

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ «ЦИФРОВОЙ УЗБЕКИСТАН - 2030» В УПРАВЛЕНИИ SOFTWARE ПРЕДПРИЯТИЯМИ

 [10.70728/tech.v2.i03.039](https://doi.org/10.70728/tech.v2.i03.039)

Жамолдинов Сайдилло Хасанович
докторант (АГТИ)

Аннотация. В этой статье описаны основы цифровизации и цифровой экономики страны. Основное внимание уделяется программным продуктам разработанные сферой software предприятий. Анализируется применение туристических программных продуктов разработанными software предприятиями.

Ключевые слова: software предприятия, анализ, цифровизация, цифровая экономика, программа, индустрия программного обеспечения, туристическая платформа, модель туризма.

Abstract. This article describes the basics of digitalization and digital economy of the country. The main focus is on software products developed by software enterprises. The use of tourism software products developed by software enterprises is analyzed.

Keywords: software enterprises, analysis, digitalization, digital economy, program, software industry, tourism platform, tourism model.

Annotatsiya. Ushbu maqolada raqamlashtirish asoslari va mamlakatning raqamli iqtisodiyoti tasvirlangan. Asosiy e'tibor dasturiy ta'minot kompaniyalari tomonidan ishlab chiqilgan dasturiy mahsulotlarga qaratilgan. Dasturiy ta'minot kompaniyalari tomonidan ishlab chiqilgan turistik dasturiy mahsulotlarni qo'llash tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: dasturiy ta'minot korxonalari, tahlil, raqamlashtirish, raqamli iqtisodiyot, dastur, dasturiy ta'minot sanoati, turizm platformasi, turizm modeli.

Введение.

Стремительное развитие цифровой экономики в мире обеспечивает рост конкурентоспособности стран, отраслей и предприятий. Масштабная цифровизация экономики вносит существенные изменения в процесс ведения бизнеса. Тенденцией сегодняшнего дня является использование глобальных технологий в деятельности субъектов хозяйствования, цифровая трансформация, которая затрагивает все отрасли, направленная на формирование информационного общества и цифровой экономики в целом.

Цифровизация общества — динамичный процесс, затрагивающий различные сферы жизни граждан, которые в различных ситуациях выступают в роли участников хозяйствующих субъектов. На рынке B2B (Business to Business) потребители продукции рассматриваются как отдельные лица или организации, являющиеся покупателями товаров и услуг.

При этом граждане, используя цифровые технологии, стремятся упростить пользование услугами, сократить время поиска товаров по параметрам, получить (оказать) консультационные услуги, минимизировать затраты на пользование услугами. С этой точки зрения цифровизация играет важную роль в продвижении новых форм взаимодействия между покупателями и продавцами услуг, в том числе туристических, продуктов.

По мере повышения цифровой грамотности участников туристического рынка все субъекты, предоставляющие туристические услуги, получают дополнительные конкурентные преимущества. В то же время эти прибыльные предприятия вынуждены внедрять новые формы цифровизации в свою деятельность для повышения эффективности.

Методология.

Сегодня уровень развития цифровых инноваций является одним из факторов, определяющих конкурентоспособность национальной экономики. Цифровая экономика, реализующая цифровые инновации, представляет собой специфическую систему экономических, социальных и культурных отношений, основанную на использовании цифровых ИКТ. Процесс оцифровки в данном случае подразумевает передачу цифровых данных, преобразованных из аналоговой формы в дискретную. Преимущества цифровизации — более низкие цены на услуги по сравнению с традиционной экономикой, рост производительности труда, появление возможностей для создания добавленной стоимости в различных отраслях.

В последние десятилетия широкое распространение получили исследования по внедрению цифровых технологий. В 1995 году профессор Н. Массачусетского технологического института Негропonte [2; 7; 13]. Основное внимание в его исследованиях уделяется быстрому развитию информационно-коммуникационных технологий в традиционной и цифровой экономике.

