



## ЦИФРОВИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ: СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Усманова Азизахон Фозил кизи

Старший преподаватель кафедры «Туризм и гостиничный бизнес»  
Ташкентского Государственного Университета Экономики  
[azizahonusmanova71@gmail.com](mailto:azizahonusmanova71@gmail.com)

**Аннотация.** В статье рассматривается цифровизация внутреннего туризма в Узбекистане как важное направление модернизации туристской отрасли, повышения доступности региональных маршрутов и усиления устойчивого роста территорий. **Цифровизация внутреннего туризма** понимается как внедрение онлайн-платформ, мобильных приложений, электронного бронирования, цифровых платежей, виртуальных туров, аналитики больших данных, искусственного интеллекта и интегрированных информационных сервисов в процесс организации путешествий внутри страны. Для Узбекистана данная тема имеет прикладное значение, поскольку внутренний туризм постепенно превращается в массовый социально-экономический процесс, охватывающий поездки семей, студентов, работников организаций, паломников, молодежи и туристов выходного дня. Цифровые технологии позволяют соединить туриста, регион, предпринимателя и государственные сервисы в единую систему, где маршрут, размещение, питание, транспорт, культурная программа и обратная связь становятся более прозрачными и управляемыми. В статье раскрываются современные тренды цифровизации, нормативные основы, региональные возможности, проблемы внедрения и перспективы применения цифровых инструментов в развитии внутреннего туризма Узбекистана.

**Ключевые слова:** цифровизация туризма, внутренний туризм, Узбекистан, туристская платформа, цифровые сервисы, мобильное приложение, искусственный интеллект, большие данные, региональный туризм, туристская инфраструктура.

**Введение.** Внутренний туризм в Узбекистане развивается в условиях, когда туристское поведение населения быстро меняется. Если раньше поездка внутри страны чаще организовывалась через знакомых, устные рекомендации или традиционные туристические фирмы, то сегодня турист ожидает цифровой доступности услуги. Он хочет заранее увидеть маршрут, сравнить цены, прочитать отзывы, забронировать гостиницу, оплатить услугу онлайн, получить электронный билет и построить удобную



навигацию. Поэтому развитие внутреннего туризма уже невозможно рассматривать отдельно от цифровой трансформации.

**Цифровизация внутреннего туризма** представляет собой не простое размещение рекламы в интернете. Ее содержание намного шире. Она включает электронные реестры объектов туризма, онлайн-бронирование гостиниц и гостевых домов, цифровые карты маршрутов, мобильные приложения для самостоятельных путешествий, QR-коды у достопримечательностей, виртуальные 3D-туры, электронные билеты в музеи, онлайн-оценку качества услуг, цифровой маркетинг регионов, интеграцию транспортных билетов и анализ туристского потока. Такая система делает внутренний туризм более удобным для граждан и более управляемым для государства.

Для Узбекистана цифровизация имеет особое значение из-за территориальной разнородности туристского потенциала. Самарканд, Бухара, Хива и Ташкент уже имеют высокую узнаваемость, но многие районы Сурхандарьи, Кашкадарьи, Навоийской области, Каракалпакстана, Ферганской долины и Джизакской области пока недостаточно представлены в цифровой среде. **Если турист не может найти информацию о регионе в интернете, для современного рынка этот регион фактически остается невидимым.** Следовательно, цифровизация становится инструментом не только сервиса, но и территориальной справедливости, поскольку она дает менее известным районам возможность выйти на внутренний туристский рынок.

Нормативная база последних лет показывает, что Узбекистан начал переходить от отдельных цифровых инициатив к системной цифровой модели туризма. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 7 декабря 2024 года № 820 прямо направлено на цифровизацию туристской сферы и объединение туристических услуг в единую платформу. Сам факт принятия такого документа показывает, что государство рассматривает цифровую интеграцию как условие повышения эффективности отрасли.

**Анализ литературы.** В научной литературе узбекских исследователей туризм рассматривается как межотраслевая система, где конечный результат зависит от взаимодействия инфраструктуры, сервиса, кадров, информации, маркетинга и государственного регулирования. В работах И. С. Тухлиева, М. Қ. Пардаева, Ф. Х. Кудратова туризм анализируется как планируемая экономическая деятельность, связанная с территориальными ресурсами и организационными механизмами. Такой подход важен для понимания цифровизации, потому что цифровой туризм не может развиваться без предварительного описания ресурсов, маршрутов, объектов размещения и сервисной структуры.

