

Рахмонзода Махмадали Наим,
к.э.н., и.о. доцента кафедры информационных технологий,
Международный университет туризма и
предпринимательства Таджикистана
Rahmonzoda Mahmadali Naim,
PhD in Economics, Acting Associate Professor,
Department of Information Technology
International University of Tourism and
Entrepreneurship of Tajikistan

Умарзода Навруз Нурулло,
кандидат экономических наук, старший преподаватель
кафедры налога и налогообложения,
Таджикский государственный
финансово-экономический университет
Umarzoda Navruz Nurullo,
PhD in Economics, Senior Lecturer,
Department of Tax and Taxation,
Tajik State University of Finance and Economics

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ
ОСНОВА РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА
INFORMATION TECHNOLOGY AND ELECTRONIC COMMERCE
ARE THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM SECTOR**

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы внедрения информационных технологий и развития электронной коммерции в туристическом секторе Республики Таджикистан. В статье анализируется использование цифровых платформ, туристических веб-сайтов и онлайн-сервисов для привлечения иностранных туристов и повышения конкурентоспособности сектора. Также определены возможности и проблемы развития цифровой инфраструктуры, уровень использования современных технологий и факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в туристическом секторе. В результате даются рекомендации по совершенствованию использования информационных технологий и расширению электронных услуг.

Abstract. This article discusses the issues of implementing information technologies and developing e-commerce in the tourism sector of the Republic of Tajikistan. The use of digital platforms, tourism websites and online services in attracting foreign tourists and increasing the competitiveness of the sector is analyzed. Also, the opportunities and challenges of developing digital infrastructure, the level of use of modern technologies and factors influencing the development of e-commerce in the tourism sector are identified. As a result, recommendations are made on improving the use of information technologies and expanding e-services.

Ключевые слова: Информационные технологии, электронная коммерция, туризм, онлайн-сервисы, экономическое развитие, цифровой маркетинг, электронный туризм.

Keywords: Information technologies, e-commerce, tourism, online services, economic development, digital marketing, e-tourism.



Электронное правительство (e-government) – это качественно новый метод государственного управления, основанный на современных информационно-коммуникационных технологиях (ИКТ), который, с одной стороны, способствует автоматизации управленческого процесса с целью снижения затрат на общественную коммуникацию, а с другой – включает в себя особые средства коммуникации между государством и рыночными субъектами, основанные на развитии условий демократизации и активного вовлечения граждан в процесс принятия решений.

Туризм – один из важнейших секторов экономики, основой которого является использование современных технологий. Иными словами, сбор, хранение, обработка и передача актуальной информации – важнейшее и необходимое условие деятельности любого туристического предприятия. Секторы экономики напрямую зависят от скорости передачи и обмена информацией, от её актуальности, своевременности, значимости и полноты. В этом отношении успешному развитию туристической индустрии способствует широкое использование новейших технологий в сфере создания туристических продуктов и их продвижения на рынке услуг.

Что касается существующих проблем, Основатель мира и национального единства – лидер нации, Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон в своем послании 2017 года отметил: «В целях развития туристической индустрии, адекватного представления туристических возможностей страны и национальной культуры на международной арене, а также привлечения инвестиций в туристическую инфраструктуру, предлагаю объявить 2018 год годом развития туризма и народных промыслов в стране» [1].

Сегодня международный и внутренний туризм является одним из ключевых секторов индустрии услуг. Это подтверждают данные Комитета статистики при Президенте Республики Таджикистан и Комитета развития туризма при Правительстве Республики Таджикистан (рис. 1). Современная туристическая индустрия – это один из самых компьютеризированных бизнесов в мире. К этому бизнесу относятся крупные авиакомпании, гостиничные комплексы и туристические агентства по всему миру. Благодаря информационным технологиям туристические продукты становятся более персонализированными и гибкими, а также более доступными для каждого потребителя. Все туристы во всем мире эффективно используют официальные сайты стран с туристическими достопримечательностями перед поездкой, где они получают информацию об услугах.

Согласно данным Статистического агентства при Президенте Республики Таджикистан, число иностранных туристов, прибывших в Республику Таджикистан в 2022 году, увеличилось на 840 тысяч, или в 6,3 раза, по сравнению с 2010 годом.