Многие ученые высказывали аналитические мнения, сравнивая его с наиболее прибыльными секторами, например, с доходами от нефтегазового сектора. В этом отношении можно согласиться с экспертом по маркетингу К. Хэмби: «Данные – это новая нефть» [3]. Действительно, информация — это нефть 21 века, и в обработанном виде она может принести огромную пользу.

Исследование.

Что касается уровня развития цифровой экономики, то в этой сфере Узбекистан значительно отстает от развитых стран. По данным 2019 года, его доля в валовом внутреннем продукте Узбекистана составила 2,2 процента, что в 10-12 раз меньше показателей США, Китая, Евросоюза и Бразилии [статья 4]. Однако следует отметить, что за последние годы Узбекистан добился больших успехов в

развитии цифровых технологий. Так, государство реализует крупные инфраструктурные проекты, широко внедряется Интернет. В то же время для цифровой экономики Узбекистана характерны диспропорции в развитии ИТ-технологий между регионами и отраслями страны.

Согласно проекту Концепции развития системы «Электронное правительство» Республики Узбекистан, планируется увеличить долю ИКТ, включая производство программного обеспечения, в ВВП к 2025 году до 5,0%, а к 2030 году — до 10%.

Таким образом, переход к цифровой модели рыночной экономики требует от работников наличия необходимых компетенций для выполнения трудовых функций в конкретной сфере, которые могут актуализироваться и наращиваться в течение профессиональной деятельности.

В соответствии с Указом Президента от 8 января 2019 года «О дополнительных мерах по обеспечению дальнейшего развития экономики и повышению эффективности экономической политики», в частности, до 1 декабря 2019 года планируется подготовить стратегию развития национальной цифровой экономики «Цифровой Узбекистан – 2030». Сформулированы основные задачи по ускорению развития цифровой экономики и повсеместному внедрению цифровых технологий во все сферы жизнедеятельности населения страны.

Развитие цифровой экономики напрямую связано с уровнем развития информационно-коммуникационных технологий (производства программного обеспечения).

Анализ.

Инвестиции в индустрию программного обеспечения имеют решающее значение для развития экономического потенциала страны, стимулирования инновационного развития, повышения производительности труда, снижения издержек, создания новых видов экономической деятельности, а также повышения качества жизни населения.

Однако динамика привлечения инвестиций в этот сектор оставляет желать лучшего, но определенные улучшения наблюдаются. В первой половине 2019 года инвестиции в сектор «информация и связь» выросли вдвое по сравнению с аналогичным периодом 2018 года. Однако в 2018 году этот показатель снизился почти в 2 раза по сравнению с 2017 годом — с 1,9 до 0,9 трлн. составили суммы. Доля инвестиций по направлению «информация и связь» в общем объеме инвестиций снизилась более чем в 3 раза по сравнению с 2017 годом и первым полугодием 2019 года, и практически не изменилась по сравнению с аналогичным периодом 2018 года. 1,3%.

В 2017-2019 гг. Ежегодно в Узбекистан инвестируется в среднем 200 миллионов долларов США. Для сравнения: в 2018 году в развитие индустрии программного обеспечения в США было инвестировано 1,3 трлн долларов. долл., в Китае — \$499 млн, в Беларуси прямые иностранные инвестиции только в софтверную отрасль составили \$1,5 млрд. По оценкам специалистов аналитической компании IDC, мировые расходы на разработку ПО будут расти на 3,8% ежегодно и к 2023 году достигнут \$4,8 трлн.

Поэтому речь идет о формировании нового «цифрового работника», характеризующегося набором знаний, навыков и умений, постоянно меняющихся под воздействием изменяющейся внешней среды и зачастую использующих информационные технологии. При этом, если автоматизация производственных процессов лишь обеспечивает спрос на «цифровых работников», то рост технологической безработицы вследствие дисбаланса спроса и предложения на рынке труда может представлять серьезную угрозу для цифровизации бизнеса. Эта проблема касается многих секторов экономики, в том числе и туристической отрасли. Тенденции развития цифровой экономики нельзя игнорировать, их необходимо учитывать и умело использовать для обеспечения самодостаточности бизнеса, а значит прибыльности и рентабельности.