Б. Ш. Сафаров в исследованиях туристского рынка подчеркивает значение инноваций, качества услуг и рыночной адаптации туристского продукта. Применительно



к внутреннему туризму это означает, что цифровизация должна повышать не только удобство поиска информации, но и реальное качество услуги. Если турист нашел объект через приложение, но столкнулся с плохим обслуживанием, неточной ценой или отсутствием связи с владельцем, цифровой канал не решает проблему, а лишь быстрее выявляет слабость сервиса.

А. Н. Норчаев связывает развитие туризма с модернизацией инфраструктуры и управленческих механизмов. Его подход позволяет сделать важный вывод. **Цифровая инфраструктура не заменяет физическую инфраструктуру.** Даже самая удобная платформа не компенсирует плохую дорогу, нехватку санитарных объектов, слабую мобильную связь или отсутствие обученного персонала. Цифровизация эффективна тогда, когда она соединяется с реальным повышением качества туристской среды.

**Анализ и результаты.** Цифровизация меняет экономическую логику внутреннего туризма. Раньше регион мог ждать туриста, опираясь на известность памятника или природного объекта. Теперь регион должен быть представлен в цифровой среде как полноценный продукт. Такой продукт включает точное описание маршрута, фотографии, карту, цену, расписание, контакты, условия проживания, правила безопасности, отзывы, варианты оплаты и возможность быстрой связи. **Туристский ресурс без цифровой упаковки теряет конкурентоспособность.**

Для регионов Узбекистана цифровые технологии открывают возможность продвигать менее известные направления. Сурхандарья может через цифровые платформы показывать буддийское наследие, древние городища, Бойсунскую культуру и горные маршруты. Каракалпакстан может продвигать Муйнак, музей Савицкого, экологические маршруты Приаралья и этнографические программы. Джизакская область может развивать цифровые маршруты по Заамину, горным зонам и природным объектам. Навоийская область может формировать цифровой образ пустынного и караванного туризма. Ферганская долина может объединять ремесленные, паломнические, гастрономические и семейные маршруты.

Статистическая и управленческая ценность цифровизации состоит в том, что она позволяет видеть туристский поток не приблизительно, а через данные. Если бронирование, билеты, транспорт, посещение объектов и отзывы соединены в единой системе, государственные органы и предприниматели получают возможность понимать сезонность, спрос, средний чек, слабые места сервиса, перегруженные маршруты и недооцененные территории. Внутренний туризм становится не только сферой впечатлений, но и системой данных.

Практическое значение цифровизации особенно заметно в молодежном и образовательном туризме. В 2025 году в рамках проекта «Talaba Travel» были



организованы межрегиональные студенческие поездки, а по программе «Путешествуй по Узбекистану!» за январь–ноябрь туристические поездки по регионам совершили 283 191 студент и 69 498 учащихся. Такие масштабы требуют цифровых решений для регистрации участников, планирования маршрутов, безопасности, контроля посещаемости и оценки результатов.

**Обсуждение.** Несмотря на очевидные преимущества, цифровизация внутреннего туризма в Узбекистане имеет ряд проблем. Самая серьезная проблема связана с цифровым неравенством регионов. В крупных городах предприниматели быстрее осваивают онлайн-продвижение, электронные платежи и платформенные сервисы. В отдаленных районах многие владельцы гостевых домов, ремесленники и местные гиды пока не имеют достаточных цифровых навыков. В результате платформа может усилить неравенство, если на ней будут представлены только те участники, которые уже умеют работать с цифровыми инструментами.

Вторая проблема связана с качеством данных. Плохая цифровая система опасна тем, что создает иллюзию порядка. Если объект указан на карте, но фактически не работает, если цена не соответствует действительности, если фотографии устарели, если отзывы накручены, если маршрут не учитывает состояние дороги, доверие туриста снижается. Поэтому цифровизация требует постоянного обновления информации, верификации участников, прозрачного рейтинга и ответственности за недостоверные сведения.

Третья проблема касается интеграции. Туристу не нужны десять разрозненных сайтов. Ему нужна связанная цифровая среда, где можно построить маршрут от дома до объекта, купить билет, забронировать жилье, заказать гида, оплатить услугу, увидеть рекомендации и оставить отзыв. Поэтому перспективной является не просто разработка новых приложений, а их интеграция с транспортными, культурными, гостиничными, платежными и государственными информационными системами.