По статистическим данным, за первые шесть месяцев 2024 года в Таджикистан прибыло 748,3 тысячи иностранных граждан. Из этого числа 580,5 тысячи человек прибыли в качестве туристов в соответствии с требованиями Всемирной туристской организации, что на 19,1% больше, чем за аналогичный период 2023 года.

На сегодняшний день Республику Таджикистан посетили туристы из 127 стран мира. Пятью странами-лидерами по количеству туристов являются Узбекистан (205,1 тыс. человек), Россия (31,9 тыс. человек), Казахстан (7,1 тыс. человек), Китай (2,8 тыс. человек) и Турция (2,5 тыс. человек).

В январе-июне 2025 года в стране было зарегистрировано 182 туристические компании. За этот период функционировали 219 отелей (включая индивидуальные), 7 пятизвездочных отелей, 27 четырехзвездочных отелей, 14 трехзвездочных отелей, 2 двухзвездочных отеля, 7 однозвездочных отелей и 162 отеля без рейтинга.



В этот период функционировали 56 хостелов и мотелей, 57 санаториев, 4 детских санатория и оздоровительных лагеря, 6 лечебных центров и курортов, 10 домов отдыха, 1 пансион и кемпинг, а также 5 туристических и развлекательных центров.

Среднее число сотрудников в организациях, предоставляющих услуги, составляло 4046 человек, а выручка от оказания услуг за этот период – 168,2 миллиона сомони. В своей научной работе Ю.С. Курбонов отмечает, что деятельность предприятий туристического сектора в стране насчитывает 170 единиц, из которых 33 относятся к ГБАО, 52 – к Согдийской области, 36 – к Хатлонской области, 35 – к городу Душанбе и 14 – к РРП [3,5].

Туризм считается одним из важнейших секторов экономики для обеспечения занятости населения трудоспособного возраста, повышения уровня жизни людей, развития других секторов услуг и производства, а также для ознакомления с историей, культурой, природой и традициями народов [3].

Анализ показывает, что в результате принятых мер число иностранных туристов, посещающих республику, ежегодно увеличивается. Однако, несмотря на это, туристические ресурсы республики используются неэффективно и не в соответствии с современными и международными стандартами туризма, а благоприятные условия для туристов не создаются.

Поэтому цель состоит в продолжении реформ в этой области, чтобы туристический сектор мог внести существенный вклад в социально-экономическое развитие страны. Стоит отметить, что туристический сектор не может развиваться без использования информационных технологий. Поэтому необходимо понимать этапы внедрения информационных технологий и их эффективного использования. Такие четкие идеи были предметом внимания в научных работах отечественных ученых [2,9,11].

Внедрение информационных технологий в туристическую отрасль включает несколько этапов.

Первый этап – это «база данных». Ее главная цель – повышение эффективности операционной деятельности туристических компаний за счет автоматизации процессов на основе использования информации.

Второй этап – это внедрение «системы управления информацией» и разработка таких информационных технологий, которые способствуют повышению эффективности управления путем улучшения требований к организации передачи информации.

Третий этап – внедрение «стратегической информационной системы», повышающей конкурентоспособность компании. Для улучшения непосредственной деятельности туристических агентств, а также для установления контактов с внешними организациями, вводятся различные виды сетей. Четвертый этап – «сетевой этап», посредством которого объединяются сети всех уровней: локальные, региональные и глобальные. Главными особенностями этого этапа являются повышение эффективности информационных технологий, уменьшение размеров оборудования, снижение его закупочной стоимости, повышение надежности и установление связей между терминалами, расположенными в разных регионах мира. Все это способствовало тому, что информационные технологии сыграли важную роль в деятельности всех туристических организаций. Это свидетельствует о том, что развитие туризма с помощью информационных технологий в мире происходит невероятно быстрыми темпами.

