

ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОТ ЦИФРОВИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Нуралиева Феруза Янгибоевна

Преподаватель Ташкентского университета информационных технологий имени

Мухаммада аль-Хорезми

yangiboyevaferan@gmail.com

Аннотация: В статье исследуются современные тенденции цифровизации туристической отрасли и их влияние на повышение экономической эффективности предприятий сферы туризма. Рассматриваются основные направления внедрения цифровых технологий, включая онлайн-платформы бронирования, искусственный интеллект, Big Data, цифровой маркетинг и автоматизацию бизнес-процессов. На основе анализа статистических данных и научных источников выявлены ключевые экономические эффекты цифровизации туристической отрасли. Установлено, что внедрение цифровых решений способствует снижению транзакционных издержек, повышению производительности труда, улучшению качества туристических услуг и росту конкурентоспособности предприятий. Предложены рекомендации по совершенствованию цифровой трансформации туристической отрасли в условиях развития цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация туризма, туристическая отрасль, экономическая эффективность, цифровые технологии, Big Data, онлайн-туризм, цифровой маркетинг.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях стремительного развития цифровой экономики цифровизация становится одним из ключевых факторов трансформации мировой экономики. Современные информационно-коммуникационные технологии оказывают значительное влияние на развитие различных отраслей, включая туристическую сферу. Туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики, активно интегрирующей цифровые решения в процессы предоставления услуг, маркетинга и взаимодействия с потребителями [1].

Согласно данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), в 2024 году вклад туристической отрасли в мировой валовой внутренний продукт составил 11,1 трлн долларов США, что эквивалентно около 10% мировой экономики. При этом количество рабочих мест в сфере туризма достигло 348 млн [2]. Данные показатели свидетельствуют о высокой экономической значимости туристической отрасли в мировой экономике.

Одновременно с этим наблюдается активный рост цифрового сегмента туристического рынка. По данным международных аналитических агентств, объем мирового рынка онлайн-туризма в 2023 году составил 600,5 млрд долларов США, а среднегодовой темп роста в ближайшие годы прогнозируется

на уровне более 7% [3]. Расширение использования мобильных приложений, цифровых платформ бронирования, электронных платежных систем и онлайн-сервисов существенно меняет структуру туристического рынка и поведение потребителей.

В современных условиях цифровизация туристической отрасли становится важнейшим фактором повышения экономической эффективности предприятий. Использование цифровых технологий позволяет оптимизировать бизнес-процессы, снижать операционные издержки, повышать качество обслуживания клиентов и формировать новые конкурентные преимущества [4].

Несмотря на значительное количество научных исследований, посвященных вопросам цифровой экономики и цифровой трансформации туризма, проблемы комплексной оценки экономической эффективности цифровизации туристической отрасли остаются недостаточно изученными. Это определяет актуальность и научную значимость настоящего исследования.

Целью исследования является анализ влияния цифровизации на повышение экономической эффективности туристической отрасли и разработка рекомендаций по совершенствованию цифровой трансформации предприятий сферы туризма.

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ

Проблемы цифровизации туристической отрасли и повышения экономической эффективности туризма получили широкое отражение в современных научных исследованиях, монографиях, учебных пособиях и аналитических материалах отечественных и зарубежных авторов.

Теоретические основы цифровой трансформации туристической отрасли рассматриваются в учебном пособии Л.И. Ивановой, С.В. Савиной, К.К. Сирбиладзе и др. «Цифровые технологии в сфере туризма» под редакцией О.Н. Цветковой. Авторы исследуют современные информационные технологии, применяемые в туристической и гостиничной деятельности, анализируют цифровые платформы, программное обеспечение и онлайн-сервисы в туризме [5].

Значительный вклад в изучение цифрового бизнеса в сфере туризма внесли Р.Ю. Стыцюк, Т.П. Розанова и О.А. Денисова в учебнике «Цифровой бизнес в туризме и гостеприимстве». Авторы рассматривают цифровой маркетинг, электронную коммерцию и современные Digital-стратегии продвижения туристических услуг [6].

Проблемы цифровизации и smart-туризма исследуются в практическом пособии Дмитрия Тина и Андрея Тина «Цифровизация и Smart-туризм». Авторы анализируют механизмы внедрения smart-технологий в туристический и гостиничный бизнес, а также методы оценки эффективности цифровизации туристических объектов [7].

