

tourism research agenda. *Tourism Management*. 2020. 81. P. 104-164.

5. Hall C.M. Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 2019. Vol. 27 (7). P. 1044-1060.

6. Pham N.T., Tucková Z., Chiappetta Jabbour C.J. Greening the hospitality industry: How do green human resource management practices influence organizational citizenship behavior in hotels? A mixed-methods study. *Tourism Management*. 2019. 72. P. 386-399.

7. Comerio N., Strozzi F. Tourism and its economic impact: A literature review using bibliometric tools. *Tourism Economics*. 2019. Vol. 25. Issue 1, P. 109-131.

8. Paramati S.R., Alam M.S., Chen C.-F. The Effects of Tourism on Economic Growth and CO2 Emissions: A Comparison between Developed and Developing Economies. *Journal of Travel Research*. 2017. Vol. 56 (6). P. 712-724.

9. Hall C.M., Scott D., Gossling S. Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*. 2020. Vol. 22 (3). P. 577-598.

10. Li J., Xu L. Tang L. Wang S. Li, L. Big data in tourism research: A literature review. *Tourism Management*. 2018. Vol. 68. P. 301-323.

11. Макринова Е. И., Сотник А. П. Хайдаров И. С. Модели и технологии развития туризма в мейнстриме цифровой экономики // *Фундаментальные исследования*. 2020. № 3. С. 72-77.

12. Jiang Y., Wen J. Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2020. Vol.32 (8). P. 2563-2573.

13. Amadeus Hospitality Group. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.amadeus-hospitality.com/>

14. Международный туризм в 2024 году достигнет допандемийного уровня. URL: <https://news.un.org/ru/story/2024/01/1448742> (дата обращения: 13.10.2024).

Малика НУРУЛЛАЕВА,
Педагог на кафедре «Туризм»,
Ташкентский государственный университет востоковедения

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ НА РАЗВИТИЕ МИРОВОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

Аннотация. В тезисе анализируется влияние цифровых платформ на трансформацию мирового туристического рынка. На основе данных ООН по туризму (UN Tourism), Statista, World Economic Forum и рецензируемых научных публикаций рассматриваются ключевые тенденции цифровизации отрасли: рост онлайн-бронирования, применение искусственного интеллекта, Big Data и технологий иммерсивного туризма. Особое внимание уделяется экономическим показателям и прогнозам развития глобального онлайн-туристического рынка.

Ключевые слова: цифровые платформы, туристический рынок, цифровая трансформация, онлайн-туризм, искусственный интеллект, Big Data, OTA, умный туризм.

Abstract. This thesis analyzes the impact of digital platforms on the transformation of the global tourism market. Based on data from UN Tourism, Statista, the World Economic Forum, and peer-reviewed scientific publications, the study examines key trends in the digitalization of the industry, including the growth of online booking, the application of artificial intelligence, Big Data, and immersive tourism technologies. Special attention is given to economic indicators and forecasts for the development of the global online tourism market.

Keywords: digital platforms, tourism market, digital transformation, online tourism, artificial intelligence, Big Data, OTA, smart tourism.

Цифровые платформы коренным образом изменили структуру мирового туристического рынка, трансформировав поведение потребителей, бизнес-модели и способы управления туристическими направлениями. Согласно данным UN Tourism, туризм стал одним из первых секторов глобальной экономики, перенёсшим бронирование авиабилетов и гостиниц в онлайн-пространство, превратившись в пионера цифровизации.

По данным Statista, глобальный онлайн-туристический рынок в 2024 году превысил 650 млрд долл. США, а к 2030 году прогнозируется его рост до более чем 1 трлн долл. США. В том же году совокупный вклад туризма в мировой ВВП составил около 11 трлн долл. США, что соответствует примерно 10% от общемирового ВВП. Глобальный туристический рынок в целом оценивался в 950 млрд долл. США в 2023 году с прогнозируемым ростом до 1 486 млрд долл. США к 2030 году при среднегодовом темпе роста 6,6% (основные характеристики представлены ниже в «Таблице 1»)

Таблица 1.

Ключевые показатели глобального туристического рынка

Вклад в мировой ВВП	Онлайн-рынок (2024)	Общий рынок (2023)	Среднегодовой рост
11 трлн \$	650+ млрд \$	950 млрд \$	6,6%
≈ 10% мирового ВВП	→ 1 трлн \$ к 2030	→ 1 486 млрд \$ к 2030	CAGR(Compound Annual Growth Rate) 2023–2030

Ключевым трансформационным фактором является рост метапоисковых систем и онлайн-агентств путешествий (OTA). По имеющимся оценкам, метапоиск обеспечивает около 50% глобального трафика уникальных посетителей в сфере туризма; объём соответствующего рынка составил 6,4 млрд долл. США в 2023 году с прогнозом роста до 31,7 млрд долл. США к 2030 году. В 2024 году Booking.com занял первое место по посещаемости среди мировых туристических сайтов, а совокупные расходы ведущих OTA на рекламу в Google превысили 8 млрд долл. США в 2023 году (основные характеристики представлены ниже в «Таблице 2»).

Существенную роль в цифровой трансформации отрасли играет искусственный интеллект (ИИ). По данным исследования отраслевых

тенденций, более 70% руководителей туристических компаний убеждены, что ИИ окажет значительное влияние на отрасль в период 2024–2026 годов. По прогнозам, применение ИИ в туризме будет расти со среднегодовым темпом 20% до 2025 года. Уже сегодня AI-инструменты для ценообразования помогли 32% компаний отрасли оптимизировать доходы в 2023 году, а использование чат-ботов в туристических компаниях увеличилось на 50% в период с 2021 по 2023 год.