Основу туристического рынка формируют туристические компании. Эти структуры предоставляют туристам ряд услуг, наиболее важными из которых являются: организация проживания в гостиницах и гостевых домах в регионах Республики Таджикистан, покупка и бронирование авиабилетов, организация экотуризма, культурно-исторического туризма на территории Республики Таджикистан, услуги профессиональных гидов-переводчиков,



альпинизм, пеший туризм, авто-, мотоциклетный и велотуризм, туризм по горным маршрутам Республики Таджикистан, визовые услуги и разрешения на въезд в регионы Республики Таджикистан, транспортные услуги на территории Таджикистана и др.

В туристическом секторе также работают компании из других отраслей, предоставляющие собственные организационные услуги.

Исходя из этих трех характеристик современного туризма, мы можем выделить:

- многосторонняя и интегрированная торговля;
- различные услуги с точки зрения производителя и потребителя;
- повышение эффективности работы с помощью компьютерных сетей.

Современный туризм – это индустрия, в которой сбор, обработка, применение и передача информации являются важной частью повседневной деятельности.

В этой индустрии различные услуги, как и другие промышленные или потребительские товары, предлагаются в точке продажи, а также демонстрируется отечественная продукция. Туристические услуги, как правило, бронируются заранее с помощью информационных технологий, в частности, глобальных сетей. Поэтому туризм на рынке практически полностью зависит от фотографических изображений, описаний, средств коммуникации и передачи информации.

Информационные технологии в современной туристической индустрии являются коммуникационным центром, объединяющим различных производителей в туристической отрасли. Это информация, а не товары, предлагаемые туристам. Это информация о наличии, стоимости и качестве этих услуг. Согласно исследованию Плотниковой Н.И., информационные потоки между участниками туристической индустрии группируются следующим образом, что представлено на следующем рисунке [7].

Информационная система, используемая в туристической индустрии, включает в себя автоматизированные системы управления, системы бронирования, видеосистемы, телефонные сети, системы телеконференций, информационные системы авиакомпаний, электронные денежные переводы, мобильную связь и т. д. [2,3]. Перечисленные информационные системы внедряются не туристическими агентствами, отелями или авиакомпаниями, а совместно. Использование современной информационной системы каждым отделом и компанией, работающей в сфере туризма, обеспечивает электронные услуги, особенно в части цифровизации. Например, внутренняя система управления отелями может быть подключена к глобальным сетям, что обеспечит основу для взаимодействия с другими системами бронирования отелей.





Рисунок 1. Группировка информационных потоков [3].

Умение работать с информацией, собирать, обрабатывать и принимать единственно правильные решения, а на их основе разрабатывать информационные стандарты, сегодня является основой успешной организации туристического бизнеса. Важность информационных технологий для туризма заключается в том, что они обеспечивают многократное повышение производительности в сфере услуг. Стоит отметить, что здесь необходимо эффективно использовать компьютерные сети.

Основа современной компьютерной системы бронирования была заложена в 50-х годах XX века. В связи с растущей популярностью авиаперевозок авиакомпаниям пришлось создавать глобальные центры бронирования, задачей которых была ручная обработка бронирований авиабилетов, полученных по почте, телефону и телеграфу от туристических организаций и конечных клиентов. В современных условиях через официальные сайты мы



можем легко бронировать билеты и ваучеры и осуществлять финансовые расчеты с использованием электронных денег.

В современных условиях в системах компаний представлен широкий спектр систем бронирования билетов, таких как традиционные и электронные и т.д.

Стоит отметить, что туристы, путешествующие по всему миру, конечно же, используют электронный способ бронирования и оплаты. В следующей таблице представлены десять ведущих туристических компаний мира по данным Holding.rf.

Таблица 1.

Десять ведущих туристических компаний мира [12]

№	Название компании	Год основания	Годовой оборот в долларах США
1	Marriott International	1927	20.8 млрд
2	Royal Caribbean Cruises Ltd	1968	9.5 млрд
3	Hilton	1919	8.9 млрд
4	Norwegian Cruise Line Holdings Ltd	1966	6.1 млрд
5	Shenzhen Overseas Chinese Town Co	1997	5.7 млрд
6	Oriental Land	1960	4.7 млрд
7	Hyatt Hotels Corp	1957	4.5 млрд
8	Accor SA	1967	4.3 млрд
9	Carnival Corp	1972	3.1 млрд
10	Great Eagle Holdings Limited	1989	1.3 млрд

Согласно данным в таблице, ведущие мировые компании имеют очень высокие доходы.

