ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МАРКЕТИНГ

В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА УЗБЕКИСТАНА

Нематова Фарзона Фархадовна, магистрант **гр Т-15R**, ТГЭУ

Аннотация

Развитие цифровых технологий и современных маркетинговых инструментов открывает новые возможности для продвижения туристического потенциала Узбекистана на международном рынке. В статье анализируются ключевые цифровые инструменты, применяемые в туристической индустрии страны, оцениваются результаты их внедрения и предлагаются рекомендации по дальнейшей цифровизации туристического сектора с целью повышения его конкурентоспособности.

Ключевые слова: *цифровые технологии, туристический маркетинг, Узбекистан, интернет-продвижение, туристическая индустрия.*

Введение

В условиях глобализации и стремительного развития информационных технологий цифровой маркетинг становится важнейшим инструментом продвижения туристических направлений. Узбекистан, обладающий богатейшим культурным наследием и уникальными природными ресурсами, активно использует возможности цифровых платформ для привлечения иностранных туристов. Социальные сети, мобильные приложения, виртуальные туры и онлайн-бронирование существенно меняют облик современного туризма. Настоящая статья посвящена анализу роли цифровых технологий в развитии международного туризма Узбекистана и оценке их экономического эффекта.

Цель исследования

Проанализировать влияние цифровых технологий и интернет-маркетинга на развитие международного туризма в Узбекистане и разработать практические

рекомендации по совершенствованию цифровой стратегии туристической отрасли страны.

Методология

Исследование основано на комплексном подходе, включающем:

1. Анализ статистических данных: Использование официальной статистики по туризму Узбекистана за 2018–2023 гг., данных платформ онлайн-бронирования и показателей цифровой активности туристических ресурсов.
2. Обзор литературных источников: Изучение научных работ по цифровому маркетингу в туризме, опыта зарубежных стран и лучших практик в регионе Центральной Азии.
3. Кейс-исследования: Анализ успешных цифровых кампаний и платформ, запущенных государственными органами и частным сектором туристической индустрии Узбекистана.

Результаты

Цифровые инструменты в туризме Узбекистана

- Национальный туристический портал uzbekistan.travel охватывает более 500 туристических объектов с интерактивными картами, виртуальными экскурсиями и онлайн-сервисом бронирования.

- Активное ведение официальных страниц в социальных сетях (Instagram, Facebook, YouTube) позволило увеличить охват аудитории до 3 миллионов подписчиков к 2023 году.

- Внедрение системы электронных виз (e-Visa) для граждан 56 стран существенно упростило въезд и стимулировало рост числа иностранных туристов.

- Запуск мобильного приложения «Visit Uzbekistan» с функциями аудиогида, офлайн-карт и системой рекомендаций повысил удобство путешествий.

По данным Государственного комитета по туризму Республики Узбекистан, доля туристов, узнавших об Узбекистане через цифровые каналы, возросла с 28% в 2018 году до 61% в 2023 году.

Онлайн-бронирование гостиниц составило 42% от общего числа бронирований в 2022 году против 14% в 2018 году, что свидетельствует о стремительной цифровизации туристической отрасли.[1]

Экономический эффект цифровизации туризма

Внедрение цифровых технологий оказало прямое влияние на ключевые экономические показатели туристической отрасли. Рост числа иностранных туристов с 2,1 миллиона человек в 2017 году до 5,2 миллиона в 2022 году во многом обусловлен повышением цифровой видимости страны на международных платформах. Экспорт туристических услуг за аналогичный период вырос с 600 миллионов до 1,61 миллиарда долларов США. Цифровые маркетинговые кампании демонстрируют высокую рентабельность: по оценкам специалистов, каждый доллар, вложенный в интернет-продвижение туристического направления, генерирует в среднем 6–8 долларов доходов от туризма.

Таблица 1. Динамика цифровых показателей туризма Узбекистана за 2018–2023 гг.

