участвуют в формировании будущего туризма, предоставляя новые возможности для людей, предприятий и стран. Учитывая уменьшение информационной асимметрии между продавцами и покупателями, растет интерес к пониманию маркетинговой среды онлайн-туризма. В условиях стремительного роста мировой туристической индустрии, ориентация на онлайн-технологии может стать ключевым фактором для большинства стран и фирм, стремящихся занять свою долю на рынке.

Однако существуют определенные проблемы, сомнения и трудности, касающиеся доступа, внедрения, роста и использования онлайн-технологий в сфере туризма. Тем не менее, эти вызовы должны рассматриваться как препятствия, а не преграды. В настоящее время у нас есть возможность преодолеть недостатки и эффективно использовать технологии. В этом контексте странам, развивающимся и менее развитым, предлагается ряд мероприятий для успешного онлайн-маркетинга:

- Создание соответствующей и устойчивой инфраструктуры внутри страны для улучшения онлайн-маркетинга туризма. Это требует баланса между внутренним потенциалом и технологическими потребностями.
- Усиление усилий для внедрения технологических новшеств и увеличения доли доходов от туризма.
- Разработка надежной информационной системы, обеспечивающей гражданам доступ к онлайн-технологиям.
- Повышение осведомленности населения о доступе, анализе и использовании онлайн-технологий.
- Внедрение базовых онлайн-технологий и развитие многоканальных подходов для эффективного информирования и улучшения доверия к глобальному механизму онлайн-обмена.
- Анализ и контроль эффективности электронного маркетинга с использованием эффективных исследований рынка.

Рассмотренные научные исследования о туристической отрасли Узбекистана и влиянии онлайн-технологий на развитие туризма подчеркивает значимость цифровизации для продвижения этого сектора. Онлайн туроператоры предоставляют не только удобные инструменты для планирования и бронирования, но и способствуют устойчивому развитию туризма в регионе.

С учётом научных исследований о неравномерном распределении туристического потока в стране, центральное значение Ташкента и некоторых областей, предлагается уделить внимание диверсификации туристических маршрутов и продвижению менее известных, но культурно и исторически насыщенных регионов. Это может способствовать более равномерному распределению туристического потока и устойчивому развитию всего туристического сектора.

Также, с учетом быстрого развития информационных технологий, предлагается активно внедрять инновации в туристическую инфраструктуру. Это включает в себя создание современных онлайн-платформ, повышение образованности в области онлайн-технологий, и развитие электронного маркетинга. Обеспечение доступности и

использование технологий также должны стать ключевыми стратегическими шагами для улучшения конкурентоспособности Узбекистана в мировом туристическом рынке.

В заключение, предлагается создать комплексную национальную модель туризма, в которой будут учтены и сбалансированы все составляющие: историческое и культурное наследие, политическая и экономическая стабильность, природные ресурсы и условия, а также инновационные технологии. Этот подход поможет не только улучшить туристическую привлекательность, но и способствовать устойчивому социально-экономическому развитию Узбекистана в целом.

Литература

1. Amriddinova, R. S., & Abdukhamidov, S. A. "Scientific Basis of Using Tourism Authorities in Uzbekistan." // 湖南大学学报 (自然科学, 2 (10), 51-55. - 2022.
2. Amriddinova, R. S., & Abdukhamidov, S. A. "Factors for Determining the Specialization of the Regions of the Republic of Uzbekistan in Tourism and the Assessment of Tourist Attractiveness." // Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance, 2(10), 51-55. - 2021.
3. Sadibekova, B., Saidakhmedova, N., Makhmudova, A., Abdukhamidov, S., & Mukhamadiev, A. "To determine the role and importance of marketing research in the development of tourist routes." // Middle European Scientific Bulletin, 8. - 2021.
4. Tukhliev, I. S., & OF, A. S. D. O. A. "Innovative Activities of Higher Education Institutions in Forming Innovative Economy."
5. Tukhliev, I. S., & Khamitov, M. K. "Directions for the Development of Digital Services in the Hotel Industry." // 湖南大学学报 (自然科学版), 49(11), 2022.
6. UNWTO (United Nations World Tourism Organization). "Tourism Glossary of Terms." [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
7. Комитет по туризму при Министерстве экологии, охраны окружающей среды и изменения климата Республики Узбекистан. Текущие материалы. - Ташкент, 2023.
8. Государственный комитет Узбекистана по статистике. Технический архив, 2019. Папка 3, Дело 1232, Лист 5.
9. Департамент культурного наследия при Министерстве культуры. Текущий архив. Папка 1, Дело 3.
10. Климова, Т. "К вопросу развития туристической отрасли в Республике Узбекистан." // Сб. статей по материалам научно-практической конференции. - Белгород, 2020. - С. 6.
11. Мусаев С.Х. "Эффективные пути дальнейшего повышения конкурентоспособности туризма в Узбекистане." // Экономика и финансы. – 2017. – С. 20–27.
12. Сборник Государственного комитета по статистике. "Туризм в Узбекистане." - Ташкент, 2020. - С. 36.
13. Служба Государственной Безопасности Республики Узбекистан. "По данным Пограничных войск. Основные показатели развития туризма и отдыха в Республике Узбекистан за 2015-2019 год." - Ташкент, 2020. - С. 14.
14. Рахимов М.А. "Сотрудничество Узбекистана с зарубежными странами и международными организациями и обеспечение стабильности и устойчивого развития в ЦА (1991-2010 гг.)." Автореф. док. ист. наука - Ташкент, 2012. – 47 с.
15. <https://lex.uz/ru/docs/5841077>
16. <https://strategy.uz/index.php?news=1478&lang=ru>