Сегодня программы управления бизнесом предоставляют возможность решения различных проблем. Туристические организации, серьезно работающие на туристическом рынке, не смогут существенно повысить свою производительность без учета нового программного обеспечения для управления туризмом. Их можно условно разделить на шесть областей: работа с клиентами, проведение экскурсий, ведение клиентской базы, осуществление платежей, подготовка документов по прибыльности и услугам.

Главная особенность рынка электронной коммерции – его интерактивность. Производитель может в любой момент запросить у пользователя информацию о потребляемом товаре или услуге, обработать полученную информацию и принять решение. Это позволяет производителю корректировать свою маркетинговую политику в зависимости от ситуации.

Интернет открывает для туристических компаний не только возможность эффективно организовывать обратную связь и быстро изучать текущий спрос, но и корректировать маркетинговые планы в зависимости от ситуации.

В современных условиях интернет стал самостоятельным средством получения новой маркетинговой информации, значительно превосходящим средства массовой информации. Кроме того, использование интернета существенно снижает накладные расходы на продвижение товаров и услуг.

В современных условиях интернет стремительно распространяется среди масс и является главной тенденцией современной онлайн-среды. Сегодня существуют десятки тысяч различных социальных сетей. Однако в этой нише ежедневно появляются новые проекты. Общее число



слушателей и пользователей сети растет день от дня. Интересна активность людей в социальных сетях: в самых популярных проектах количество пользователей достигает ста страниц в день, что, конечно же, положительно сказывается на развитии международного туризма.

Список литературы:

1. Послание Президента Республики Таджикистан, Лидера нации Эмомали Рахмона Маджлиси Оли Республики Таджикистан 22.12.2017
2. Ашуров М.Н. Электронное правительство как концепция развития и управления/М.Ашуров/Паёми молия ва иқтисод. 2021. № 4 (28). С. 141-147.
3. Бегмуродов, С. Ш. Необходимость внедрения информационных технологий в развитие туризма / С. Ш. Бегмуродов, М. Н. Ашуров // Вестник Технологического университета Таджикистана. – 2022. – No. 1 (48). – P. 201-207.
4. Егорова Н.Е. Жуковский С.В. Формирование товарно-рыночной стратегии предприятия в условиях структурной перестройки промышленности // Аудит и финансовый анализ, 2005, № 4.
5. Курбонов Ё.С. Автореферат диссертации на соискание степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент)..
6. Статсборник Республики Таджикистан-2020.
7. Плотникова Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса // Информационные технологии в турфирме. М.: Советский спорт, 2001.
8. Рахмонов М.Н. Кибернетическая модель системы электронного правительства, [текст]// Вестник Таджикского технического университета. – Душанбе, 2015, №1 (29). 0,8 п.л. (в соавторстве), (лично автора-0,5 п.л.) стр. 118-123
9. Рахмонов М.Н. Предоставления государственных услуг на основе электронного правительства [текст] //Вестник национального университета Республики Таджикистан Душанбе: «Сино» 2016. №2/7 (213), серия социально-экономических и общественных наук. С. 57-62
10. Рахмонзода М. Н. Форма и методы социально-экономической эффективности электронного правительства в Республике Таджикистан: Научная монография / М. Н. Ашуров, М. Н. Рахмонзода. – Душанбе: Бахманруд, 2022. – 208 с. – ISBN 978-99985 – 6941-6.
11. Тулиев, М. С. Некоторые вопросы развития электронного правительства / М. С. Тулиев, А. Азимбоев // Вестник ТГУК. – 2022. – No. 3 (42). – С. 109-114.
12. Электронный ресурс: <https://xn--c1abmblood9c.xn--p1ai/industry/hotels-tourism/> 22.11.2021
13. Efremov A.V. Electronic government: an interpretation of the term and the history of the / A.V. Efremov // Collection of scientific articles of the International youth school- seminar «Lomonosov readings in Altai», Barnaul, November 5–8, Publishing house of Altaistate University, 2013. P. 70 – 73.