Четвертая проблема связана с безопасностью данных. Туристские платформы собирают персональную информацию, платежные данные, геолокацию, историю поездок и предпочтения пользователей. Это требует защиты персональных данных, кибербезопасности и ясных правил использования информации. Особенно важно, чтобы аналитика больших данных применялась для улучшения сервиса и управления потоками, а не превращалась в избыточное вмешательство в частную жизнь граждан.

Перспективы цифровизации внутреннего туризма в Узбекистане связаны с несколькими практическими решениями. Необходимо создать полноценные цифровые паспорта туристских объектов, где будут указаны статус, описание, геолокация, фотографии, инфраструктура, график работы, стоимость, доступность для людей с



инвалидностью и контактные данные. Следует развивать региональные мобильные приложения, но не изолированно, а с возможностью подключения к единой национальной платформе. Важно обучать владельцев гостевых домов, гидов, ремесленников и представителей туристских махаллей цифровому маркетингу, онлайн-продажам, работе с отзывами и электронными платежами.

**Наиболее перспективным направлением является применение искусственного интеллекта для персонализированных маршрутов.** Например, система может предложить семье с детьми двухдневный маршрут по Самарканду, студентам - бюджетную поездку в Бухару, пожилым туристам - спокойный паломнический маршрут, любителям природы - горный тур в Заамин или Бостанлык, а жителям Сурхандарьи - короткие маршруты выходного дня внутри области. Такой подход повышает удобство путешествия и помогает распределять туристский поток между регионами.

**Заключение.** Цифровизация внутреннего туризма в Узбекистане является не техническим дополнением к отрасли, а одним из ключевых условий ее современного развития. Она делает туристские услуги более доступными, маршруты более понятными, регионы более узнаваемыми, а управление отраслью более точным. Ее главная ценность состоит в соединении туриста, предпринимателя, региона и государства в единую информационную систему. Вместе с тем цифровизация не решит проблемы отрасли автоматически. Она даст результат только при наличии качественной инфраструктуры, достоверных данных, подготовленных кадров, надежной связи, понятных стандартов сервиса и защиты персональной информации.

Для Узбекистана цифровизация внутреннего туризма может стать мощным инструментом раскрытия регионального потенциала. Она способна вывести на рынок малоизвестные районы, поддержать семейное предпринимательство, развить гастрономический и этнографический туризм, повысить прозрачность услуг и усилить культуру путешествий внутри страны. **Перспектива ближайших лет состоит в переходе от разрозненных цифровых решений к единой интеллектуальной туристской экосистеме,** где внутренний турист получает удобный сервис, регион получает доход и узнаваемость, а государство получает данные для более точной туристской политики.

#### **Список использованной литературы**

1. Тухлиев И. С., Қудратов Ғ. Ҳ., Пардаев М. Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. - Самарқанд: СамИСИ, 2010.



2. Сафаров Б. Ш. Миллий туризм хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик асослари. Монография. - Тошкент: Фан ва технология, 2016. - 184 б.
3. Сафаров Б. Ш. Минтақавий туризм хизмат бозорининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш. Монография. - Тошкент: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2013. - 150 б.
4. Норчаев А. Н. Замонавий туризм инфратузилмасининг шаклланиш ва ривожланиш тенденциялари. Докторлик диссертацияси. - Тошкент: ТДИУ, 2021. - 246 б.
5. Пардаев М. Қ., Атабаев Р. Туристтик ресурсларни таҳлил қилиш ва баҳолаш. Маърузалар курси. - Самарқанд: СамИСИ, 2006.
6. Пардаев М. Қ., Атабаев Р., Пардаев Б. Р. Туризмни ривожлантириш имкониятлари. - Тошкент: Фан ва технология, 2007.
7. Алиева М. Т., Умаржонова А. Туристтик мамлакатлар иқтисодиёти. - Тошкент: Молия, 2005. - 339 б.
8. Ҳайтбоев Р., Сатторов А. Туризм маршрутларини ишлаб чиқиш технологияси. - Самарқанд: СамИСИ, 2009.
9. Болтабаев М. Р., Тухлиев И. С., Сафаров Б. Ш., Абдухамидов С. А. Туризм: назария ва амалиёт. Дарслик. - Тошкент: Фан ва технология, 2018.
10. Ибрагимов Н. С. Туристтик ҳудудни барқарор ривожлантиришнинг устувор йўналишлари. - Бухоро: Дурдона, 2020. - 204 б.