Таблица 2.

Динамика роста глобального туристического рынка по двум сегментам

Сегмент рынка	2023 / 2024	Прогноз 2030	Рост
Общий туристический рынок	950 млрд \$	1486 млрд \$	+56%
Онлайн-туристический рынок	650+ млрд \$	1000+ млрд \$	+54%

Big Data становятся ещё одним стратегическим ресурсом цифровой трансформации туризма. Объём рынка аналитики больших данных в туризме в 2024 году оценивается в 222154 млн долл. США при ожидаемом ежегодном росте 8,2% до 2031 года. Около 46% туроператоров инвестировали в платформы аналитики данных в 2023–2024 годах для повышения качества персонализированных рекомендаций.

Параллельно развивается сегмент виртуального и иммерсивного туризма. По данным Market Data Forecast, мировой рынок виртуального туризма оценивался в 22,71 млрд долл. США в 2024 году и, по прогнозам, достигнет 111,16 млрд долл. США к 2033 году при среднегодовом темпе роста 30,2%. Рынок дополненной реальности в туризме вырос с 15,52 млрд долл. США в 2023 году до 21,44 млрд долл. США в 2024 году при прогнозируемом ежегодном росте 38,1%. Около 50% путешественников готовы посетить новое направление, предварительно ознакомившись с ним в формате виртуального тура.

Систематический обзор научной литературы, охвативший 167 работ из баз Scopus и Web of Science за период 1997–2023 годов (Gutierriz, Ferreira, Fernandes, 2025), позволил выявить четыре ключевых тематических кластера цифровой трансформации туризма: цифровой маркетинг, цифровая экономика, образование и гостеприимство, свободная цифровизация. Авторы подтверждают, что цифровые экосистемы способствуют демократизации коммуникаций и расширяют круг участников туристической отрасли.

Согласно позиции UN Tourism, цифровая трансформация туристического сектора непосредственно связана с достижением Целей устойчивого развития ООН: она открывает экономические возможности для женщин, молодёжи и жителей отдалённых районов. Туристический сектор обеспечивает 1 из каждых 10 рабочих мест в мире, поэтому масштаб цифровой трансформации отрасли имеет общесоциальное значение.

На основании вышеизложенного, цифровые платформы выступают ключевым драйвером роста и реструктуризации мирового туристического рынка. Совокупность данных официальных организаций и рецензируемых

исследований подтверждает устойчивую тенденцию к цифровизации туристической отрасли: рост онлайн-рынка, внедрение ИИ, больших данных и иммерсивных технологий определяют облик туризма в ближайшем десятилетии.

Список источников:

1. UN Tourism. Digital Transformation. – UN Tourism Official Website. – URL: <https://www.untourism.int/digital-transformation>
2. Statista. Travel and Tourism Worldwide – Statistics & Facts. – 2024. – URL: <https://www.statista.com/topics/962/global-tourism/>
3. Virtue Market Research. Tourism Industry Market. – 2024. – URL: <https://virtuemarketresearch.com/report/tourism-industry-market>
4. myPOS. Digital Transformation in the Travel Industry: Facts and Stats. – 2025. – URL: <https://www.mypos.com/en-gb/blog/business-guide/digital-transformation-in-the-travel-industry-facts-and-stats>
5. ZipDo. Digital Transformation in the Tourism Industry Statistics. – 2025. – URL: <https://zipdo.co/digital-transformation-in-the-tourism-industry-statistics/>
6. Business Research Insights. Cultural Tourism Market Size & Share Trends. – 2025. – URL: <https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/cultural-tourism-market-107478>
6. Market Data Forecast. Virtual Tourism Market Size, Share & Growth Report, 2033. – 2024. – URL: <https://www.marketdataforecast.com/market-reports/virtual-tourism-market>
7. Gutierrez I., Ferreira J.J., Fernandes P.O. Digital transformation and the new combinations in tourism: A systematic literature review // Tourism Management Perspectives. – 2025. – URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14673584231198414>.

*Ashirali ABDIRASHIDOV,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi,
“Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi” kafedrasida dotsenti, i.f.n.*

TURIZM KLASTERLARINI RIVOJLANTIRISH ORQALI ISTE’MOL TOVARLARI BOZORINING BARQAROR O‘SISHINI TA’MINLASH

Аннотация. Mazkur tezisdagi turizm klasterlarini rivojlantirishning iste’mol tovarlari bozori barqaror o‘rnatilishini ta’minlashdagi ahamiyati tadqiq etilgan. Turizm, savdo, xizmat ko‘rsatish va mahalliy ishlab chiqarish subyektlari o‘rtasidagi integratsiya iste’mol tovarlariga bo‘lgan talabni kengaytirishi, bozor infratuzilmasini takomillashtirishi hamda hududlarning iqtisodiy faolligini oshirishi asoslab berilgan. Shuningdek, turizm klasterlari negizida mahalliy mahsulotlar raqobatbardoshligini kuchaytirish va bozor barqarorligini ta’minlash bo‘yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Калит so‘zlar: turizm klasteri, iste’mol tovarlari bozori, barqaror o‘rnatilish, mahalliy