Можно выделить два наиболее актуальных направления процесса цифровизации в сфере туризма. Во-первых, торговые и транспортные компании, во-вторых, предприятия индустрии туризма и гостеприимства, предприятия общественного питания имеют возможность расширить свою целевую аудиторию, повысить качество обслуживания, развиваться быстрыми темпами, поскольку в условиях глобальной цифровой экономики, чем больше в их арсенале будет цифровых платформ и их качества, тем успешнее будут эти отрасли.

Обсуждение.

В данном исследовании цифровизация туризма и внедрение цифровых технологий в туристическую отрасль рассматриваются как актуальная проблема. Впервые он появился в начале 2000-х годов как услуга номер один для туристов, такая как бронирование отелей, и превратился в систему бронирования жилья и покупки билетов, похожую на Aviasales (авиакассy). Современные путешествия трудно представить без цифровых платформ. Это исследование, основанное на данных широкого спектра опросов, проведенных в сфере туризма по всему миру, показывает, что только 51 процент путешественников приобретают туры, организованные туроператорами. Однако статистика, представленная отдельно по европейским странам, показывает, что 33 процента всех путешественников лично посещают туристические агентства при покупке туристических продуктов. Сегодня многие европейские туристы и половина всех туристов в мире

предпочитают использовать цифровизацию туризма при планировании маршрута своего путешествия.

Таким образом, в XXI веке цифровые туристические платформы развиваются в различных формах, одной из которых является онлайн-покупка туров, разработанных туроператорами.

В список интернет-ресурсов, предлагающих подобные услуги, входят поисковые системы и интернет-магазины путешествий Agoda, Airbnb, Booking.com, Despegar, Hotels.ng, Travelta.ru и другие.

Поисковые системы позиционируют себя как ресурсы, позволяющие искать подходящие туры по заранее заданным критериям, учитывающим личные пожелания и желания клиентов, предлагаемые многочисленными туроператорами, находить горящие туры, отслеживать изменение цен на интересующие туры, чтобы не упустить момент совершения сделки купли-продажи. - продажа туристической продукции в интересах потребителя.

По всему миру в сфере туризма действуют десятки технологических стартапов, каждый из которых стремится привнести в отрасль свои оригинальные идеи. Например, камбоджийская платформа «SamboTicket» позволяет одновременно бронировать паромы, автобусы и частные такси в Лаосе, Таиланде, Камбодже и Вьетнаме по электронной почте.

Тайский стартап Local Alike, получивший приз от Booking.com, продвигает новую концепцию местного туризма: в рамках онлайн-платформы компания планирует связывать и консультировать местных жителей, предоставляющих туристические услуги по всему миру.

Многие стартапы в сфере туризма пытаются найти свою нишу, сосредоточившись на туристических путешествиях. Например, французская платформа Tripnparty позволяет путешественникам искать бары и пабы в любой стране, которые обычно хорошо известны местным жителям. В 2018 году на Бали прошел конкурс стартапов «Startup Weekend Bali», где были отобраны лучшие идеи в сфере туризма. Список победителей отражает тенденцию реагировать на их требования. В то же время были предложены различные мобильные приложения, в том числе на Бали («Travelis»), предлагающее информацию о покупке продуктов у местных фермеров с местными гидами и водителями («Finger Farm»), а также отели в Индонезии, предоставляющие гостям чистую воду в многоразовых контейнерах. («Ботол Висата»).

Россия В Федерации туризм поле , его разработка оба состояние на уровне тоже субъекты , муниципалитеты и общество для важный к сути владелец Федеральный Туризм Агентство информация что показывает, что единственный

федеральный турист операторы в реестр 4377 записей 2,5 тыс. сотрудников компании избыток внутренний туризм в поле активность работает .