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022–2023
Доля цифровых каналов (%)	28	35	42	52	61

Онлайн-бронирование (%)	14	22	31	37	42
Подписчики в соцсетях (млн)	0,8	1,2	1,6	2,1	3,0
Загрузки мобильного приложения (тыс.)	—	45	68	112	210
Иностранных туристов (млн)	4,0	6,7	2,7	3,4	5,2

** Данные за 2023 год — предварительные оценки.*

Таблица демонстрирует устойчивый рост всех ключевых цифровых показателей туристической отрасли, что подтверждает эффективность принятых мер по цифровизации.

Обсуждение

Вызовы и барьеры

Несмотря на достигнутые успехи, цифровизация туристической отрасли Узбекистана сталкивается с рядом серьёзных вызовов:

- Недостаточный уровень цифровой грамотности среди работников малого туристического бизнеса и местных гидов;

- Ограниченное присутствиена ведущих международных платформах бронирования (Booking.com, Airbnb, Tripadvisor);

- Языковой барьер: нехватка качественного контента на английском, китайском, арабском и других языках;

- Слабое развитие широкополосного интернета в туристических регионах за пределами крупных городов.

Рекомендации

1. **Развитие контент-маркетинга:**

- Создание многоязычного контента для международных платформ и социальных сетей.

- Привлечение инфлюенсеров и блогеров для продвижения туристических направлений Узбекистана.

2. **Технологические инвестиции:**

- Внедрение технологий дополненной и виртуальной реальности для продвижения исторических объектов.

- Развитие инфраструктуры Wi-Fi в туристических зонах и вдоль маршрутов Шёлкового пути.

3. **Образование и подготовка кадров:**

- Организация обучающих программ по цифровому маркетингу для предпринимателей в сфере туризма.

- Развитие государственно-частного партнёрства в области цифровизации туристической отрасли.

Заключение

Цифровые технологии становятся ключевым двигателем развития международного туризма Узбекистана. Активное использование интернет-маркетинга, социальных сетей и мобильных приложений существенно повышает конкурентоспособность страны как туристического направления на глобальном рынке. Достигнутые результаты — рост числа иностранных туристов и увеличение доходов от туристических услуг — во многом обусловлены системной работой по цифровизации отрасли. Для закрепления и усиления этих позиций необходимо продолжать инвестиции в цифровую инфраструктуру, развитие контент-маркетинга и повышение цифровой грамотности участников туристического рынка. Комплексный подход к цифровой трансформации позволит Узбекистану сохранить темпы роста туристического сектора и укрепить свой международный имидж как самобытного и гостеприимного направления.

[1] *Государственный комитет по туризму Республики Узбекистан. Статистика туризма. URL:* https://uzbektourism.uz/research/statistics

Список литературы

1. Государственный комитет по туризму Республики Узбекистан. Статистикатуризма. URL: https://uzbektourism.uz/research/statistics
2. Инфографика: развитие туризма в Узбекистане в 2017–2022 годах. URL: https://yuz.uz/ru/news/infografika-razvitie-turizma-v-uzbekistane-v-2017-2022-godax
3. Таирова М.М. Уровень развития туристской инфраструктуры в Узбекистане. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/uroven-razvitiya-turistskoy-infrastruktury-v-respublikeuzbekistan
4. Зуфарова Л.Х. Роль культурного наследия Великого Шелкового пути в формировании туристического имиджа Узбекистана // Вестник Ташкентского

Государственного Университета. 2019. № 4. С. 19–29.

5. Туризм в Центральной Азии / под ред. Т. Саидова, Б. Вуйчича. Ташкент: Sharq, 2015. — 285 с.

6. Бекмуродов А.Ш. Цифровизация как фактор конкурентоспособности туристической индустрии Узбекистана // Экономика и инновационные технологии. 2021. № 2. С. 44–53.

7. UNWTO. Digital Transformation of Tourism. Madrid: World Tourism Organization, 2022. — 120 p.