В коллективной монографии «Туризм и сервис в цифровом контенте» под редакцией О.В. Лысиковой рассматриваются вопросы цифрового контента, интернет-коммуникаций и цифровых платформ в туристической деятельности

[8].

В статье «Влияние цифровой экономики на развитие регионального туризма» исследуются механизмы цифровой трансформации туристической отрасли и их влияние на развитие регионального туризма. Авторы отмечают, что цифровизация способствует повышению доступности туристических услуг и развитию внутреннего туризма [9].

В исследовании «Влияние цифровизации на развитие предприятий туристической отрасли» рассматриваются экономические эффекты внедрения цифровых технологий в деятельность туристических предприятий. Установлено, что цифровые решения позволяют снижать транзакционные издержки и повышать производительность труда [10].

Зарубежные исследователи Raul Enrique Rodriguez Luna и Jose Luis Rosenstiehl Martinez в работе «Digital Transformation of Nature Tourism» анализируют влияние цифровых технологий и Big Data на развитие туристических предприятий [11].

Olga Kononova, Dmitry Prokudin и Julia Ryabysko в исследовании «The Vision and the Perspective of Digital Tourism» рассматривают основные направления развития цифрового туризма и внедрения информационно-коммуникационных технологий в туристическую деятельность [12].

Таким образом, анализ научной литературы показывает, что цифровизация оказывает комплексное влияние на развитие туристической отрасли и способствует повышению экономической эффективности туристических предприятий. Вместе с тем вопросы комплексной оценки эффективности цифровой трансформации туризма требуют дальнейшего научного исследования.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методологическую основу исследования составили общенаучные и специальные методы исследования, включая системный анализ, сравнительный анализ, экономико-статистический метод, метод научного обобщения и логический подход.

В ходе исследования были использованы научные труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные вопросам цифровизации экономики, цифровой трансформации туризма и повышения эффективности туристических предприятий.

Системный подход позволил рассматривать туристическую отрасль как комплексную цифровую экосистему, включающую туристические предприятия, цифровые платформы, потребителей услуг и государственные институты регулирования.

Для оценки экономической эффективности цифровизации туристической отрасли использовалась следующая формула:

$$E = \frac{R - C}{C} \times 100\%$$

где:

E - экономическая эффективность цифровизации;

R - полученный экономический результат;

C - затраты на внедрение цифровых технологий.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Результаты проведенного исследования показали, что цифровизация туристической отрасли оказывает значительное влияние на повышение экономической эффективности предприятий и развитие туристического рынка в целом. Анализ современных тенденций цифровой трансформации туризма свидетельствует о том, что внедрение цифровых технологий способствует снижению издержек, повышению производительности труда и росту доходности туристических предприятий.

Одним из ключевых факторов повышения эффективности является автоматизация бизнес-процессов. Внедрение CRM-систем, цифровых платформ бронирования, облачных технологий и электронных платежных сервисов позволяет существенно сократить административные и операционные расходы предприятий [10]. Анализ деятельности туристических компаний показывает, что автоматизация процессов бронирования и обслуживания клиентов позволяет сократить время обработки заявок на 30–40%, а также снизить затраты на обслуживание клиентов.

Кроме того, цифровые платформы обеспечивают более эффективное взаимодействие между туристическими агентствами, гостиницами, транспортными компаниями и потребителями услуг. Это способствует оптимизации бизнес-процессов и сокращению транзакционных издержек. В результате предприятия получают возможность повышать рентабельность и конкурентоспособность на туристическом рынке.

По данным международных исследований, более 70% туристов осуществляют поиск туристических услуг и бронирование поездок через цифровые платформы и мобильные приложения [3]. Данный показатель свидетельствует о высокой степени цифровизации потребительского поведения и постепенном переходе туристического рынка к цифровым каналам продаж. Анализ показывает, что предприятия, активно использующие цифровые каналы продвижения и онлайн-бронирование, имеют более высокие показатели продаж по сравнению с компаниями, использующими исключительно традиционные методы реализации услуг.

Использование цифрового маркетинга оказывает существенное влияние на конкурентоспособность туристических предприятий. Современные инструменты интернет-маркетинга позволяют анализировать поведение потребителей, формировать персонализированные предложения и расширять клиентскую аудиторию [6]. В результате исследования было установлено, что применение цифрового маркетинга способствует увеличению клиентского охвата и повышению уровня лояльности потребителей.