Авторизоваться туризм разработка страна для важный к сути владелец что это было из- за этого поле оцифровка и инфраструктура разработка в соответствии с решение прием делать основной критерии потенциал и настоящий туристов к их желаниям направленный быть нуждаться . Туризм оцифровка уровень высокий был из стран 201 8 в год относительно 201 9 в этом году туризм поездки числа самый большой рост следующий в странах Далее : Китай (КНР) + 14%, Германия + 11%, Корея Республика + 42%, США + 16%, Израиль + 24%, Франция + 12%, Канада + 14%, Швейцария + 12%, Швеция + 50%, Бельгия + 25% и другие .

Впредь кроме того , туризм оцифровка современный из форм один этот турист для поездок полезный был мобильный приложения работа Это выход . Например , потенциальный потребители 201 8 в этом году со смартфонов транспортные средства транспорт в соответствии с услуги чем обычно более они искали

201 9 в этом году их поиск в соответствии с вопросы год на 62% в течение вырос , мобильный с устройств тренироваться билеты поиск для вопросы повысился

201 8 в год относительно 201 9 на 50% в год , туризм продукты искать и 65 % выросло . Мобильный приложений для общественности независимо , мобильный устройства через тип те продавать взять немного известный отсутствие понятно , потому что путешествовать продукты продавать взять турист личный к информации войти требовать делает это и личный с компьютера вход довольно много Это удобно . Однако , мобильный приложения человека расположен место , временное жить на месте его/ее вокруг объекты о информация в получении неразделимый является помощником . Например , мы используем Google Maps о , пользователям мест фотографии и описания добавьте свои мысли и мнения оставив это , что с местный население и посещать санитары известный один область объект с представить « Локальный », который облегчает " эксперты " программа о Мы говорим .

Карты Яндексa и Карты Google также позволяют пользователям личный в машине , в обществе в транспорте или пешеход используя один с точки к другому маршрут строительство возможность дает , это и незнакомец в местах путешествовать в этом очень удобный и Это полезно .

Кроме того, технология блокчейн является формой цифровизации туризма. Названные технологии предполагают нахождение информации о приобретении туристических услуг в едином цифровом пространстве, что помогает каждому участнику процесса оказания услуг по реализации туристских продуктов ориентироваться на реальную информацию о потребителях и прогнозировать их

потребности, а также персонализировать рекламные предложения. Примером этого является Winding — инструмент для оценки и реализации эффективности децентрализованных туристических программ. Одним из примеров является авиакомпания Lufthansa, которая начала сотрудничество с блокчейн-стартапом [8].

Еще одной формой цифровизации туризма является цифровизация вышеупомянутых видов хобби. Действительно, как и в большинстве стран мира, информатизация российской экономики, зачастую при свободном доступе к интернет-ресурсам, привела к тому, что многие туристы предпочитают планировать свои поездки самостоятельно, без помощи профессионалов в сфере туризма — туроператоров и турагентств.

В то же время следует помнить, что самостоятельный туризм как самостоятельный вид деятельности требует определенных знаний и умений по формированию цикла рекреационных мероприятий за пределами обычного места жительства, подбору элементарного досугового комплекса, отвечающего условиям привлекательности и полезности для потребителей туристских услуг. Самостоятельная разработка маршрута и программы путешествия требует навыков поиска альтернативных вариантов путешествий. Таким образом, сегодня необходимо признать, что объективные процессы в сфере туризма, такие как рост популярности самостоятельных туристских поездок, создают необходимость поиска путей удовлетворения общественных потребностей в целях завоевания авторитета в организации самостоятельного туризма.

Этот из-за текущий вовремя хобби типы делать увеличивается населения турист грамотность увеличить возможность «Старт», который дает туристы для "путешествовать" названный школы организация глагол этот к цели в достижении важный шаг считается. Такой школы независимый поездки организация глагол испытать владеlec нет новый для туристов для поездки подготовка алгоритм о информация дать возможный. Например, личные привилегии и существует дом фермы бюджет основано на туризм направления поиск, первый для поездки самый подходящий приходящий туризм направление выбор, независимый поездка организация глагол юридический характеристики с для знакомства.