Важным направлением цифровизации туристической отрасли является

использование технологий Big Data и искусственного интеллекта. Анализ больших массивов данных позволяет прогнозировать туристический спрос, выявлять сезонные изменения потребительского поведения и оптимизировать ценовую политику [11]. Использование аналитических систем способствует более эффективному управлению туристическими потоками и повышению качества принимаемых управленческих решений.

Особое значение в современных условиях приобретает развитие виртуального туризма. По данным международных аналитических агентств, объем мирового рынка виртуального туризма в 2023 году превысил 728,6 млн долларов США, а среднегодовой темп роста в период 2024–2032 гг. прогнозируется на уровне 26,4% [13]. Развитие технологий виртуальной и дополненной реальности позволяет туристическим компаниям создавать инновационные цифровые продукты, повышать привлекательность туристических дестинаций и расширять международную аудиторию.

Таблица 1

Влияние цифровизации на показатели эффективности туристических предприятий

Показатели	До цифровизации	После цифровизации	Изменение
Время обработки заявок	25–30 мин	10–15 мин	↓ на 40–50%
Операционные расходы	100%	70–80%	↓ на 20–30%
Количество онлайн-бронирований	35%	70%	↑ в 2 раза
Уровень клиентской удовлетворенности	60–65%	85–90%	↑ на 25%
Производительность труда	100%	130–140%	↑ на 30–40%
Доходы туристических предприятий	100%	120–135%	↑ на 20–35%

Источник: составлено автором на основе анализа научных публикаций и международных исследований [3; 6; 10].

Для наглядного представления результатов исследования целесообразно также рассмотреть влияние цифровизации на экономическую эффективность туристических предприятий.

Основные результаты цифровизации туристической отрасли:

- снижение операционных и административных расходов;
- повышение производительности труда;
- рост доходов туристических предприятий;
- повышение качества обслуживания клиентов;
- расширение международного туристического сотрудничества;
- увеличение инвестиционной привлекательности отрасли;
- ускорение процессов взаимодействия между участниками туристического рынка;
- повышение эффективности маркетинговой деятельности.

Результаты исследования подтверждают, что цифровизация становится важнейшим фактором устойчивого развития туристической отрасли и формирования новых конкурентных преимуществ предприятий в условиях цифровой экономики.

ОБСУЖДЕНИЕ

Проведенное исследование показало, что цифровизация в современных условиях становится стратегическим направлением развития туристической отрасли и одним из важнейших факторов повышения ее экономической эффективности. Использование цифровых технологий позволяет туристическим предприятиям адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка, совершенствовать систему управления и повышать качество предоставляемых услуг.

Анализ результатов исследования свидетельствует о том, что внедрение цифровых решений способствует формированию новых конкурентных преимуществ туристических предприятий. Автоматизация бизнес-процессов, использование цифровых платформ и развитие онлайн-сервисов позволяют значительно ускорить процессы обслуживания клиентов, снизить операционные затраты и повысить эффективность взаимодействия между участниками туристического рынка.

Особое значение цифровизация приобретает в условиях усиления глобальной конкуренции. Современные потребители туристических услуг все чаще используют цифровые каналы поиска информации, онлайн-бронирование и мобильные приложения при организации путешествий. В связи с этим предприятия, не внедряющие цифровые технологии, постепенно теряют конкурентоспособность и уступают позиции компаниям, активно использующим современные цифровые инструменты.

Важным результатом цифровой трансформации туристической отрасли является расширение возможностей для развития регионального туризма. Использование цифровых платформ и интернет-маркетинга способствует продвижению туристических дестинаций на международном рынке, повышению узнаваемости регионов и привлечению дополнительных туристических потоков. Это особенно актуально для стран с развивающейся экономикой, где цифровизация туризма может стать одним из факторов экономического роста и повышения инвестиционной привлекательности территорий.

Вместе с тем цифровая трансформация туристической отрасли сопровождается рядом проблем и ограничений. Одной из основных сложностей остаются высокие финансовые затраты на внедрение современных цифровых технологий, обновление программного обеспечения и развитие цифровой инфраструктуры. Для многих малых и средних туристических предприятий данные расходы являются существенным барьером для перехода к цифровым моделям управления.