Впредь снаружи, транспорт инструменты транспорт и временно к месту размещения альтернатива параметры поиск и выбор, новый новичок туристы для путешествовать программа в рамках обсуждение делать требовать делать важный проблемы как видя увольнять возможный. Этот на земле ты для туристов перевозчики туры, авиалинии, поезда, паромы, автобусы поиск правила, транспортное средство путешествовать особенности, особенности Booking.com, апартаменты особенности, лагеря и другие нравиться в вопросах информация помощь подарок твой нуждаться, в туризме страхование делать, путешествовать

в течение банк карты и наличные из денег использовать в соответствии с инструкции отдача , страсть типы передача Опасность о поговорить . Чрезвычайная ситуация « Для туристов » в некоторых случаях помощь " снаружи" туризм в поле Туроператоры ассоциация с коммуникации возможность отсутствие о сообщение дать обязательный проблема считается.

Модель туристической платформы



Рисунок 1. Модель туристической платформы Компоненты предлагаемой модели.

Выводы

Таким образом, цифровизация туризма включает в себя различные проявления, в том числе онлайн-покупку готовых туров, созданных туроператорами, разработку и внедрение мобильных приложений для туристов, оцифровку любительских туров через создание онлайн-школ для начинающих путешественников и другие. В перспективе процесс цифровизации туризма будет связан с уходом из туристических компаний традиционных компаний с офлайн-представительствами и развитием туристического дизайна. Параметры определяются индивидуально каждым конкретным клиентом, и поэтому конкурентное преимущество получают те туристические организации, которые смогут наилучшим образом интегрировать процесс приватизации в предоставление туристических услуг потребителям, привлекая не только реальных, но и лояльных и преданных клиентов из числа своих потенциальных клиентов. таким образом,

обеспечивая долгосрочное выживание на основе постоянного и стабильно высокого уровня прибыли и рентабельности.

Список литературы:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 4947-сонли Фармони.
2. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажакимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қураимиз. – Т.: “Ўзбекистон”. 2017. – 488 б.
3. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга қўтарамиз – Т.: “Ўзбекистон”. 2017. – 592 б.
4. *Data Protection Regulations and International Data Flows: Implications for Trade and Development*. UNCTAD/WEB/DTL/ STICT/ 2016/1/iPub. United Nations publication, Geneva.
5. Tilson D, Lyytinen K and Sørensen C (2010). Digital infrastructures: The missing IS research agenda – Research commentary. *Information Systems Research*, 21(4): 748–759.
6. Malecki EJ (2018). Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Geography Compass*, 12(3). Wiley Online Library.
7. Цифровая Россия: Новая реальность. М.: Мак-Кинзи и Компания СиАйЭс, 2017. – 132 с.
<http://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Middle%20East/Russia/Our%20Insights/Digital%20Russia/Digital-Russia-report.ashx>.
8. Христочевский С. А. Электронные мультимедийные учебники и энциклопедии. Информатика и образование. 2000. – № 2. С. 20-24.
9. Расулова, Т. П., Жамолдинов, С. Х., & Атаханов, К. (2020). Основы функционирования и эффективность внедрения систем мониторинга транспорта UzGPS в Узбекистане. *Universum: технические науки*, (7-1 (76)), 18-22.
10. Эркин, К., Жамолдинов, С. Х., & Бурунов, Б. А. У. (2018). Результаты внедрения современных информационных продуктов в сфере пассажирского транспорта. *Universum: технические науки*, (2 (47)), 5-8.
11. Jamoldinov S. Axborot mahsulotlari baholarining belgilanish xususiyatlari. “Mashinasozlik” ilmiy-texnika jurnali. №1, 2023 yil. 222-228.