Дополнительными проблемами выступают риски кибербезопасности,

связанные с хранением и обработкой персональных данных клиентов, а также недостаточный уровень цифровой грамотности работников отрасли. Кроме того, сохраняется проблема цифрового неравенства между регионами, обусловленная различиями в уровне развития интернет-инфраструктуры и доступности цифровых сервисов.

Несмотря на существующие ограничения, результаты исследования подтверждают, что дальнейшее развитие туристической отрасли будет непосредственно связано с расширением процессов цифровизации. В перспективе особую роль будут играть технологии искусственного интеллекта, Big Data, виртуальной и дополненной реальности, а также интеллектуальные цифровые платформы, обеспечивающие персонализацию туристических услуг и повышение эффективности управления туристическими потоками.

Проведенный анализ показывает, что цифровизация выступает не только инструментом технологической модернизации туристической отрасли, но и важнейшим условием обеспечения ее устойчивого экономического развития в условиях современной цифровой экономики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование подтвердило, что цифровизация в современных условиях становится одним из определяющих факторов устойчивого развития туристической отрасли и повышения эффективности деятельности туристических предприятий. Внедрение цифровых технологий оказывает комплексное влияние на систему управления туризмом, способствуя модернизации бизнес-процессов, повышению качества обслуживания и формированию новых механизмов взаимодействия между участниками туристического рынка.

В ходе исследования установлено, что применение цифровых решений позволяет туристическим предприятиям сокращать операционные затраты, ускорять процессы обработки информации, расширять каналы продвижения услуг и повышать уровень конкурентоспособности. Особую роль в развитии отрасли играют цифровые платформы, системы онлайн-бронирования, технологии Big Data, искусственный интеллект и инструменты цифрового маркетинга, обеспечивающие более эффективное управление туристическими потоками и персонализацию туристических услуг.

Результаты исследования также показали, что цифровая трансформация туризма способствует развитию региональных туристических рынков, повышению инвестиционной привлекательности отрасли и интеграции национального туристического сектора в мировую цифровую экономику. В условиях глобализации и усиления международной конкуренции цифровизация становится необходимым условием обеспечения устойчивого роста туристической отрасли.

Вместе с тем успешная реализация процессов цифровой трансформации требует дальнейшего совершенствования цифровой инфраструктуры, расширения доступа к современным информационным технологиям, повышения

уровня цифровой грамотности работников отрасли и обеспечения кибербезопасности цифровых сервисов. Особое значение приобретает государственная поддержка процессов цифровизации туризма, направленная на стимулирование инновационной деятельности и развитие цифровой экосистемы туристической отрасли.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в возможности использования полученных результатов при разработке программ цифровой трансформации туризма, формировании стратегий развития туристических предприятий и совершенствовании механизмов государственного регулирования цифровой экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Макаров М.В. Цифровизация туризма в современных экономических условиях // Экономика и бизнес. - 2022.
2. World Travel & Tourism Council (WTTC). Economic Impact Research 2024.
3. Online Travel Market Size Report 2024 // Global Market Insights.
4. Влияние цифровизации на развитие предприятий туристической отрасли // SciUp.
5. Иванова Л.И., Савина С.В., Сирбиладзе К.К. и др. Цифровые технологии в сфере туризма: учебное пособие / под ред. О.Н. Цветковой. - М.: КноРус, 2026.
6. Стыцюк Р.Ю., Розанова Т.П., Денисова О.А. Цифровой бизнес в туризме и гостеприимстве: учебник. - М.: КноРус, 2022.
7. Тин Д., Тин А. Цифровизация и Smart-туризм: практическое пособие. - 2023.
8. Лысикова О.В. и др. Туризм и сервис в цифровом контенте: монография. - М., 2023.
9. Влияние цифровой экономики на развитие регионального туризма // CyberLeninka.
10. Влияние цифровизации на развитие предприятий туристической отрасли // SciUp.
11. Rodriguez Luna R.E., Rosenstiehl Martinez J.L. Digital Transformation of Nature Tourism // arXiv. - 2022.
12. Kononova O., Prokudin D., Ryabysko J. The Vision and the Perspective of Digital Tourism // arXiv. - 2021.
13. Virtual Tourism Market Analysis Report 2024 // Global Market Insights.